BBVA

¡MADRID!

Dinámicas del turismo en la ciudad de Madrid, un estudio basado en la actividad comercial real del año 2012

Dinámicas del turismo en la ciudad de Madrid, un estudio basado en la actividad comercial real del año 2012

Contenido

1. Resumen ejecutivo 1
1.1 Iniciativa de colaboración 1
1.2 Mercado nacional. Comparativa 2011-2012 1
1.3 Mercado nacional. Año 2012 2
1.4 Mercado internacional en 2011-2012 3
1.5 Eventos 4

2. Introducción 5
2.1 Banco Bilbao Vizcaya Argentaria. 6
2.2 Centro de Inteligencia Turística de Madrid Visitors & Convention Bureau 6
2.3 Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico del Ayuntamiento de Madrid 7

3. Aspectos clave del estudio 9
3.1 Origen de los datos y metodología 9
3.2 Categorías de comercios analizados 9
3.3 Segmentación sociodemográfica y variable temporal 10
3.4 Ámbito territorial 10

4. Comparativa 2011-2012. Mercado nacional 11
4.1 Resumen global del resultado 12
4.2 Evolución por zona 14

5. Análisis en detalle año 2012. Mercado nacional. 21
5.1 Introducción 21
5.2 Resumen del consumo nacional en 2012 23
5.3 Origen del gasto 26
5.4 Barrio de Salamanca 32
5.5 Sol, Preciados y Plaza Mayor 37
5.6 Triball, Fuencarral y Chueca 42
5.7 Salesas 47
5.8 Argüelles, Princesa y Conde Duque 52
5.9 Barrio de las Letras 57
5.10 Azca y Bernabéu 62
5.11 Barajas y Campo de las Naciones 67
5.12 Estudio de los compradores compartidos entre las 8 zonas 72

6. Mercado internacional 2012. Análisis de los 15 países de mayor gasto 75
6.1 Resumen total del gasto extranjero por zonas en la ciudad de Madrid, 2011-2012 76
6.2 Ranking de gasto por zona, 2011-2012 76
6.3 Reparto del gasto de cada nacionalidad por zona. Análisis 2011-2012 77
6.4 Transacción media de cada nacionalidad por zona. Análisis 2011-2012 78
6.5 Reparto del gasto de cada nacionalidad por categoría. Análisis 2011-2012 79
6.6 Transacción media de cada nacionalidad por categoría. Análisis 2011-2012 80
6.7 Evolución temporal del gasto por nacionalidad en las 8 zonas 81
6.8 Estancia e intervalo de compra medio por nacionalidad 81

7. Análisis del impacto de eventos en la actividad comercial 83
7.1 Análisis del impacto del evento MADO (Madrid Orgullo) 2011 83
7.2 Análisis del impacto del Puente de la Constitución 2012 88

1. Resumen ejecutivo

1.1 Iniciativa de colaboración

El presente estudio es fruto de la colaboración entre el **Ayuntamiento de Madrid**, a través de su empresa pública Madrid Visitors & Conventions Bureau, y **BBVA** Constituye el primer resultado de un marco amplio de cooperación en materia de innovación, suscrito en Junio de 2013 pero gestado en los meses previos a esta fecha.

Este informe muestra las capacidades que nacen de la unión de los conceptos **Smart City**, entendido como la capacidad de aprovechamiento de los datos que a diario se producen en los entornos urbanos para mejorar la toma de decisiones, y **Big Data**, que engloba las tecnologías de procesamiento y análisis de grandes volúmenes de datos para transformarlos en información de valor y accionable.

En el estudio se analiza el comportamiento de los visitantes de Madrid (tanto locales como extranjeros), en base a la traza que dejan los pagos que realizan con **sus tarjetas de crédito y débito** en los comercios de la ciudad. De este modo, y apoyándonos en evidencias y datos reales y dinámicos (no en encuestas ni opiniones), ha sido posible describir lo que sucede realmente en las **8 zonas de Madrid** que más visitantes reciben con un detalle espacio-temporal hasta ahora desconocido.

Adicionalmente es posible realizar aproximaciones cualitativas a las dinámicas turísticas y describir las diferentes actividades llevadas a cabo por los visitantes de la ciudad gracias al conocimiento del tipo de comercio en el que se realiza el gasto, y del perfil del visitante en función de su procedencia, sexo, edad, y otras variables de segmentación sociodemográficas.

Las ocho zonas de la ciudad de Madrid estudiadas en este informe son:

1. BARRIO DE SALAMANCA
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA
4. SALESAS
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y CONDE DUQUE
6. BARRIO DE LAS LETRAS
7. AZCA Y BERNABÉU
8. BARAJAS Y CAMPO DE LAS NACIONES

1.2 Mercado nacional. Comparativa 2011-2012

La profundidad de datos analizados permite identificar variaciones interanuales. Esta tabla sintetiza la evolución comercial de forma agregada en 7 de las 8 zonas anteriormente listadas (todas ellas menos "8. Bajaras y Campo de las Naciones") durante los años 2011 y 2012:

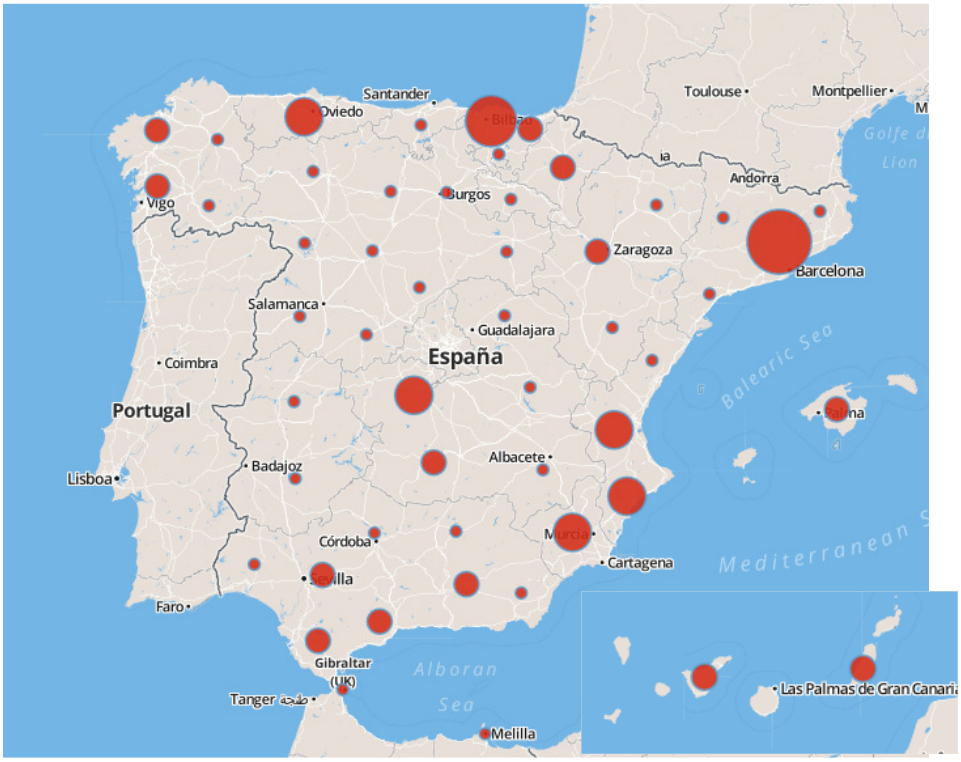
PROCEDENCIA	ΔGASTO	ΔNº DE TRANSACCIONES	ΔNº COMPRADORES DISTINTOS	ΔGASTO POR COMPRADOR	ΔNº DE TRANS. POR COMPRADOR	ΔTRANS. MEDIA	ΔNº DE TPVs
Fuera de Madrid	-11,3%	-14,6%	**28,1%**	**-30,8%**	**-33,4%**	3,9%	
Madrid provincia	-7,5%	-3,7%	4,3%	-11,3%	-7,7%	-3,9%	-1,1%
Total	-8,5%	-6,8%	**13,8%**	-19,6%	-18,1%	-1,9%	

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

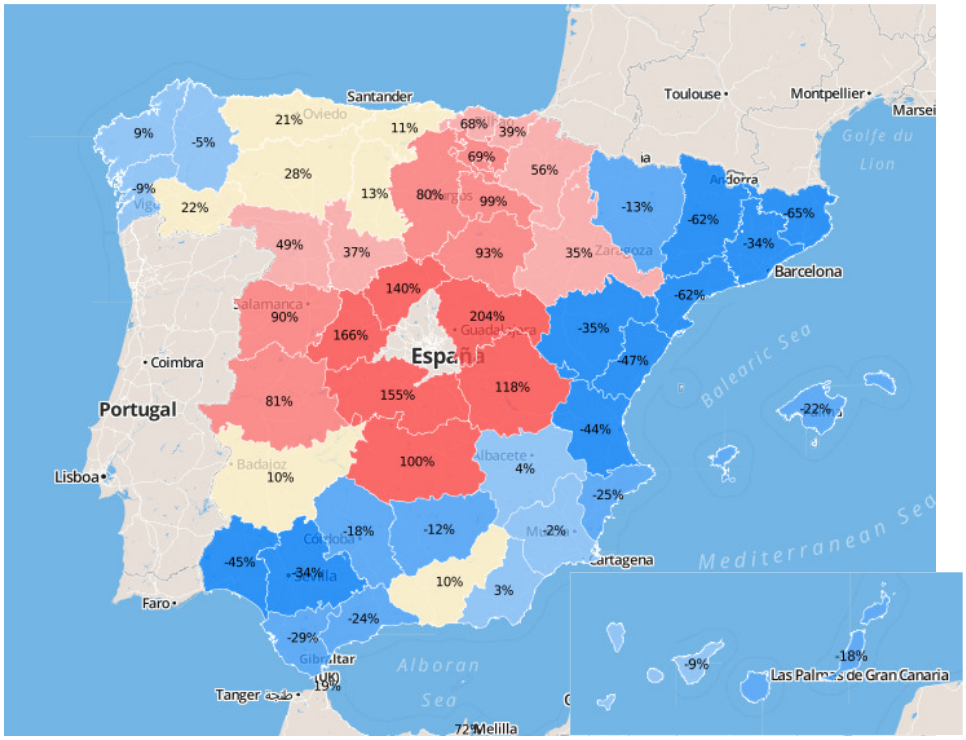
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

1.3 Mercado nacional. Año 2012

En relación a los visitantes españoles que recibe Madrid, las siguientes visualizaciones permiten apreciar las diferencias entre las mayores provincias emisoras de gasto en términos absolutos, y las de mayor gasto relativo ponderado por su peso demográfico; en el punto 5.3.1 del informe se ofrece un mayor detalle numérico.



Origen del gasto por residencia del visitante



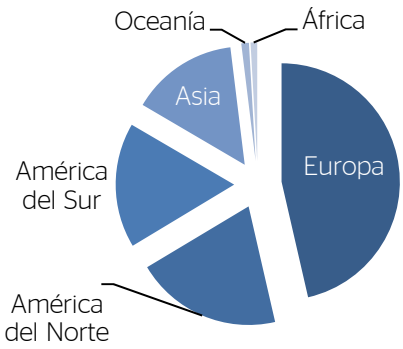
Variación entre el gasto por provincia y el gasto que correspondería por su población

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

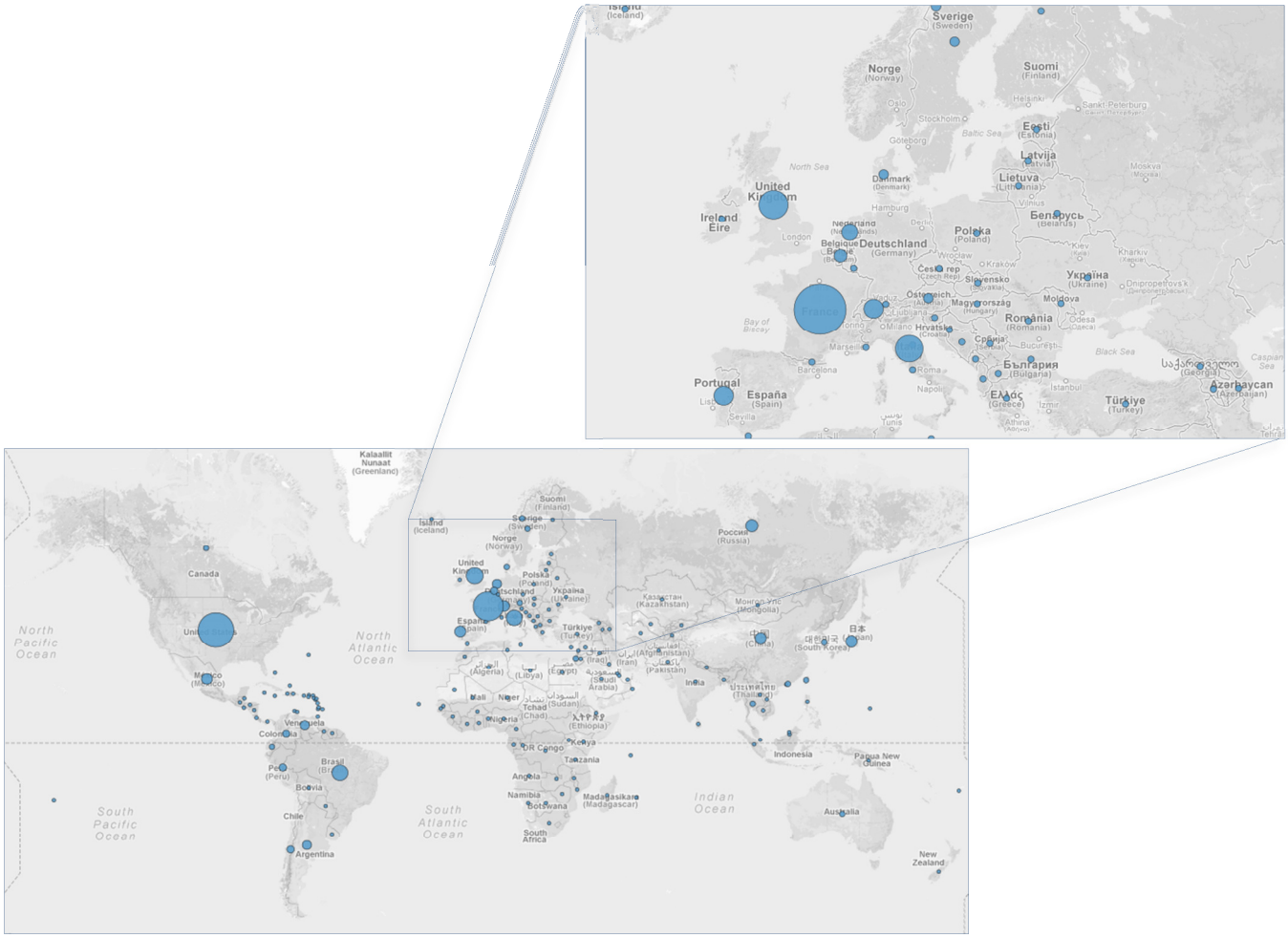
1.4 Mercado internacional en 2011-2012

En el siguiente diagrama se muestra la distribución del gasto en función del origen de los visitantes por continente, y el top 15 del gasto en función del origen los visitantes por nacionalidad.



Gasto agregado 2011+2012 por continente de origen

2011	2012
1º EEUU	1º = EEUU
2º FRANCIA	2º = FRANCIA
3º BRASIL	3º ↑ REINO UNIDO
4º REINO UNIDO	4º ↑ ITALIA
5º ITALIA	5º ↓ BRASIL
6º RUSIA	6º = RUSIA
7º MEXICO	7º ↑ SUIZA
8º SUIZA	8º ↓ MEXICO
9º PORTUGAL	9º ↑ JAPON
10º CHINA	10º ↑ ARGENTINA
11º JAPON	11º ↓ CHINA
12º HOLANDA	12º ↓ PORTUGAL
13º VENEZUELA	13º ↓ HOLANDA
14º ARGENTINA	14º ↓ VENEZUELA
15º BÉLGICA	15º ↑ COLOMBIA



Gasto agregado 2011+2012 por nacionalidad de origen

Tal y como se indica en el punto 6.1, el gasto realizado por extranjeros en las zonas analizadas se incrementó un 13,6% de 2011 a 2012.

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

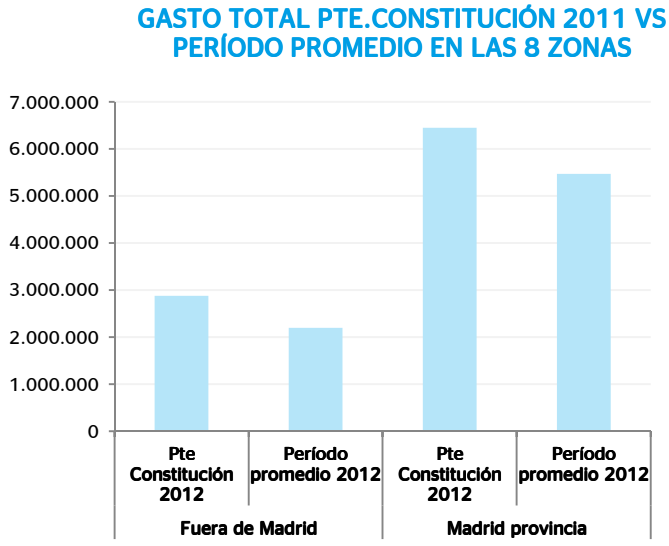
1.5 Eventos

Se ha analizado el impacto económico de Madrid Orgullo Gay (MADO) 2011y 2012, y el puente de la Constitución 2012.

MADO 2011 tuvo lugar entre el 29 de Junio y el 3 de Julio, en dicho período el impacto sobre el consumo llegó a experimentar **un incremento del 24% respecto del comportamiento normal**. Comparando el impacto del evento en **2011** con su edición de **2012,** se observa una **evolución positiva interanual del 9%.**

Variación del gasto en MADO 2011 frente al período de comparación

En el Puente de la Constitución se registra un **incremento del gasto realizado por los residentes en Madrid del 17%**, mientras que el llevado a cabo por los **visitantes nacionales** supone un **ascenso del 31%,** ambos respecto al promedio anual comparable.



Gasto en el puente de la Constitución 2011 VS promedio 2011

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

2. Introducción

Hoy día, uno de los objetivos de las poblaciones de primer nivel internacional es poder ofrecer una mejor calidad de vida a sus ciudadanos, a la vez que se lleva a cabo un uso eficiente de los recursos. Conceptos como "***Smart City***" o "***Big Data***" son claves para conseguirlo. El primer término se refiere a la capacidad de aprovechamiento de los datos que a diario se producen en una localidad para mejorar la toma de decisiones. Los movimientos de tráfico, las actividades del transporte público, o las acciones geoposicionadas que se llevan a cabo en las consultas que se realizan desde dispositivos móviles, generan una cantidad ingente de información. Pero ésta, en bruto, es inmanejable. Debe ser estructurada y tratada para poder transformarse en información útil y accionable. Para ello es necesario recurrir a la tecnología, tanto desde un punto de vista de capacidad computacional como de aplicaciones especialmente diseñadas para el análisis de millones de datos provenientes de diversas fuentes y en tiempo real. Este conjunto de aplicaciones, capacidad computacional y búsqueda de nuevos usos inteligentes está relacionado con el segundo término: "*Big Data*".

Es difícil imaginar una entidad con capacidad, por sí sola, de acometer con éxito un reto de tal envergadura. Sin embargo, la tendencia internacional es también la de recurrir a la unión de fuerzas entre las entidades que gestionan las ciudades y aquellas del sector privado con capacidad para abordar proyectos de esta magnitud.

Como no podía ser de otro modo, **la ciudad de Madrid** lleva tiempo elaborando este tipo de proyectos desde todos los ámbitos de su gestión y en especial desde la **Línea de Trabajo de Estrategia "Madrid 2020"**, pero siempre en colaboración estrecha con aquellas entidades cuya dimensión y aportación en el campo en la innovación les hace líderes en los ámbitos *Big Data* y *Smart City*.

BBVA es uno de estos líderes, cuyas capacidades han permitido el desarrollo de la tecnología capaz de analizar la información que se genera diariamente en la ciudad de Madrid. Desde el mismo y en colaboración con la **Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico del Ayuntamiento de Madrid**, se ha propuesto crear una experiencia piloto cuyo primer resultado ha sido la elaboración de un informe sobre el análisis del comportamiento de los visitantes a la ciudad desde el punto de vista de la actividad de compras.

El presente documento es, por tanto, el resultado de la colaboración público-privada entre el **Ayuntamiento de Madrid y BBVA** comenzada durante el año 2012 y sustentada en un acuerdo marco firmado por ambas entidades en 2013.

La unión del conocimiento de las dos instituciones en este primer trabajo servirá de base a futuras colaboraciones en otros ámbitos. El proyecto piloto ha servido así mismo para detectar mejoras, establecer bases de trabajo, de comunicación y determinar la capacidad de interacción entre el ámbito público y el privado. En general, el resultado es altamente positivo y sirve de ejemplo de superación en un entorno y momento difíciles.

Este informe está orientado fundamentalmente al sector comercio, al sector turístico, a economistas, a centros de investigación y cualquier otra entidad o particular interesado en el análisis de la actividad de los visitantes de la ciudad de Madrid.

BBVA y el Ayuntamiento de Madrid han colaborado desde diferentes estamentos internos, los cuales se presentan en los siguientes apartados con el único objetivo de situar al lector en el contexto de quién es quién dentro del piloto.

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

2.1 Banco Bilbao Vizcaya Argentaria.

BBVA es un grupo financiero global fundado en 1857 con una visión centrada en el cliente. Tiene una posición sólida en España, es la primera entidad financiera de México, y es líder en algunas regiones de América del Sur y el Sunbelt en Estados Unidos. Su negocio diversificado está enfocado a mercados de alto crecimiento y concibe la tecnología como una ventaja competitiva clave. La responsabilidad corporativa es inherente a su modelo de negocio, impulsa la inclusión y la educación financieras y apoya la investigación científica y la cultura. BBVA opera con la máxima integridad, visión a largo plazo y mejores prácticas, y está presente en los principales índices de sostenibilidad.

BBVA ha hecho una apuesta decidida por la innovación, a la que considera una palanca para el crecimiento ya no sólo de su negocio sino de toda la sociedad. La innovación forma parte de los pilares del Grupo, junto con los principios y las personas. En BBVA se innova para crecer y generar valor tanto dentro como fuera del Banco. Por ello, está explorando las oportunidades que representan las plataformas abiertas para ofrecer a terceros sus capacidades bancarias y entrar en nuevas áreas de negocio. El último campo en el que BBVA centra su esfuerzo innovador pasa por la concepción de nuevas soluciones que nos permitan crecer más allá de las sucursales, llevando los servicios bancarios a entornos virtuales o acercándonos a mercados con nuevas posibilidades de penetración bancaria.

BBVA ha desarrollado el Centro de Innovación. Un lugar donde las ideas se convierten en realidad. Donde nacen y se llevan a cabo proyectos innovadores que hacen de este espacio un referente en el mundo de la innovación que busca soluciones reales para la vida de las personas, no sólo en el sector bancario, sino para la sociedad en general. El Centro de Innovación BBVA es el punto de partida de los proyectos de innovación significativa y disruptiva, donde nacen ideas y pasan por un proceso de experimentación antes de convertirse en hechos. El Centro de Innovación BBVA es un lugar donde las ideas se convierten en realidad. Donde nacen y se llevan a cabo proyectos innovadores que hacen de este espacio un referente en el mundo de la innovación que busca soluciones reales para la vida de las personas, no sólo en el sector bancario, sino para la sociedad en general.

2.2 Centro de Inteligencia Turística de Madrid Visitors & Convention Bureau

El Centro de Inteligencia Turística (CIT a partir de ahora) es un sistema de Business Intelligence orientado a la gestión de un destino turístico de primera magnitud, como es la Ciudad de Madrid. Se trata de una aplicación que integra los distintos datos estadísticos disponibles tanto de fuentes externas como de fuentes propias

El CIT se crea dentro de la empresa Municipal Madrid Visitors & Convention Buerau, dedicada a la promoción, información y acogida a los visitantes de la ciudad de Madrid, para dar respuesta a la mayor complejidad de la demanda turística. Ésta requiere un correcto análisis para poder realizar una segmentación flexible para adaptar el producto 'Madrid' a los cambios en la motivación del viaje, forma de organización, expectativas y satisfacción.

Por otro lado, el incremento de la competencia, obliga a los destinos turísticos a afinar su estrategia para atraer más turistas. Así mismo, la existencia de un gran número de actores en el sector, requiere una mayor coordinación de aquellos que intervienen en la comercialización del destino turístico.

Igualmente, la coyuntura actual requiere una mayor inversión en I+D+I y apostar por la tecnología adaptada a las nuevas situaciones.

Al existir un gran número de fuente estadísticas relativas al turismo, se hace necesario disponer de un único sistema donde estén unificados todos estos datos.

La información que proviene de diferentes fuentes refleja diversas realidades de la actividad turística. Si las mismas no son observadas en su conjunto solo nos quedaríamos con una visión sesgada de la realidad.

El CIT es un proyecto con un componente tecnológico importante, que supone el desarrollo de un sistema de *business intelligence* para su aplicación a la gestión de un destino turístico de primera magnitud, como es la Ciudad de Madrid. Supone la elaboración de una aplicación que integre los distintos datos estadísticos disponibles tanto de fuentes externas como de fuentes propias, entre los que destacamos:

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

- Encuesta de Ocupación Hotelera elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE)
- Encuestas Frontur y Egatur elaboradas por el Instituto de Estudios Turísticos
- AENA
- Fondo Monetario Internacional (FMI)
- Organización Mundial del Turismo (OMT)
- Reservas futuras en colaboración con la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid
- Empresas y Organismos de Interés
- Oficina de Turismo Madrid Visitors & Convention Burau

El CIT consta de 3 módulos:

- SIT (Sistema de Indicadores Turísticos Tradicionales): Incluye datos de viajeros, pernoctaciones, gasto turístico y transporte.
- SITTA (Sistema de Indicadores Telemático Turísticos Avanzados): Facilita información derivada de la interacción del turistas con medios electrónicos e Internet, así gasto con tarjetas de crédito de los turistas.
- SART (Sistema de Análisis y Reporting Turístico): Permite cruzar los indicadores contenidos en los módulos anteriores.

Los informes del CIT permiten a las empresas turísticas de nuestra ciudad, disponer de una avanzada herramienta de conocimiento, lo que le servirá al empresario para ajustar su estrategia de comercialización a partir del análisis de datos derivados tanto de la actividad que los turistas de diferentes mercados emisores realizan en la ciudad como de datos macroeconómicos de sus países de origen.

El CIT está financiado con fondos FEDER y ha sido seleccionado por el Ayuntamiento de Madrid como modelo de buenas prácticas en proyectos que cuentan con este tipo de financiación.

2.3 Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico del Ayuntamiento de Madrid

El Ayuntamiento de Madrid promueve activamente la economía de la ciudad a través de un modelo basado en el fomento de la actividad empresarial y la innovación, con el doble objetivo de impulsar la competitividad del tejido urbano y la generación de empleo. Es la Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico, que aglutina las instancias municipales de Madrid Emprende, Innovación Tecnológica y Comercio, la encargada de diseñar y ejecutar esta política de promoción económica, cuyos polos principales son:

- La promoción de la iniciativa empresarial mediante el fomento de la competitividad en la PYME, el apoyo a los emprendedores, el fomento de la innovación, la atracción de la inversión extranjera y el impulso a la actividad comercial. Algunas de las actuaciones que se han ejecutado en el marco de esta estrategia de desarrollo económico son: la Red de Viveros de Empresas (integrada por siete centros en los que hay incubadas más de 300 startups); la red de Centros de Innovación de Madrid Tecnología; la primera Zona Franca para nuevas empresas del país; el Fondo Seed Capital de titularidad público privada dotado de ocho millones de euros; y Madrid International Lab, una plataforma destinada a captar talento e inversión extranjeros.
- La coordinación de la estrategia de Smart Cities de la ciudad de Madrid. Dentro de la estrategia de Smart Cities se incluye la exploración de tecnologías innovadoras que puedan mejorar la gestión de la ciudad. Entre estas se encuentra el análisis de conjuntos masivos de datos sobre la ciudad de Madrid procedentes de fuentes públicas y privadas, que permitan mejorar la gestión pública de la ciudad de Madrid.

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

El proyecto de colaboración con BBVA en torno al análisis de conjuntos masivos de datos (Big Data) es una síntesis de ambas líneas de trabajo. Por un lado, se está apoyando el desarrollo de iniciativas de negocio en España en una actividad cuyo mercado mundial tuvo un valor en el año 2012 de entre 1.000 y 1.500 millones de dólares, según las estimaciones de la consultora Deloitte, con un enorme potencial de crecimiento. Según Deloitte, el "Big Data" es un negocio que está en su infancia, en el que predominan proyectos piloto y que, por tanto, tiene un enorme potencial de crecimiento. Por otro lado, la ciudad de Madrid tiene un sector turístico de importancia creciente, gracias a la contribución de múltiples negocios – hostelería, restauración, transportes, ocio, etc...- vinculados al turismo que año tras año enriquecen la oferta de la ciudad mejorando su atractivo como destino turístico. Es muy importante para el Ayuntamiento de Madrid profundizar en el conocimiento de las dinámicas en el ámbito del turismo para mejorar su experiencia e impulsar este crecimiento.

La colaboración público-privada que ha permitido el desarrollo de este estudio tiene un carácter profundamente innovador pues su objetivo es la creación de valor a partir de datos anónimos ya disponibles en las bases de datos de entidades diversas, pero que al combinarse entre sí permiten obtener una visión nueva de la ciudad de Madrid, más rica y que permitirá en última instancia profundizar en el conocimiento de la ciudad y sus habitantes y desarrollar nuevos servicios de alto valor añadido.

Un primer resultado de esta colaboración se ha plasmado en este estudio que valida la utilidad de la colaboración entre ambas partes y que sentará, sin duda, bases sólidas para futuros proyectos de colaboración en materia de innovación entre ambas entidades.

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

3. Aspectos clave del estudio

El enfoque innovador que ha guiado la elaboración del presente estudio ha supuesto una serie de ventajas respecto a metodologías tradicionales. Son las siguientes:

- **Fiabilidad:** los datos utilizados están basados en acciones reales de los usuarios y no en encuestas que se realizan a los mismos, es decir, se analizan acciones reales en lugar de declaraciones de intenciones o respuestas a preguntas.
- **Representatividad:** sumando todas las fuentes de información podemos afirmar que el tamaño de la muestra se encuentra entre el 15% y el 20% del total de transacciones realizadas con tarjeta en la ciudad de Madrid (dependiendo de la zona),.Esto incrementa en varios órdenes de magnitud la base muestral en la que se suelen basar las investigaciones convencionales.
- **Detalle de la información y capacidad de segmentación:** el nivel de *zoom* espacio-temporal, y la capacidad de descripción de los lugares y las personas que los visitan cambia de forma radical, dado el volumen de la muestra y su fiabilidad.
- ***Hibridación* de los datos con otras fuentes actuales o futuras:** al tratarse de datos estructurados y geoposicionados, es posible cruzarlos con otras fuentes como por ejemplo los medios sociales, los datos públicos abiertos y otros, tanto en producción en la actualidad como potenciales fuentes de información que se pudieran crear o liberar en el futuro.

3.1 Origen de los datos y metodología

El informe se basa en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico de BBVA: operaciones realizadas por los usuarios de tarjetas de BBVA en comercios que utilicen Terminales Punto de Venta (TPVs a partir de ahora) tanto propios como ajenos, junto con los datos originados en los TPVs BBVA por cualquier tarjeta de cualquier entidad y nacionalidad.

El uso de la información procedente de las transacciones con tarjeta en comercios y cajeros de la ciudad se lleva a cabo exclusivamente con fines estadísticos, y en ningún caso puede derivarse de este análisis el comportamiento de personas individuales.

En este sentido, los datos son convenientemente disociados o "anonimizados" y agregados tanto en el espacio como en el tiempo mediante procesos irreversibles, a fin de garantizar la privacidad de los usuarios de acuerdo con la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales.

Adicionalmente a los sistemas de tratamiento de grandes volúmenes de datos, se han utilizado para las visualizaciones con base cartográfica de este informe las herramientas CartoDB de Vizzuality y Quadrigram de Bestiario.

3.2 Categorías de comercios analizados

La información obtenida tanto desde las tarjetas propias como de los TPVs, permite analizar los datos desglosando por sector de actividad comercial. Para el presente estudio se han utilizado los siguientes segmentos:

- **Alojamiento:** Alojamiento en general o Paradores Nacionales.
- **Agencias:** Servicios corporativos, Portales web, Venta en local o Venta a distancia.
- **Restauración**: Bares[1] y cafeterías, Restaurantes, Restaurantes (para llevar y a domicilio), Restaurantes (4 y 5 tenedores) o Restaurantes (comida rápida y cadenas).

[1] **Bares de copas se clasifica dentro Ocio Nocturno de la categoría Entretenimiento.**

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

- **Alimentación**: Hipermercado, Pequeño comercio o Supermercado.
- **Transporte:** Llegada por carretera, Uso de transporte en ciudad o Uso de transporte para salir de la ciudad.
- **Compras:** Moda, Joyería y relojería, Antigüedades, arte y mobiliario, Pujas y subastas, Electrónica, electrodomésticos e informática, Grandes almacenes o Libros, discos y papelería.
- **Entretenimiento**: Espectáculos/Casinos, Deportivo, Ocio nocturno o Wellness.
- **Museos**: Museos y lugares de interés cultural y turístico.
- **Formación**: Enseñanza.
- **Otros:** Droguería y perfumería (cadenas), Droguería y perfumería (general), Bazar (regalos, souvenirs, bazares…), Colecciones (filatelia, numismática…), Duty free (venta a bordo y tiendas libres de impuestos), Artículos de juguetería y deporte, Deportes (grandes superficies) o Jugueterías (grandes superficies).

3.3 Segmentación sociodemográfica y variable temporal

Además de la segmentación básica por género y edad se ha puesto énfasis en el origen del comprador (nacional, internacional, por comunidad autónoma, por localidad, etc.) de cara a discernir entre residentes locales, visitantes nacionales y turistas internacionales.

Por otro lado la posibilidad de emplear la variable temporal ha sido determinante a la hora de realizar análisis dinámicos de actividad comercial en diversas escalas, anual para poner de manifiesto cómo los diferentes perfiles se ven influidos por la estacionalidad, y semanales o incluso por franjas horarias para determinar la influencia de eventos puntuales,

3.4 Ámbito territorial

El ámbito geográfico abarcado ha sido variable en función del objeto de análisis:

Para la comparativa 2011 vs 2012 se delimitaron 7 zonas de especial interés para el turismo y el comercio dentro de la almendra central de la ciudad Madrid.

En el análisis del turismo nacional en el año 2012 se incluyó una octava zona no central, Barajas, con el fin de poner el foco en sus particularidades (aeropuerto e Ifema). El estudio del turismo internacional en el año 2012 se ha realizado sobre estas mismas ocho zonas, que también han servido como referencia espacial para evaluar el impacto del puente de la constitución.

Sin embargo el análisis de impacto del evento MADO (Madrid Orgullo) se ha llevado a cabo sobre diversos ámbitos de diferente escala pero centrados todos ellos en el entorno que acoge la celebración. Respecto al análisis de impacto del Puente de la Constitución 2012 se han estudiado las mismas 8 zonas utilizadas para el estudio del turismo nacional de 2012.

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

4. Comparativa 2011-2012. Mercado nacional

El primer análisis realizado es un breve resumen de la actividad comercial comparando el año 2011 con el 2012. Las premisas para llevar a cabo el estudio han sido las siguientes:

- Datos correspondientes al mercado nacional tanto local como de visitantes de otras comunidades autónomas. El mercado del turismo internacional se trata separadamente en el apartado 5 de este estudio.

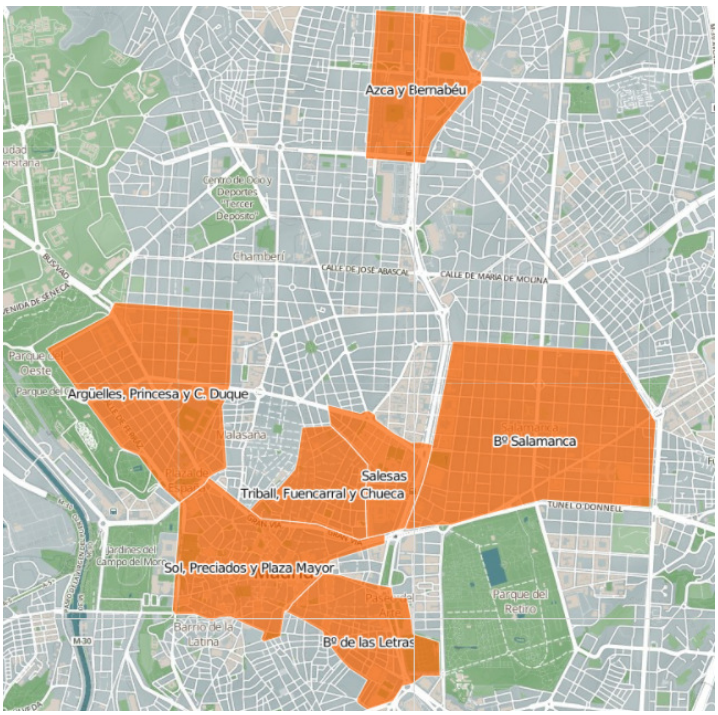
- Todos los datos mostrados con cifras absolutas (nº de transacciones, gasto en euros y compradores distintos) presentados en esta y las siguientes secciones no se corresponden con la totalidad del volumen de mercado, sino a la parte que BBVA procesa (entre el 15% y el 20% del total de las ventas con tarjeta, en función de la zona). Este tipo de cifras deben usarse como referencia a la hora de hacer comparaciones y estudiar tendencias, pero no como una representación del mercado total.

- Se comparan los dos años completos: intervalo de enero a diciembre de 2011, ambos meses incluidos, frente al mismo período de 2012.

- Los comercios estudiados son los ubicados en las siguientes 7 zonas:

1. BARRIO DE SALAMANCA
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA
4. SALESAS
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y CONDE DUQUE
6. BARRIO DE LAS LETRAS
7. AZCA Y BERNABÉU

Las zonas geográficas utilizadas en el estudio tienen un sentido turístico y por lo tanto no coincide con la distribución administrativa habitual de 21 distritos o barrios realizada por el Ayuntamiento de Madrid.



7 Zonas de estudio

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

4.1 Resumen global del resultado

Los resultados presentados en la comparativa del consumo nacional entre los años 2011 y 2012, ofrecen unas cifras que deben ser enmarcadas en el contexto adecuado. La situación económica en la zona euro, uno de los principales mercados turísticos de nuestra ciudad, y en especial el difícil momento que atraviesa nuestro país, repercuten, forzosamente, en los resultados del sector.

La presente comparativa 2011-2012 se refiere exclusivamente al mercado nacional, y la conclusión es que la demanda del mercado turístico por parte de los visitantes españoles a la ciudad se contrajo en este periodo un **8,5%.**

La caída de la confianza del consumidor en 2012 ha llegado incluso al 38% en el último trimestre del 2012 según el Banco de España. A esto hay que añadir la caída de la demanda interna que ha llegado a ser de 4 puntos enteros en términos de PIB también en el último trimestre de 2012 y utilizando datos de la misma fuente. También se debe tener en cuenta algunos hechos económicos que han contribuido a contraer el consumo durante 2012 como por ejemplo la subida del IVA a partir del 1 de septiembre, la subida de las retenciones de las rentas personales o la supresión de la paga de Navidad a los funcionarios **y** empleados públicos.

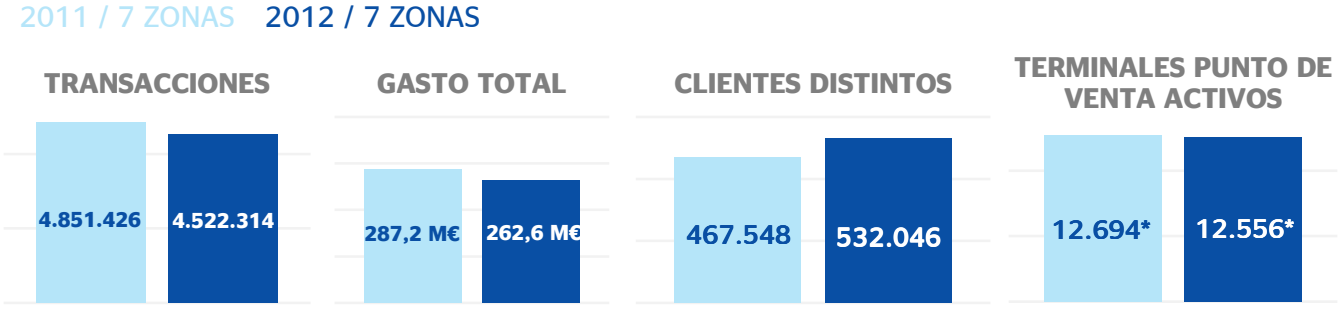
A pesar de este panorama económico negativo, la caída del consumo interno en Madrid no ha sido tan pronunciada como podría esperarse, y encontramos **datos positivos del mercado internacional, que supone el 49% aproximadamente de las visitas a la ciudad de Madrid.**

Efectivamente, en el punto relativo a evolución de los ingresos del **mercado turístico internacional,** se realiza también una cuantificación de la variación interanual, siendo el resultado positivo en este caso, al registrarse un **incremento del 13,7% del gasto.**

Por otro lado, y volviendo al análisis del consumo de los turistas nacionales, como resultados positivos de la comparativa interanual caben destacar los siguientes:

- Suben las transacciones medias en zonas como el Barrio de Salamanca - un **43,8 %** -, Sol, Preciados, Plaza Mayor – un **4,8%.** – y Barrio de Las Letras - un **29,2%** - .
- Triball, Fuencarral y Chueca han experimentado subidas entorno al **5%** tanto en transacciones como en número de compradores distintos.
- La zona de Azca, sube el gasto en un **6,5%,** aunque es la única zona que experimenta un descenso en el gasto internacional.
- Respecto a la implantación de TPVs, cifra que ofrece una idea del número de comercios activos, se detecta un descenso en el balance general, pero no especialmente significativo, incluso en ciertas zonas se han experimentado subidas, como por ejemplo en Triball, Fuencarral y Chueca **(4,9%),** o en el Barrio de la Letras (**4,7%).**

Comparación de las grandes cifras agregadas para las 7 zonas en los dos años analizados:



Análisis de la evolución interanual. Resumen comparativa consumo 2011/2012

*Nota: Número de TPVs de la provincia de Madrid: 156.988 TPVs (124.660 de ellos activos).
Número de TPVs en la ciudad de Madrid: 86.798 TPVs (69.181 de ellos activos).

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

4.1.1 Consumo 7 zonas 2011

El siguiente desglose caracteriza de manera cuantificada el consumo en 2011 de locales y visitantes nacionales de forma agregada para las 7 zonas estudiadas; lógicamente las cifras de gasto anual acumulado o de transacciones por comprador y año se ven influidas por el distinto tiempo de permanencia en la ciudad de Madrid.

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	80,0 M€	1.369.519	185.687	431	7	58	12.694
Madrid provincia	207,1 M€	3.481.907	281.861	735	12	59	
Total	287,1 M€	4.851.426	467.548	614	10	59	

4.1.2 Consumo 7 zonas 2012

De la misma forma que en el punto anterior, el siguiente desglose caracteriza de manera cuantificada el consumo en 2012 de locales y visitantes nacionales de forma agregada para las 7 zonas estudiadas; lógicamente las cifras de gasto anual acumulado o de transacciones por comprador y año se ven influidas por el distinto tiempo de permanencia en la ciudad de Madrid.

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	70,9 M€	1.169.584	237.956	298	5	61	12.556
Madrid provincia	191,6 M€	3.352.730	294.090	652	11	57	
Total	262,6 M€	4.522.314	532.046	493	8	58	

4.1.3 Variación 7 zonas 2011-2012

En la siguiente tabla se muestra la variación experimentada en el consumo entre los años 2011 y 2012 en las 7 zonas de estudio.

PROCEDENCIA	ΔGASTO	ΔNº DE TRANSACCIONES	ΔNº COMPRADORES DESTINTOS	ΔGASTO POR COMPRADOR	ΔNº DE TRANS. POR COMPRADOR	ΔTRANS. MEDIA	ΔNº DE TPVs
Fuera de Madrid	-11,3%	-14,6%	28,1%	-30,8%	-33,4%	3,9%	-1,1%
Madrid provincia	-7,5%	-3,7%	4,3%	-11,3%	-7,7%	-3,9%	
Total	-8,5%	-6,8%	13,8%	-19,6%	-18,1%	-1,9%	

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

4.2 Evolución por zona

En este punto se presentan zona a zona las grandes cifras anuales para 2011 y 2012, y su comparación.

4.2.1 Barrio de Salamanca

Esta zona se distingue por un aspecto urbanístico de gran importancia, característico de los ensanches del s.XIX. Se trata de su estructura reticular muy definida, con calles perpendiculares (sobre todo en los barrios de Recoletos, Goya, Lista y Castellana) y gran densidad comercial, gracias al gran número de locales en planta baja.

El Barrio de Salamanca es un gran núcleo comercial y una de las zonas extensas de la ciudad de Madrid. Tiene tres ejes principales desde un punto de vista del comercio, el primero es Serrano, cuya remodelación reciente ha contribuido a consolidar el concepto "Milla de Oro" de la ciudad donde se combinan firmas de primer nivel mundial con comercio local más tradicional. El segundo es Jorge Juan, que ha sabido imprimir un estilo propio a su actividad que la ha llevado a convertirse en una referencia. Por fin, la confluencia entre las calles de Goya y Alcalá, posee una de las concentraciones comerciales más activas de Madrid.

Desde un punto de vista turístico, la importancia de esta zona para el denominado turismo de compras es clave.

4.2.1.1 Consumo 2011

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	26,8 M€	460.209	87.358	307	5	58	4.166
Madrid provincia	81,0 M€	1.090.484	146.009	554	7	74	
Total	107,8 M€	1.550.693	233.367	462	7	69	

4.2.1.2 Consumo 2012

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	24.9 M€	297.444	79.702	312	4	84	4.041
Madrid provincia	72,4 M€	1.059.123	142.742	507	7	68	
Total	97,3 M€	1.356.567	222.444	437	6	72	

4.2.1.3 Variación 2011-2012

PROCEDENCIA	ΔGASTO	ΔNº DE TRANSACCIONES	ΔNº COMPRADORES DESTINTOS	ΔGASTO POR COMPRADOR	ΔNº DE TRANS. POR COMPRADOR	ΔTRANS. MEDIA	ΔNº DE TPVs
Fuera de Madrid	-7,1%	-35,4%	-8,8%	1,9%	-29,1%	43,8%	-3,0%
Madrid provincia	-10,6%	-2,9%	-2,2%	-8,6%	-0,6%	-7,9%	
Total	-9,7%	-12,5%	-4,7%	-5,3%	-8,2%	3,2%	

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

4.2.2 Sol, Preciados y Plaza Mayor

La zona centro tradicional es uno de los principales atractivos de la ciudad, por historia, por situación y por interés turístico. Constituye el nodo central por el que todos los visitantes pasan en algún momento. Aunque las compras son importantes, el sector hostelería tiene también un peso considerable, con un notable ejemplo de recualificación en el Mercado de San Miguel, un remarcable caso de éxito que en muy poco tiempo se ha erigido en un referente para los visitantes de la ciudad. Además, la peatonalización de las calles ha contribuido a elevar el interés turístico de la misma. La Puerta del Sol ha tenido una remodelación muy reciente que ha beneficiado el acceso desde el transporte público y el flujo de peatones.

En ella es posible encontrar la gran mayoría de los comercios centenarios de la ciudad. En la Plaza Mayor, además, se congregan compras especializadas como por ejemplo la filatelia o numismática y en Navidad acoge el mercado navideño más tradicional ya que desde 1860 se celebra todos los años.

Las calles Preciados y El Carmen, desembocan ambas en la Plaza del Callao donde se reúne una concentración comercial de primer nivel. Es probablemente una de las zonas más transitadas de la ciudad desde un punto de vista peatonal.

4.2.2.1 Consumo 2011

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	22,3 M€	447.073	138.196	161	3	50	2.917
Madrid provincia	48,1 M€	1.005.832	183.304	263	5	48	
Total	70,4 M€	1.452.905	321.500	219	4	48	

4.2.2.2 Consumo 2012

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	19,1 M€	366.268	116.206	164	3	52	2.972
Madrid provincia	42,1 M€	906.636	176.995	238	5	46	
Total	61,2 M€	1.272.904	293.201	209	4	48	

4.2.2.3 Variación 2011-2012

PROCEDENCIA	ΔGASTO	ΔNº DE TRANSACCIONES	ΔNº COMPRADORES DESTINTOS	ΔGASTO POR COMPRADOR	ΔNº DE TRANS. POR COMPRADOR	ΔTRANS. MEDIA	ΔNº DE TPVs
Fuera de Madrid	-14,1%	-18,1%	-15,9%	2,1%	-2,6%	4,8%	1,9%
Madrid provincia	-12,6%	-9,9%	-3,4%	-9,5%	-6,6%	-3,2%	
Total	-13,1%	-12,4%	-8,8%	-4,7%	-3,9%	-0,8%	

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

4.2.3 Triball, Fuencarral y Chueca

Uno de los máximos exponentes de la revitalización de una zona en una ciudad. Chueca ha sabido reinventarse y crear una marca e identidad propias que han elevado a un gran nivel el prestigio y proyección de esta zona tanto en España como a nivel internacional. El eje de Fuencarral, la creación del mercado de San Antón y la apertura de multitud de comercios y locales, han conseguido convertir este área en una referencia vital para la ciudad de Madrid.

Lo que más destaca en el eje de Fuencarral, recientemente peatonalizado en su tramo más transitado, es la amplia oferta de marcas de moda, muchas de estilo deportivo, pero también otras de primer nivel. Además de grandes firmas, también se encuentran otras propuestas de ropa enfocadas a un estilo de grupos 'urbanos'.

En el entorno de la calle Ballesta y aledaños, esta zona, ya sean las principales calles como otras más pequeñas, suele abundar el pequeño comercio, con locales reducidos donde se muestran propuestas innovadoras para comprar: regalos, artesanía, accesorios y complementos... Destacan especialmente las joyerías y platerías de diseño. Además, cuenta con diversos comercios tradicionales tanto en el ámbito de la alimentación, como otros enfocados al hogar y la casa, como zapateros o carpinteros.

4.2.3.1 Consumo 2011

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	4,6 M€	87.973	34.485	135	2	53	1.379
Madrid provincia	10,3 M€	201.443	59.304	175	3	51	
Total	15,0 M€	289.416	93.789	160	3	52	

4.2.3.2 Consumo 2012

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	4,5 M€	92.900	36.225	124	3	48	1.437
Madrid provincia	9,8 M€	210.973	61.738	160	3	47	
Total	14,3 M€	303.873	97.963	146	3	47	

4.2.3.3 Variación 2011-2012

PROCEDENCIA	ΔGASTO	ΔNº DE TRANSACCIONES	ΔNº COMPRADORES DESTINTOS	ΔGASTO POR COMPRADOR	ΔNº DE TRANS. POR COMPRADOR	ΔTRANS. MEDIA	ΔNº DE TPVs
Fuera de Madrid	-3,4%	5,6%	5,0%	-8,0%	0,5%	-8,5%	4,9%
Madrid provincia	-4,8%	4,7%	4,1%	-8,6%	0,6%	-9,1%	
Total	-4,4%	5,0%	4,4%	-8,4%	0,5%	-8,9%	

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

4.2.4 Salesas

Con el indiscutible protagonismo de dos sensacionales construcciones, una el Palacio de Longoria, actual sede de la Sociedad General de Autores y Editores (un gran ejemplo del movimiento modernista en Madrid), y otra la iglesia de Las Salesas Reales, antiguo convento, este eje comercial se extiende a través de un mapa de calles que ofrecen un shopping con nombre propio. Conde de Xiquena, Argensola, Almirante, Bárbara de Braganza, Fernando VI, Prim, Piamonte, Barquillo y otras aledañas constituyen un espacio urbano atractivo y agradable, con una oferta comercial cualificada pero diversa y adecuada para cualquier compra en cualquier momento del año.

Esta zona congrega, arte, diseño y actividad hostelera. Sirve de transición entre áreas turísticas y más de ciudad. Situada entre Chueca y Barrio de Salamanca, aúna un poco de las dos zonas con un evidente interés desde un punto de vista del comercio.

4.2.4.1 Consumo 2011

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	2,0 M€	27.609	12.570	158	2	72	660
Madrid provincia	7,5 M€	113.934	34.441	219	3	66	
Total	9,5 M€	141.543	47.011	202	3	67	

4.2.4.2 Consumo 2012

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	1,7 M€	29.095	12.949	129	2	57	651
Madrid provincia	7,3 M€	111.687	35.406	207	3	66	
Total	9,0 M€	140.782	48.355	186	3	64	

4.2.4.3 Variación 2011-2012

PROCEDENCIA	ΔGASTO	ΔNº DE TRANSACCIONES	ΔNº COMPRADORES DESTINTOS	ΔGASTO POR COMPRADOR	ΔNº DE TRANS. POR COMPRADOR	ΔTRANS. MEDIA	ΔNº DE TPVs
Fuera de Madrid	-16%	5,4%	3,0%	-18,4%	2,3%	-20,3%	-1,4%
Madrid provincia	-2,6%	-2,0%	2,8%	-5,2%	-4,6%	-0,6%	
Total	-5,4%	-0,5%	2,9%	-8,0%	-3,3%	-4,8%	

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

4.2.5 Argüelles, Princesa y Conde Duque

Combinación de comercio y cultura, hacen que esta zona tenga un interés turístico especial. El Centro Cultural Conde Duque, revitalizado y reinventado, sirve de núcleo para una extensión que atrae visitantes convencionales mezclados con un público más exigente. Aparte, la importancia del eje de Princesa como centro de actividad comercial local es fundamental para interpretar la vitalidad de la zona, que se transforma en un espacio de ocio durante los fines de semana.

4.2.5.1 Consumo 2011

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	12,4 M€	186.908	30.862	401	6	66	1.819
Madrid provincia	24,0 M€	401.753	76.603	313	5	60	
Total	36, 4 M€	588.661	107.465	339	5	62	

4.2.5.2 Consumo 2012

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	7,2 M€	140.783	30.524	237	5	51	1.771
Madrid provincia	24,1 M€	412.563	80.018	301	5	58	
Total	31, M€	553.346	110.542	283	5	56	

4.2.5.3 Variación 2011-2012

PROCEDENCIA	ΔGASTO	ΔNº DE TRANSACCIONES	ΔNº COMPRADORES DESTINTOS	ΔGASTO POR COMPRADOR	ΔNº DE TRANS. POR COMPRADOR	ΔTRANS. MEDIA	ΔNº DE TPVs
Fuera de Madrid	-41,6%	-24,7%	-1,1%	-41,0%	-23,8%	-22,5%	-2,6%
Madrid provincia	0,3%	2,7%	4,5%	-4,0%	-1,7%	-2,3%	
Total	-14 %	-6,0%	2,9%	-16,4%	-8,6%	-8,5%	

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

4.2.6 Barrio de las Letras

Zona eminentemente cultural, beneficiada por la cercanía de llamado "Paseo del Arte", tiene una importancia fundamental desde un punto de vista turístico. La peatonalización de la zona y la creación de primer acceso preferente para residentes, ha beneficiado la actividad comercial en un barrio que ha sabido adaptarse a los cambios gracias a la iniciativa de las asociaciones de comerciantes en colaboración con el Ayuntamiento.

Destaca la amplia oferta hostelera, especialmente en la calle Huertas y en la Plaza de Santa Ana, donde cafés, tabernas y restaurantes ofrecen lo mejor de la gastronomía tradicional española y una de las prácticas más antiguas de nuestra cultura: el tapeo. Con el buen tiempo, la plaza se llena de terrazas al aire libre durante todo el día.

En esta zona se pueden encontrar establecimientos que ofrecen algunas de las mejores y más genuinas propuestas de vanguardia artística y creativa, que conviven a la perfección con otros comercios que mantienen y conservan los oficios y profesiones de antaño como luthier, platero o zapatero.

4.2.6.1 Consumo 2011

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	3,8 M€	51.778	26.164	145	2	73	843
Madrid provincia	5,9 M€	172.513	38.160	154	4	34	
Total	9,7 M€	224.291	64.324	150	3	43	

4.2.6.2 Consumo 2012

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	3,6 M€	51.840	28.055	129	2	70	883
Madrid provincia	5,0 M€	102.761	42.532	118	2	49	
Total	8,6 M€	154.601	70.587	122	2	56	

4.2.6.3 Variación 2011-2012

PROCEDENCIA	ΔGASTO	ΔNº DE TRANSACCIONES	ΔNº COMPRADORES DESTINTOS	ΔGASTO POR COMPRADOR	ΔNº DE TRANS. POR COMPRADOR	ΔTRANS. MEDIA	ΔNº DE TPVs
Fuera de Madrid	-5,0%	0,1%	7,2%	-11,5%	-6,6%	-5,2%	4,7%
Madrid provincia	-14,7%	-40,4%	11,5%	-23,5%	-46,6%	43,2%	
Total	-10,9%	-31,0%	9,7%	-18,8%	-37,2%	29,2%	

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

4.2.7 Azca y Bernabéu

Considerado el centro financiero de la capital de España, Azca agrupa a algunos de los más importantes edificios y rascacielos de Madrid y ofrece una actividad profesional y comercial con un alto ritmo diario, marcada por los trabajadores no residentes en la zona, y por un número creciente de turistas. Restaurantes y cafeterías, tiendas de moda y complementos, así como centros comerciales marcan la vida de este complejo.

La zona de Azca se ubica al norte de la ciudad, en el denominado Complejo Azca, que se extiende entre el Paseo de la Castellana y las calles Orense, Raimundo Fernández Villaverde y General Perón. Ofrece una gran vida comercial, cuyo ritmo diario (especialmente entre semana) es muy rápido y frenético. Tanto el oficinista que trabaja en el complejo como el visitante de negocios o turista disponen de una amplia oferta de establecimientos de moda, complementos, zapaterías, joyerías, decoración y hogar, etc. Destacan las tiendas especializadas en tecnología y telefonía móvil, que reciben esta sinergia por encontrarse en un área eminentemente de negocios.

La zona ofrece también un gran abanico de restaurantes y cafeterías con diferentes estilos y menús especiales a mediodía a precios asequibles. Además, en esta zona se reúne una interesante propuesta de centros comerciales. Por fin, la presencia del Estadio Santiago Bernabéu, confiere una entidad especial a esta zona especialmente los días de competición. Las citas europeas en el mismo otorgan a este espacio una importancia turística singular. Además, el llamado "Tour del Bernabéu", alcanza las 900.000 visitas anuales, justo detrás de los grandes museos (Prado, Thyssen y Reina Sofía), de CentroCentro y del Palacio Real.

4.2.7.1 Consumo 2011

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	8,1 M€	107.969	33.252	243	3	75	824
Madrid provincia	30,2 M€	495.948	86.108	351	6	61	
Total	38,3 M€	603.917	119.360	321	5	63	

4.2.7.2 Consumo 2012

PROCEDENCIA	GASTO (EUR)	Nº DE TRANSACCIONES	Nº COMPRADORES DESTINTOS	GASTO POR COMPRADOR (EUR)	Nº DE TRANS. POR COMPRADOR	TRANS. MEDIA (EUR/TX)	Nº DE TPVs
Fuera de Madrid	9,9 M€	191.254	64.848	153	3	52	801
Madrid provincia	30,9 M€	548.987	94.127	328	6	56	
Total	40,8 M€	740.241	158.975	257	5	55	

4.2.7.3 Variación 2011-2012

PROCEDENCIA	ΔGASTO	ΔNº DE TRANSACCIONES	ΔNº COMPRADORES DESTINTOS	ΔGASTO POR COMPRADOR	ΔNº DE TRANS. POR COMPRADOR	ΔTRANS. MEDIA	ΔNº DE TPVs
Fuera de Madrid	22,6%	77,1%	95,0%	-37,1%	-9,1%	-30,8%	-2,8%
Madrid provincia	2,2%	10,7%	9,3%	-6,5%	1,2%	-7,7%	
Total	6,5%	22,6%	33,2%	-20,1%	-8,0%	-13,1%	

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

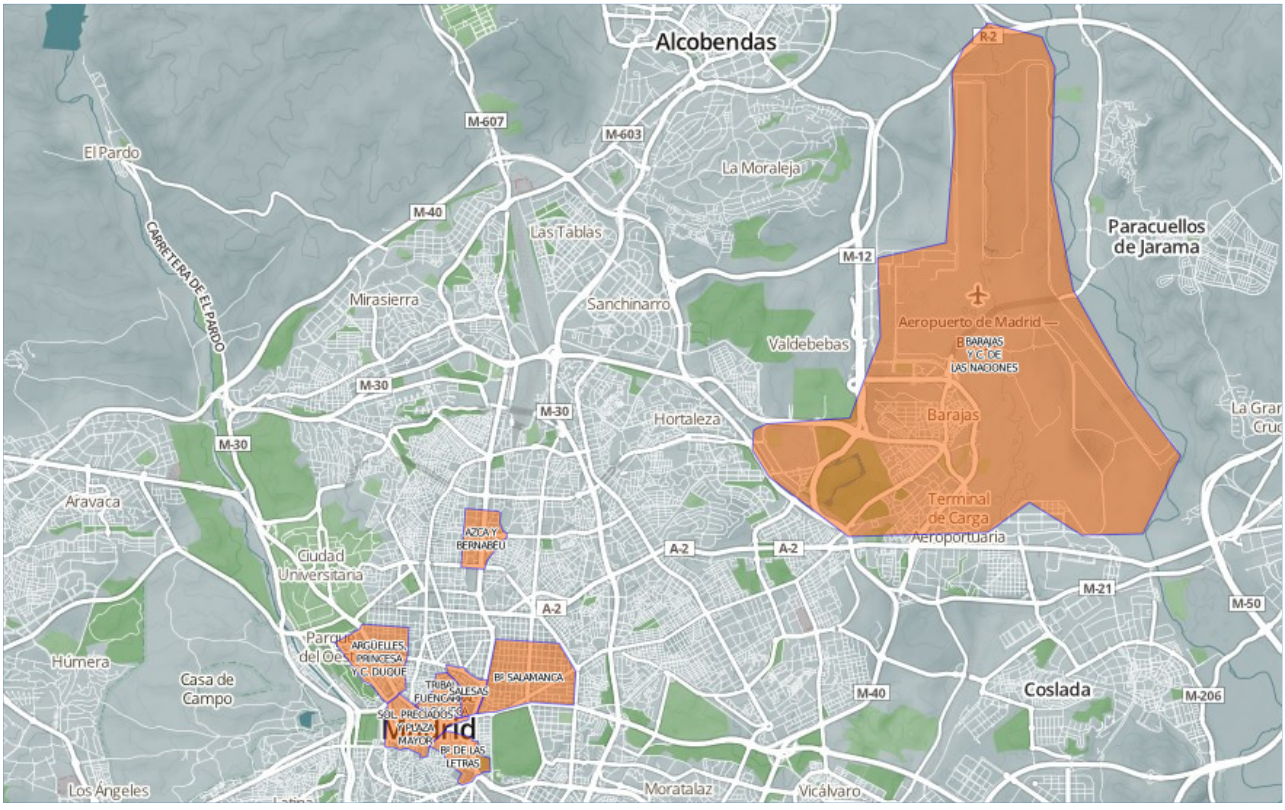
5. Análisis en detalle año 2012. Mercado nacional.

El segundo estudio es similar a la comparativa anterior pero centrado exclusivamente en el año 2012 y ampliando las zonas a 8. Las categorías comerciales estudiadas son las mismas.

5.1 Introducción

- Datos correspondientes al mercado nacional tanto local como de visitantes de otras comunidades autónomas. El mercado del turismo internacional se trata separadamente en el apartado 5 de este estudio
- Periodo de tiempo analizado: de enero a diciembre de 2012.
- Comercios estudiados: los que se encuentran ubicados en las siguientes 8 zonas:

1. BARRIO DE SALAMANCA
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA
4. SALESAS
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y CONDE DUQUE
6. BARRIO DE LAS LETRAS
7. AZCA Y BERNABÉU
8. BARAJAS Y CAMPO DE LAS NACIONES



7 Zonas de estudio + Barajas

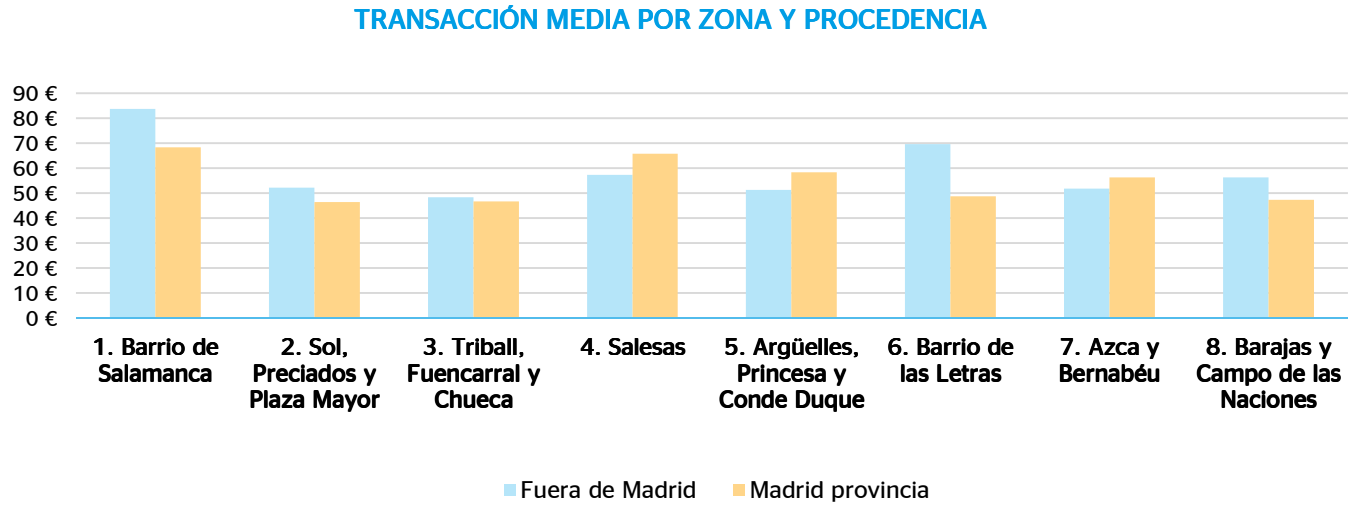
Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.1.1 Características de las zonas estudiadas

-

	1.BARRIO DE SALAMANCA	2.SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	3.TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	4.SALESAS	5.ARGÜELLES, PRINCESA Y CONDE DUQUE	6.BARRIO DE LAS LETRAS	7.AZCA Y BERNABÉU	8.BARAJAS Y CAMPO DE LAS NACIONES
Nº de TPVs	4041	2972	1437	651	1771	883	801	691
TPVs por hectárea	18,8	27,9	29,2	15,5	12	13	9,9	0,17
Nº de transacciones por TPV al año	335	428	211	216	312	175	924	566
Transacción media	72 €	48 €	47 €	64 €	57 €	56 €	55 €	51 €



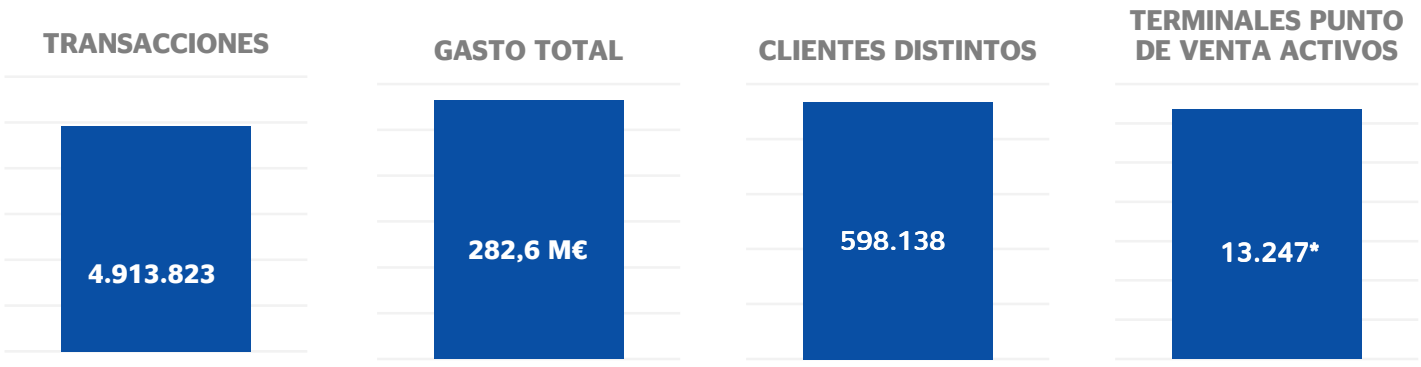
Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.2 Resumen del consumo nacional en 2012

Estas son las grandes cifras del consumo nacional durante 2012 en las 8 zonas analizadas.

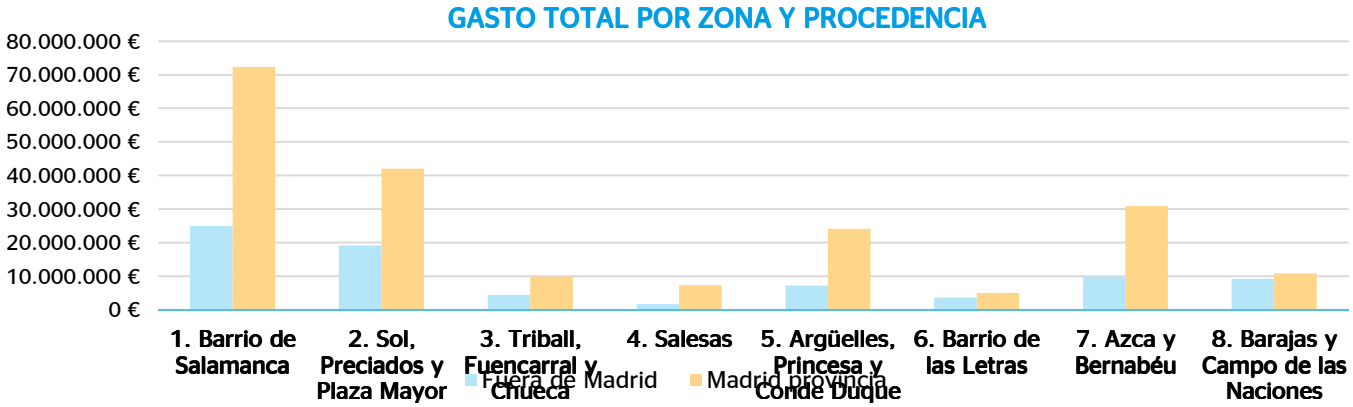
2012/ 8 ZONAS

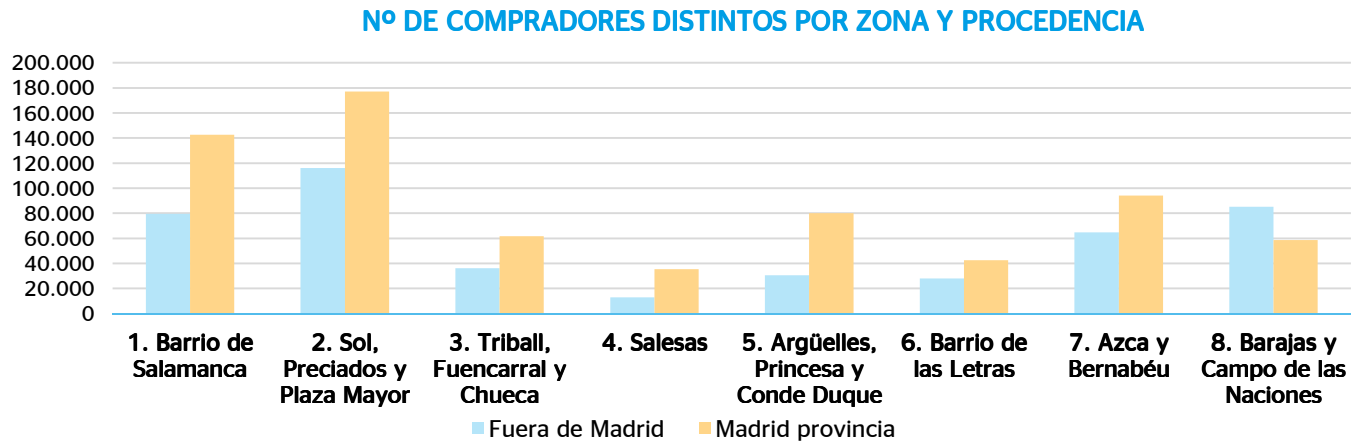


Grandes cifras de las 8 zonas de estudio durante 2012

*Nota: Número de TPVs de la provincia de Madrid: 156.988 TPVs (124.660 de ellos activos).
Número de TPVs en la ciudad de Madrid: 86.798 TPVs (69.181 de ellos activos).

Analizando el gasto total en cada una de las 8 zonas de estudio y separando el gasto realizado por residentes en la provincia de Madrid y el realizado por el resto de provincias se puede observar que el barrio de Salamanca es con diferencia el que más consumo concentra, en ambas categorías. Sin embargo analizando el número de compradores distintos presente en cada zona, Sol, Preciados y Plaza Mayor es la que mejor resultado registra.



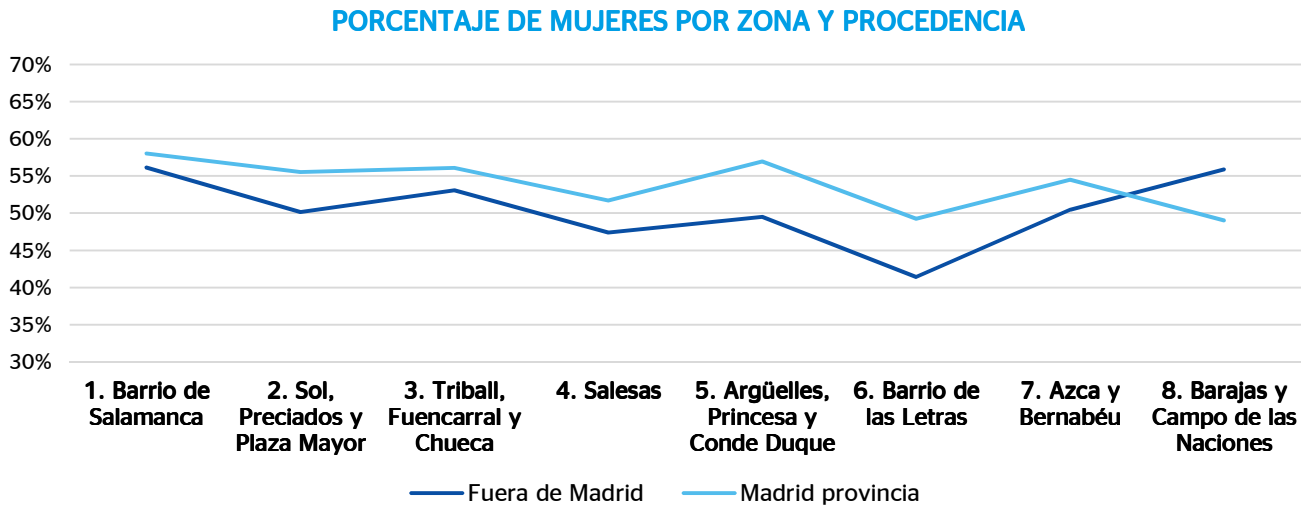


Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

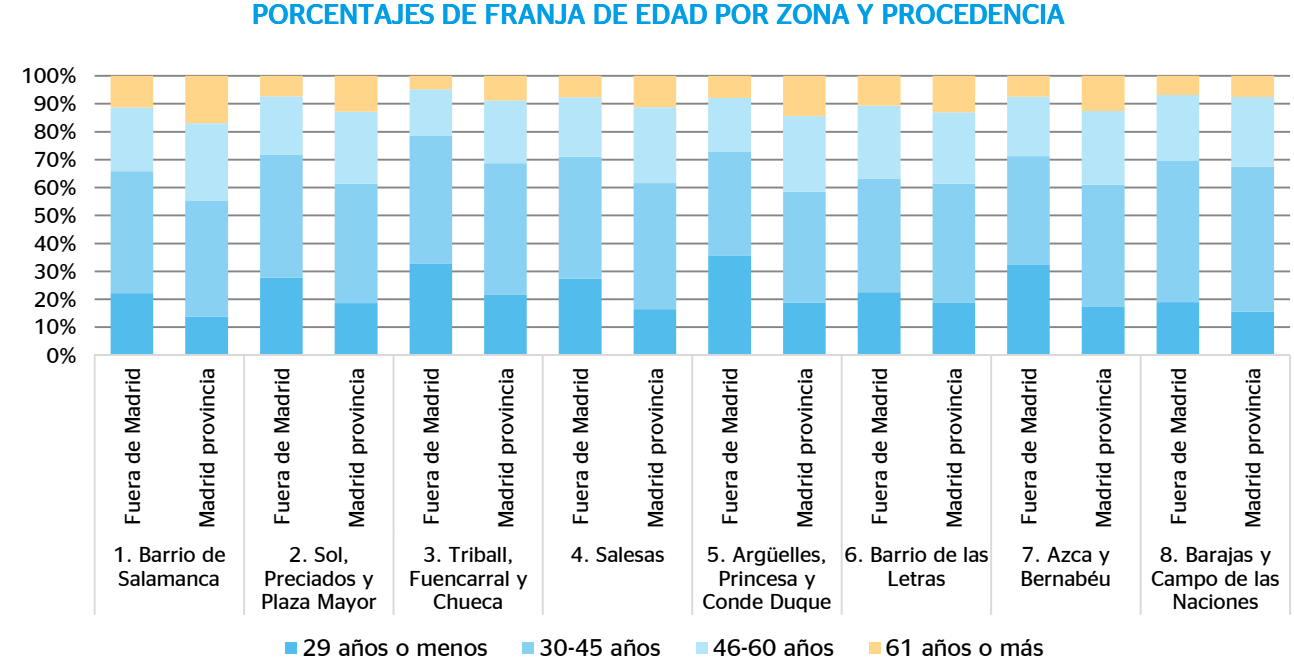
5.2.1 Segmentación de los compradores por zona

Para las 8 zonas analizadas se puede observar que el porcentaje de mujeres frente a hombres es inferior para aquellos compradores de fuera de la provincia, salvo para el caso de Barajas y Campo de las Naciones. A su vez barrio de Salamanca es la zona con mayor porcentaje de compradores mujeres frente a hombres, tanto residentes en Madrid como de fuera de la provincia.



Realizando la segmentación de los compradores por edad en paralelo para las 8 zonas de estudio y diferenciando entre residentes y no residentes en la provincia de Madrid; se puede observar que para los residentes en Madrid, barrio de Salamanca registra el mayor porcentaje de mayores de 60 años, mientras que Triball, Fuencarral y Chueca el mayor porcentaje de menores de 30 años.

Respecto a los residentes en otras provincias de España, barrio de Salamanca continúa siendo la zona preferida por los mayores de 60, mientras que Argüelles, Princesa y Conde Duque es la zona número uno para los menores de 30 años.



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

En la siguiente tabla se muestra el desglose porcentual del gasto por categorías y zonas. En la última fila se muestra la base del desglose en términos absolutos (millones de €).

	1.BARRIO DE SALAMANCA	2.SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	3.TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	4.SALESAS	5.ARGÜELLES, PRINCESA Y CONDE DUQUE	6.BARRIO DE LAS LETRAS	7.AZCA Y BERNABÉU	8.BARAJAS Y CAMPO DE LAS NACIONES
Agencias	4,2%	2,4%	1,3%	8,6%	5,9%	2,4%	2,0%	1,3%
Alimentación	5,5%	1,0%	5,7%	1,8%	9,0%	2,5%	1,8%	16,4%
Alojamiento	2,5%	5,6%	5,1%	0,9%	2,5%	24,4%	1,1%	3,6%
Compras	59,8%	65,4%	41,9%	34,7%	44,5%	16,6%	65,1%	28,1%
Entretenimiento	11,2%	6,9%	11,0%	18,1%	15,5%	13,6%	8,9%	10,0%
Formación	0,7%	0,7%	1,4%	2,4%	1,1%	0,3%	0,4%	0,1%
Museos	0,0%	0,1%	0,0%	0,4%	0,0%	3,1%	0,0%	0,0%
Otros	3,6%	4,2%	10,5%	3,0%	3,0%	3,9%	1,3%	13,2%
Restauración	11,8%	12,4%	22,9%	28,0%	14,7%	32,2%	9,6%	8,2%
Transporte	0,8%	1,4%	0,2%	1,9%	3,8%	1,0%	9,6%	19,1%
TOTAL M€	97,3	61,2	14,4	9,0	31,3	8,6	40,8	20,0

Número medio de compras anuales por comprador en cada zona, distinguiendo entre visitantes y madrileños. Esta magnitud permite medir la recurrencia de los compradores a cada zona:

	1.BARRIO DE SALAMANCA	2.SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	3.TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	4.SALESAS	5.ARGÜELLES, PRINCESA Y CONDE DUQUE	6.BARRIO DE LAS LETRAS	7.AZCA Y BERNABÉU	8.BARAJAS Y CAMPO DE LAS NACIONES
Fuera de Madrid	3,7	3,2	2,6	2,2	4,6	1,8	2,9	1,9
Madrid provincia	7,4	5,1	3,4	3,2	5,2	2,4	5,8	3,9
Recurrencia GLOBAL	6,1	4,3	3,1	2,9	5,0	2,2	4,7	2,7

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

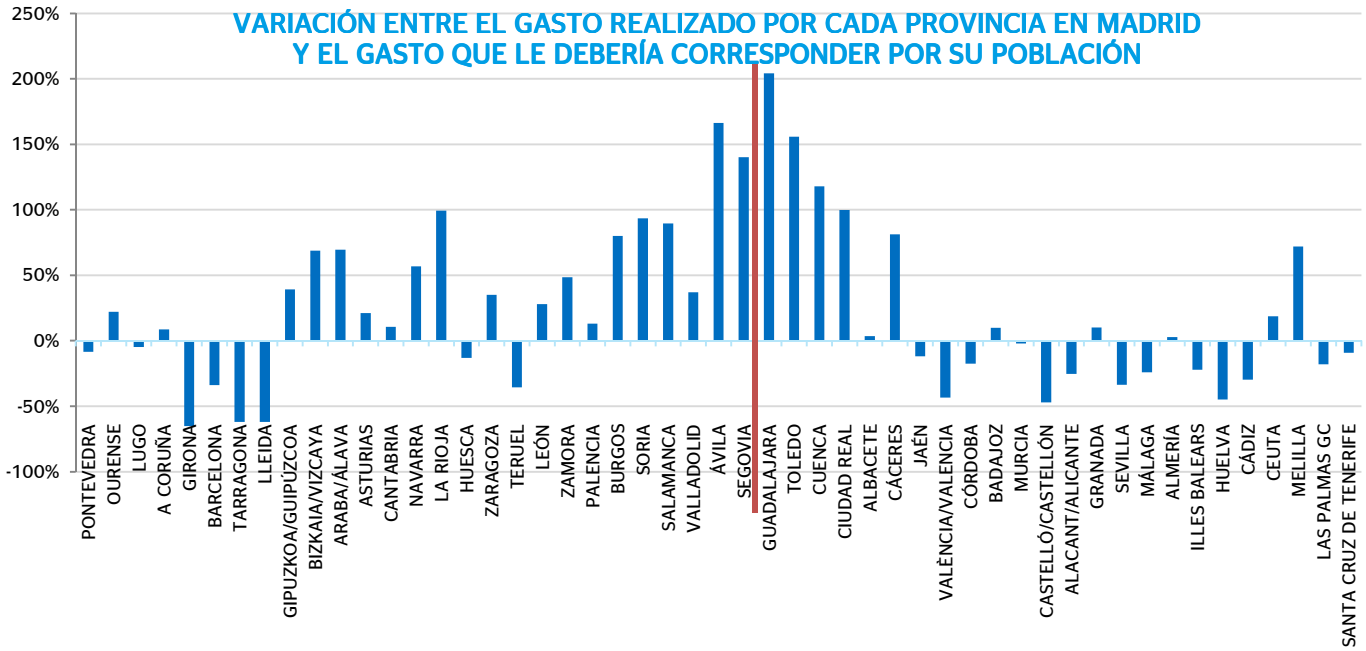
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.3 Origen del gasto

5.3.1 Visitantes españoles por provincia

En el siguiente diagrama se ilustra el origen del gasto por provincias. Las provincias siguen un orden de mayor a menor porcentaje del gasto total en el eje horizontal. En el estudio pormenorizado de cada una de las 8 zonas de estudio en esta misma sección se analizará el gasto por provincia.

En esta tabla se representa el gasto de cada provincia ponderado por la población mayor de 16 años de la misma. De este modo destacan provincias sin gran peso en términos absolutos de gasto, pero con gran relevancia en términos relativos. En este caso las provincias más cercanas físicamente a Madrid se encuentran en el centro del diagrama, situándose las más alejadas en los extremos.



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

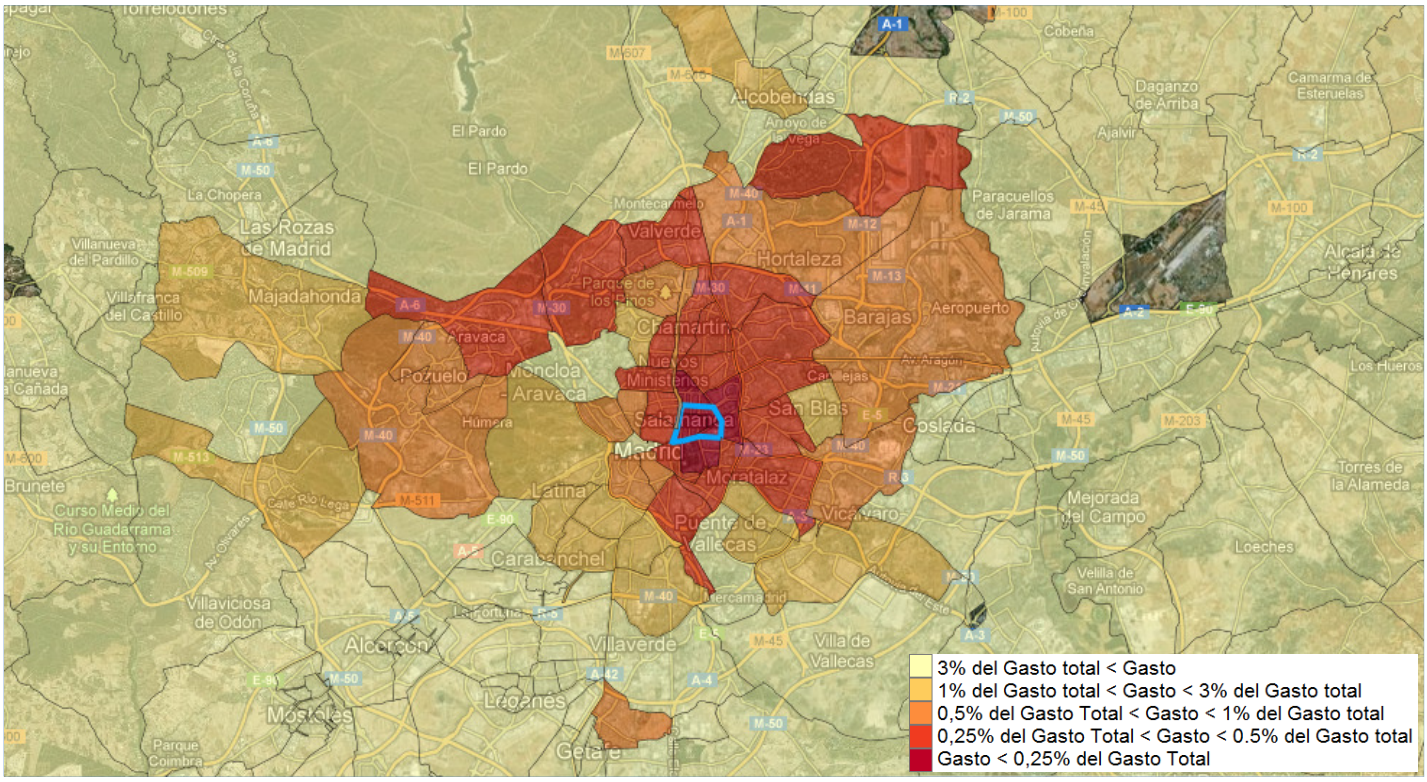
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.3.2 Visitantes residentes en Madrid

A continuación se muestra mediante ocho mapas de calor la procedencia de los residentes madrileños que realizaron compras a lo largo de 2012 en las zonas de referencia analizados. Se representa así la capacidad de atracción y el área de influencia de cada una de las ocho zonas estudiadas.

La delimitación empleada ha sido la de códigos postales, y la escala de colores asignada a cada código postal está referida al peso porcentual del gasto con origen en dicho código postal y destino la zona de referencia respecto al gasto total que registró tal zona de referencia.

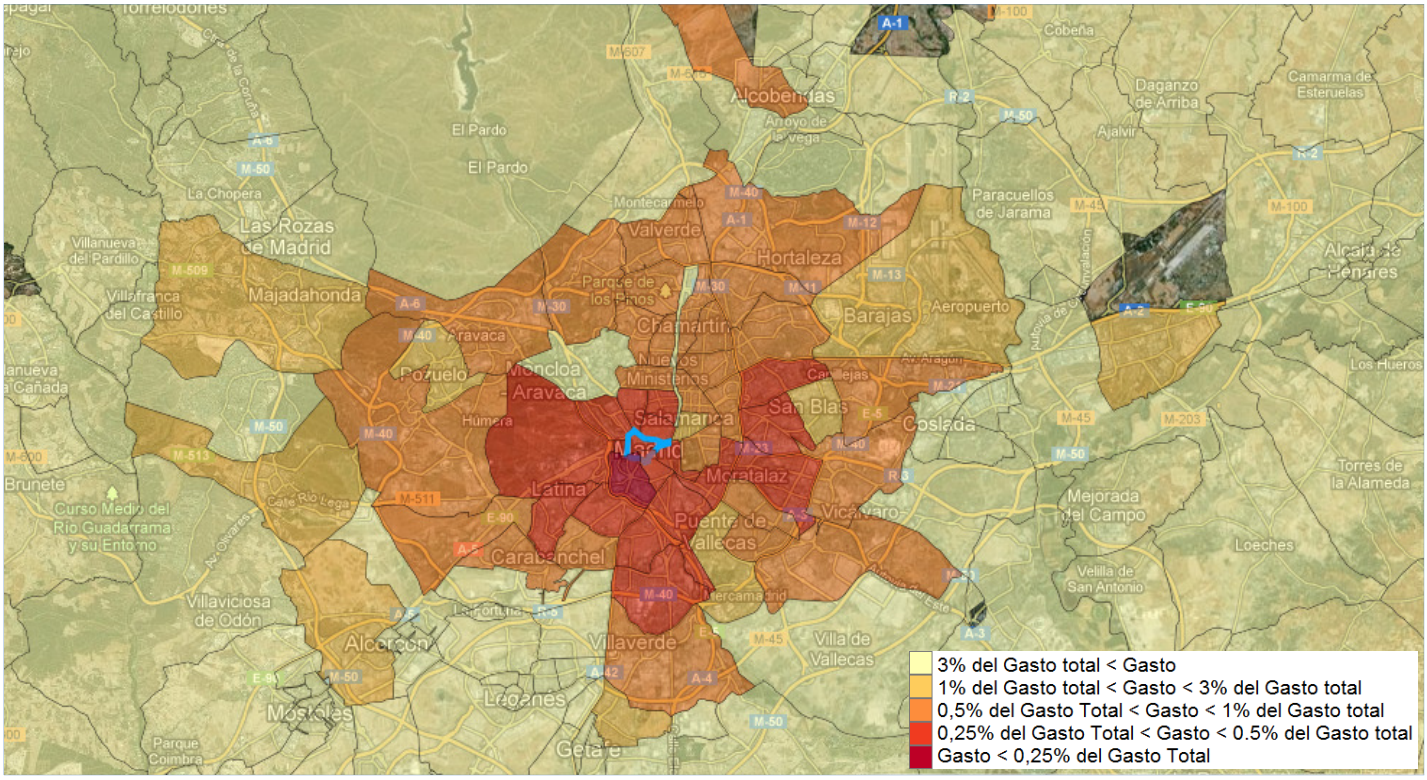
En los siguientes 8 mapas se marca en azul la zona donde se produce el gasto, estudiada.



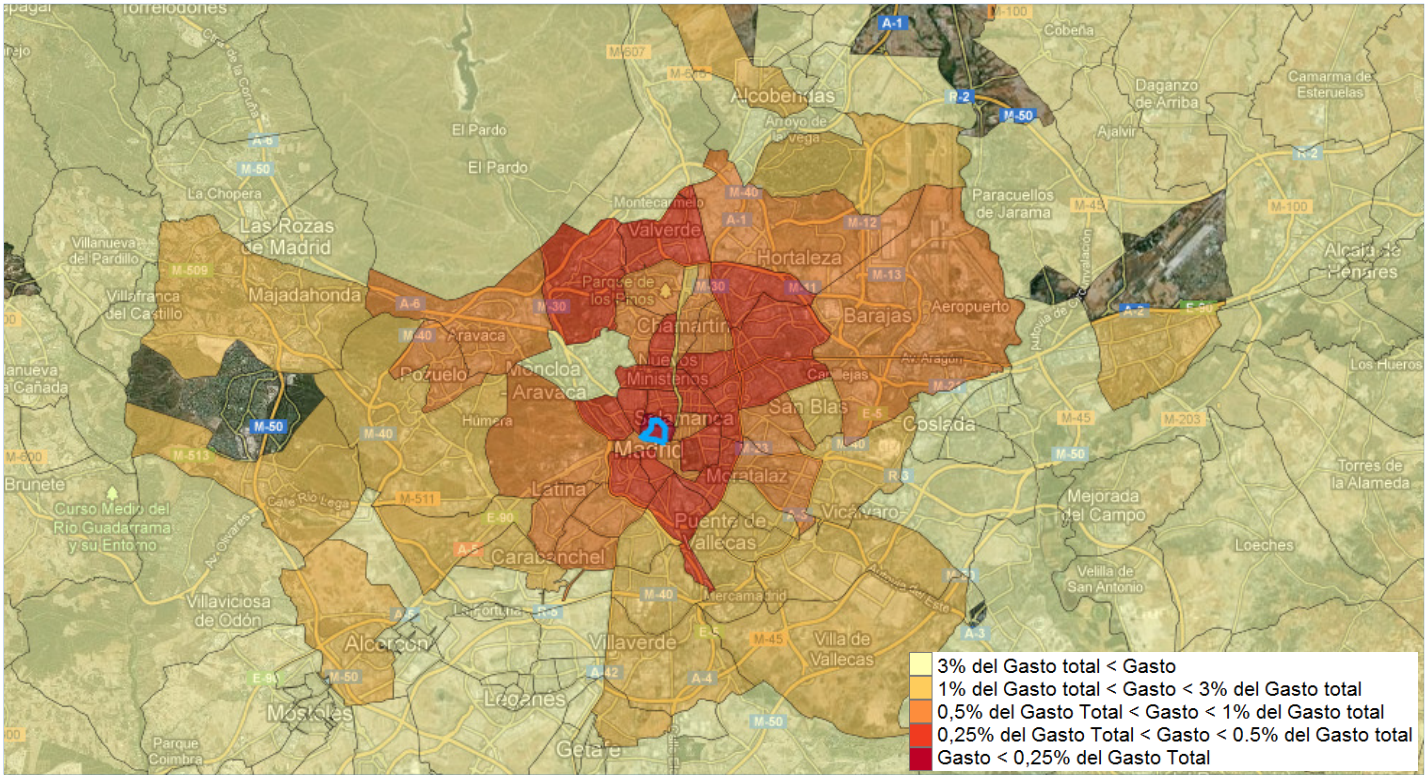
Origen del gasto de los residentes en Madrid para el Barrio de Salamanca

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.



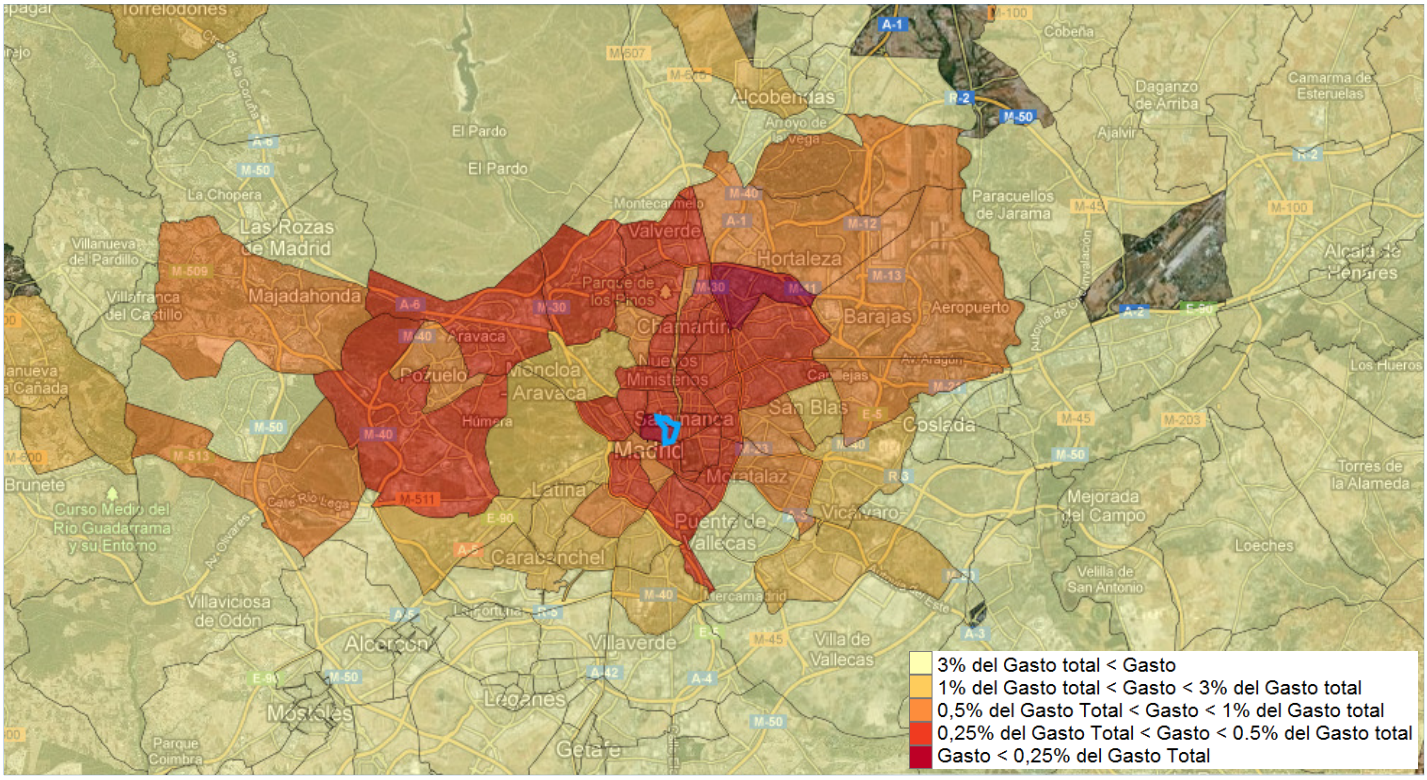
Origen del gasto de los residentes en Madrid para Sol, Preciados y Plaza mayor



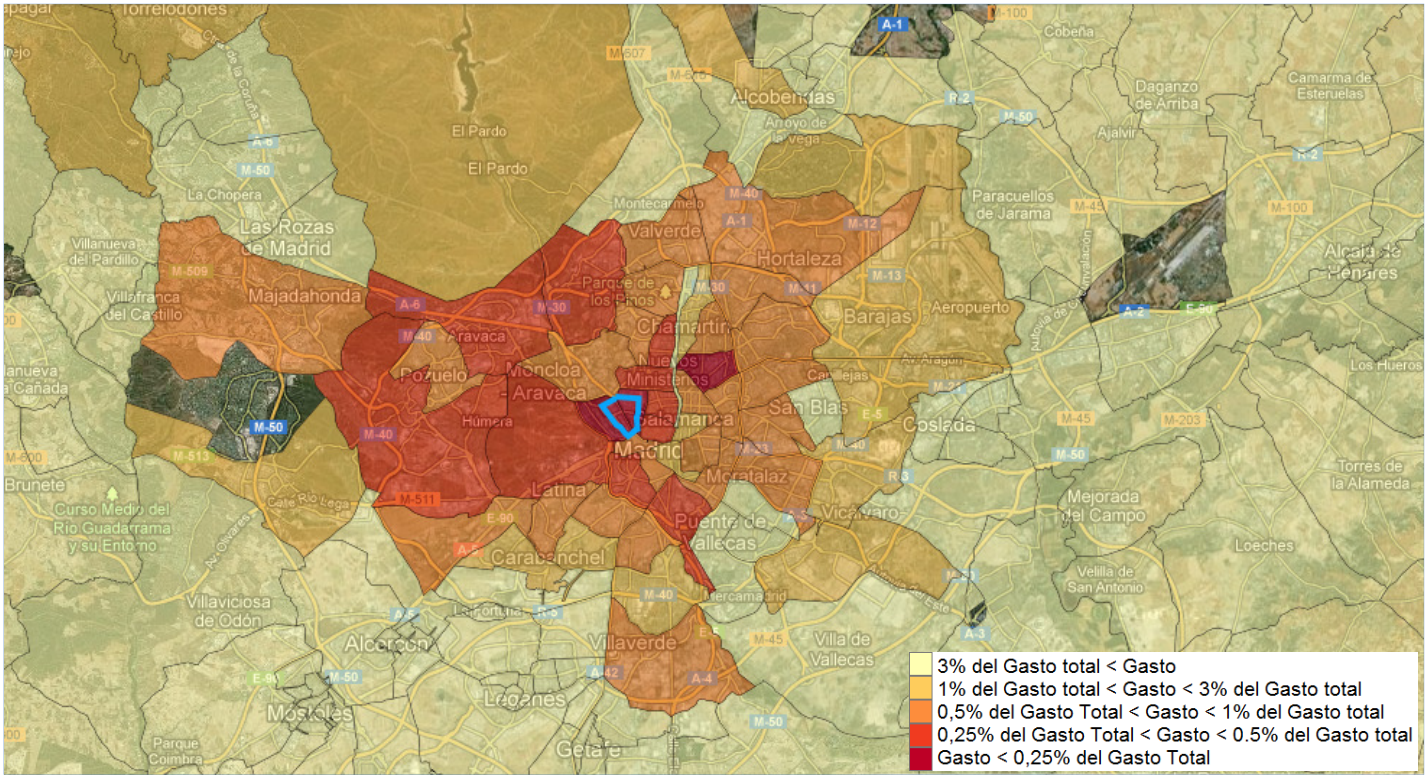
Origen del gasto de los residentes en Madrid para Triball, Fuencarral y Chueca

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.



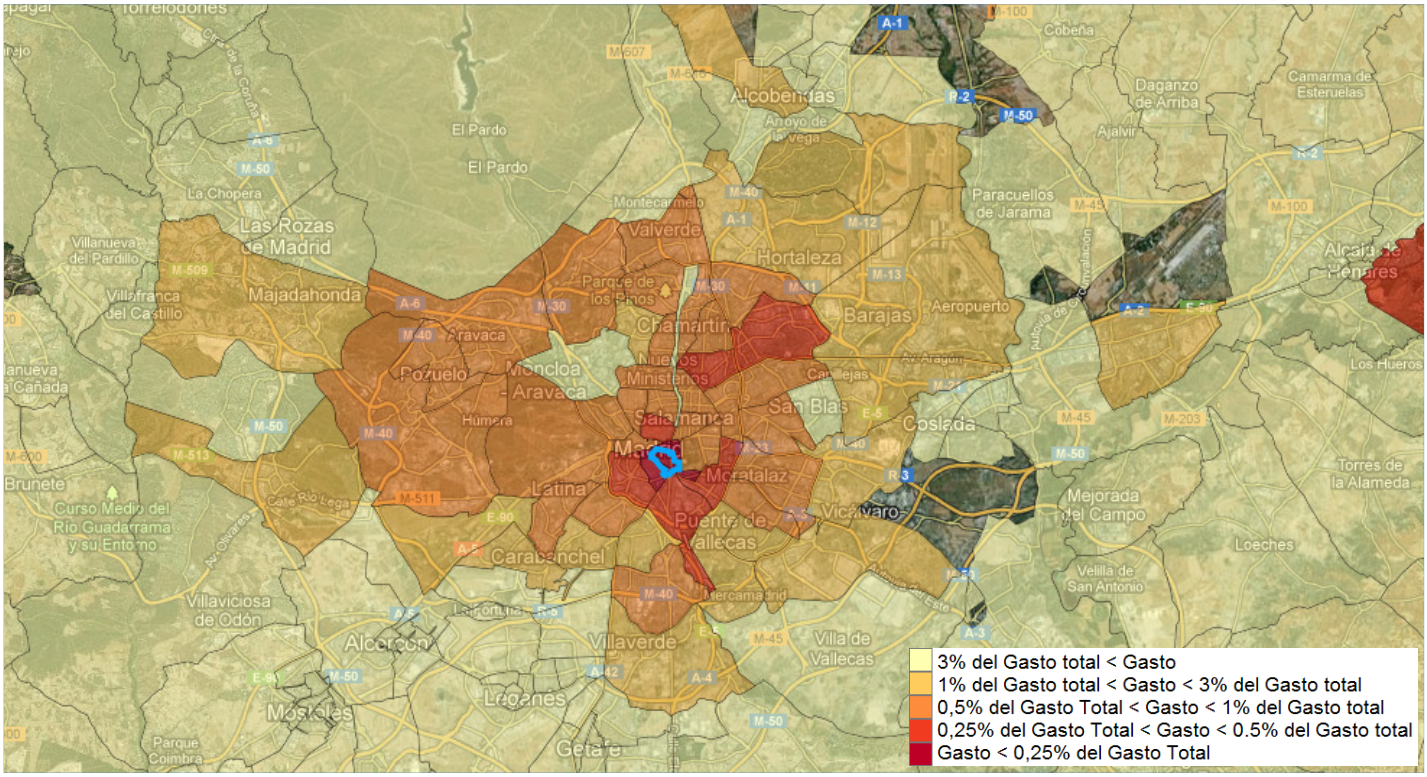
Origen del gasto de los residentes en Madrid para Salesas



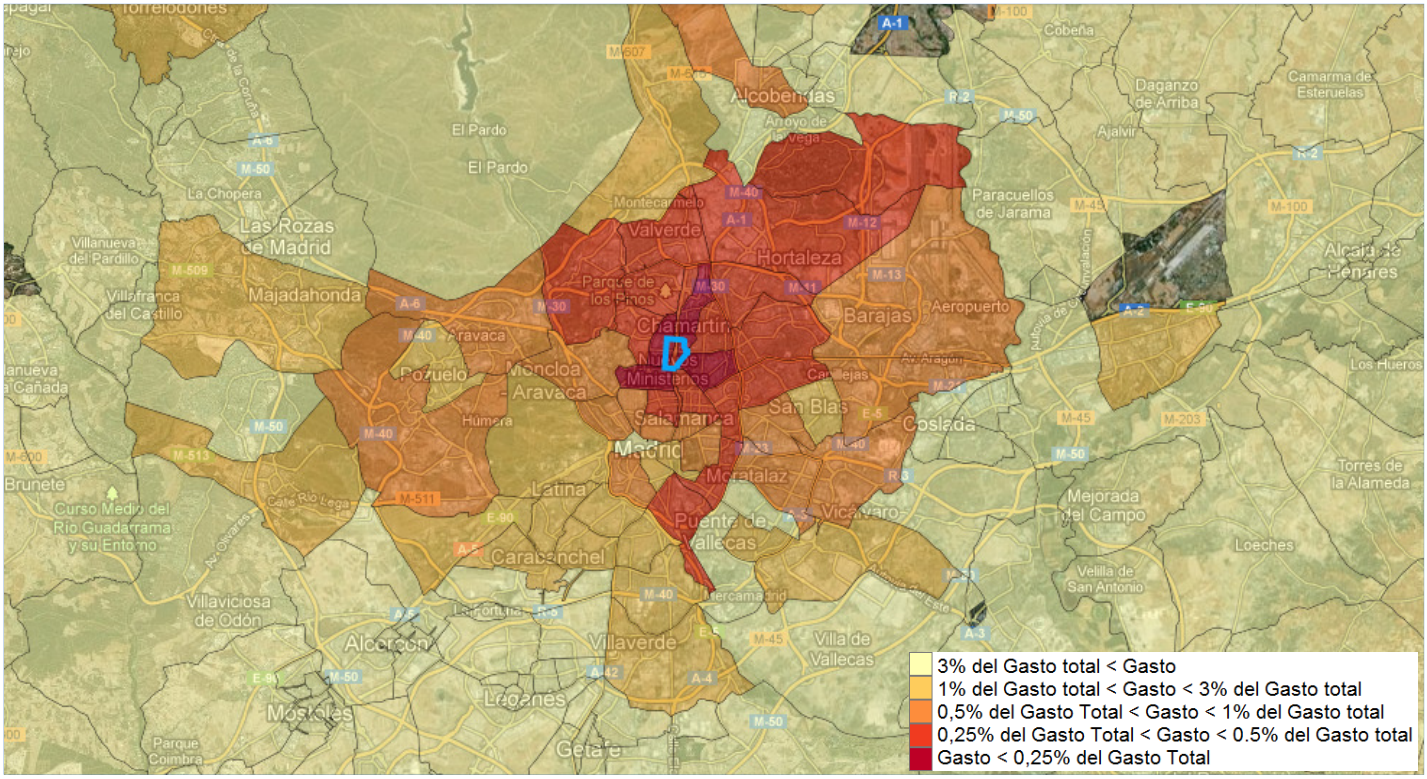
Origen del gasto de los residentes en Madrid para Argüelles, Princesa y Conde Duque

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.



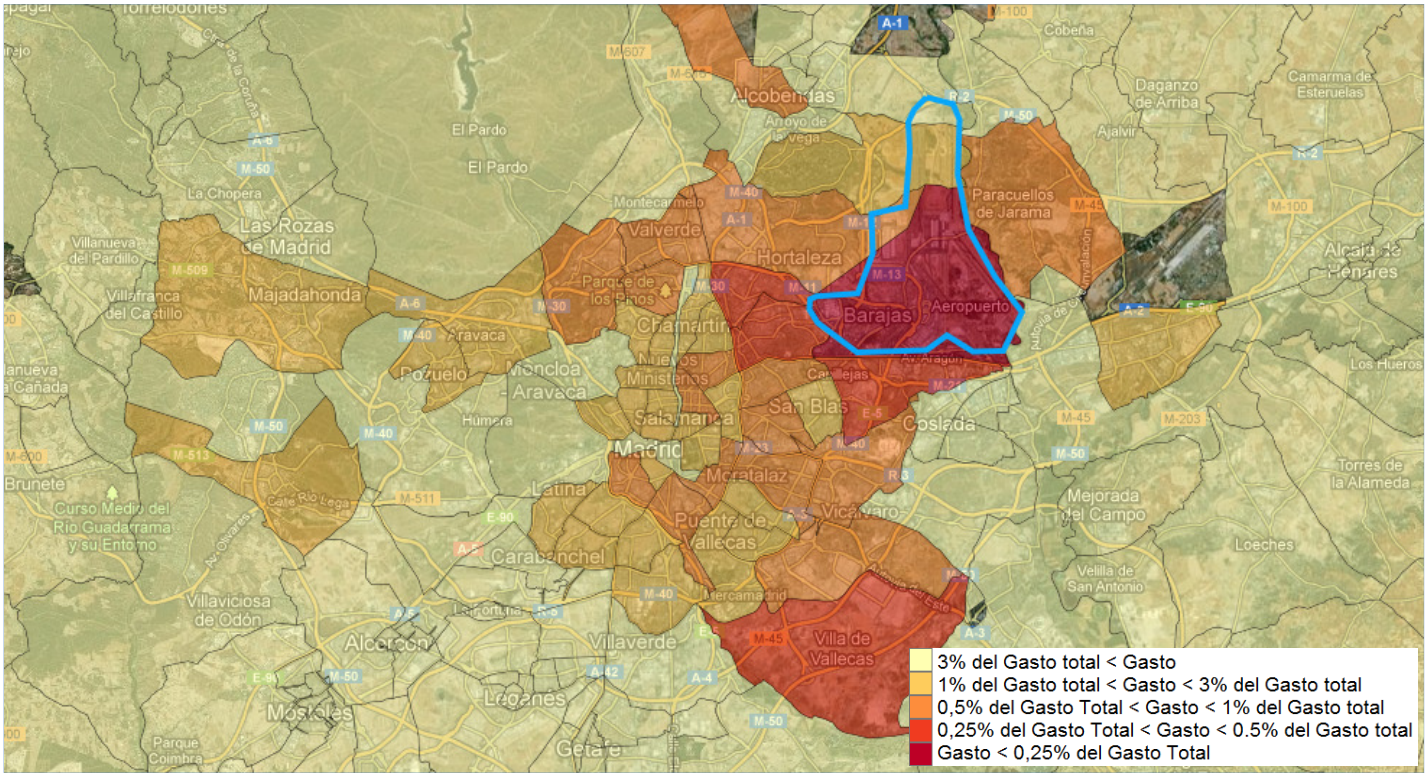
Origen del gasto de los residentes en Madrid para Barrio de las Letras



Origen del gasto de los residentes en Madrid para Azca y Bernabéu

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.



Origen del gasto de los residentes en Madrid para Barajas y Campo de las Naciones

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

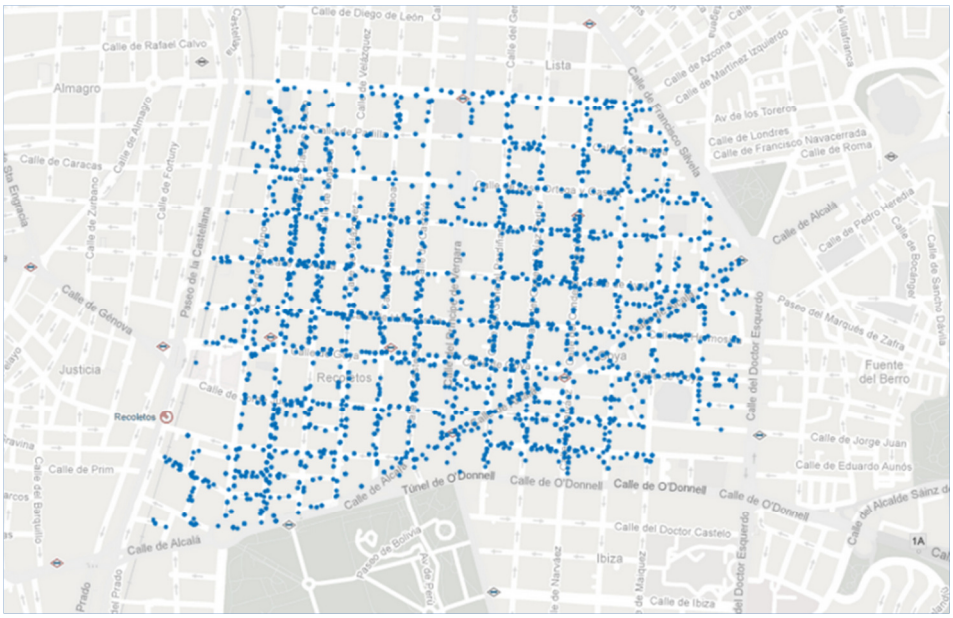
5.4 Barrio de Salamanca

Algunas características propias de esta zona:

- Es la zona con mayor porcentaje de compradoras.
- Zona con mayor porcentaje de compradores mayores de 65 años.
- Compradores analizados durante 2012: 222.444 personas distintas.
- Es la zona con mayor porcentaje de TPVs dentro de la categoría *Compras*.

5.4.1 Comercios

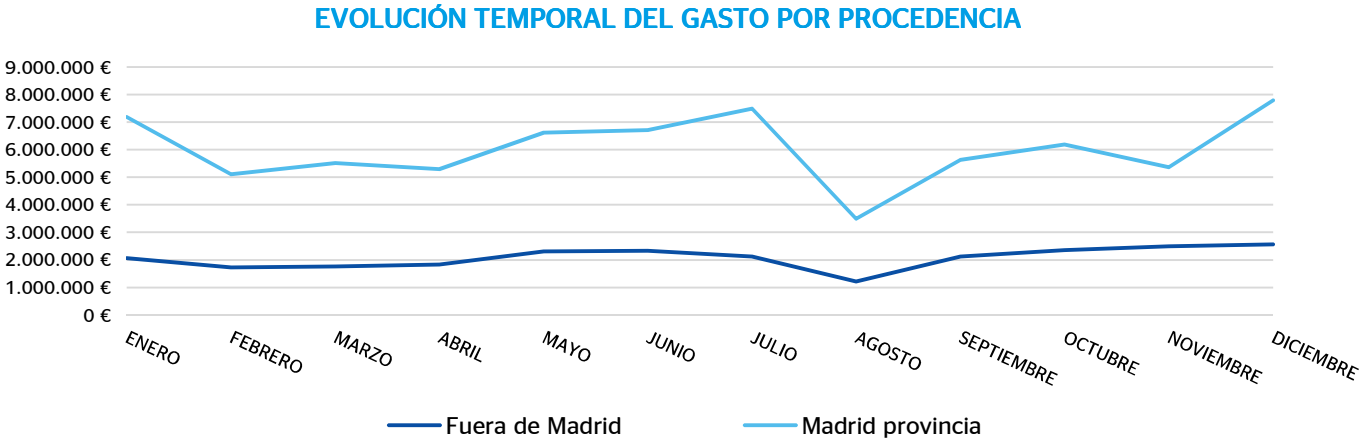
Distribución de los comercios en Barrio de Salamanca: **4.041 TPVs activos en 2012.**



Barrio de Salamanca - TPVs analizados

5.4.2 Evolución mensual en 2012

En la siguiente gráfica se ilustra la evolución mensual del gasto en el barrio de Salamanca para los residentes en la provincia de Madrid y para el resto de españoles.

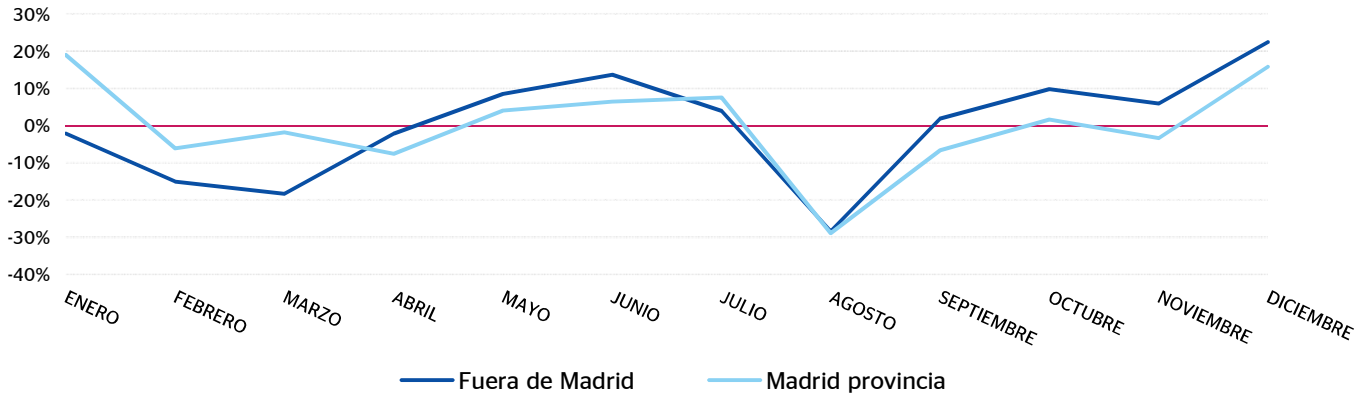


Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

Se representa a continuación la desviación de cada mes con respecto a la media mensual para cada caso (con origen Madrid provincia o fuera de la misma).

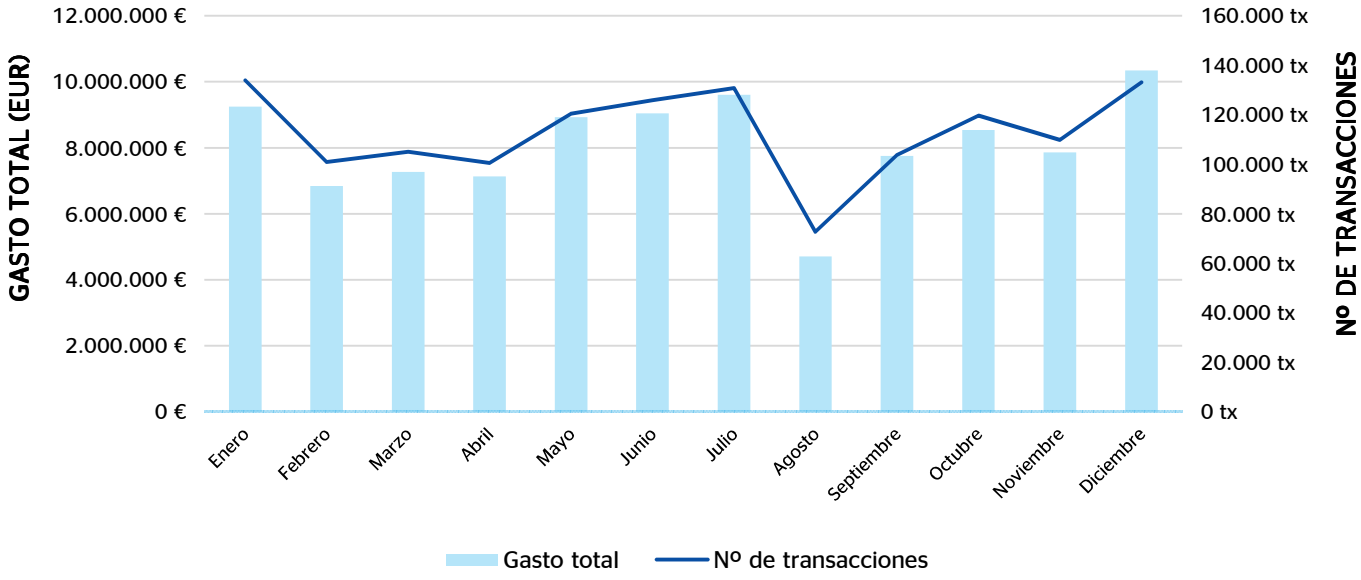
VARIACIÓN DEL NÚMERO DE CLIENTES RESPECTO A LA MEDIA MENSUAL



A continuación se muestra de forma agregada (para los residentes tanto en la provincia de Madrid como fuera de ella) la evolución del gasto total y el número de transacciones. Los promedios mensuales para ambas magnitudes son:

- Gasto mensual: 8.107.925 €/mes.
- Número de transacciones mensual:113.047 tx/mes.

EVOLUCIÓN MENSUAL DEL GASTO Y NÚMERO DE TRANSACCIONES



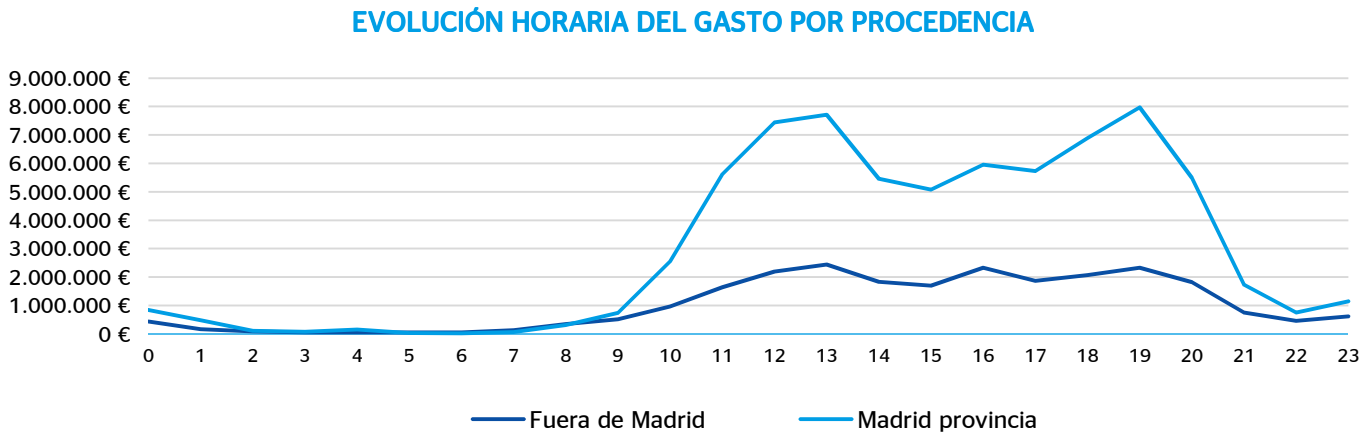
Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

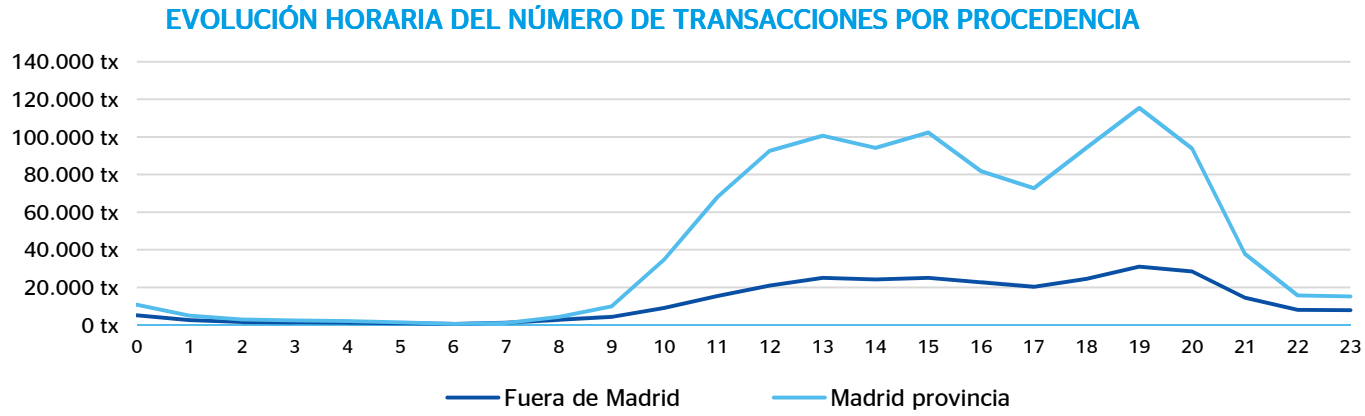
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.4.3 Evolución horaria en 2012

Las siguientes gráficas muestran el gasto y el número de transacciones en esta zona durante todo 2012 agregados para cada hora del día. Los promedios diarios para ambas magnitudes son:

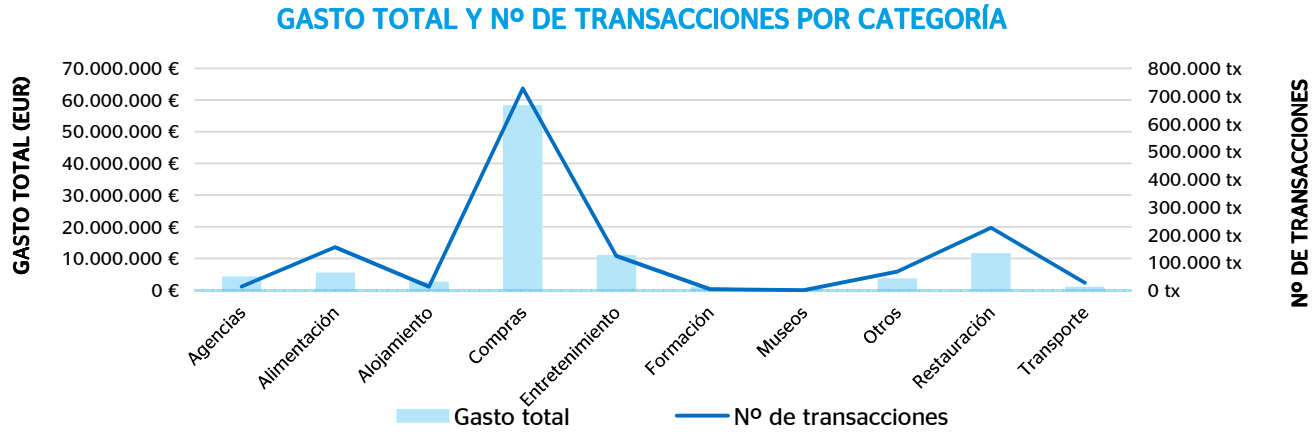
- Gasto diario: 265.833 €/día.
- Número de transacciones diario: 3.706 tx/día.





5.4.4 Estudio detallado del gasto por categorías

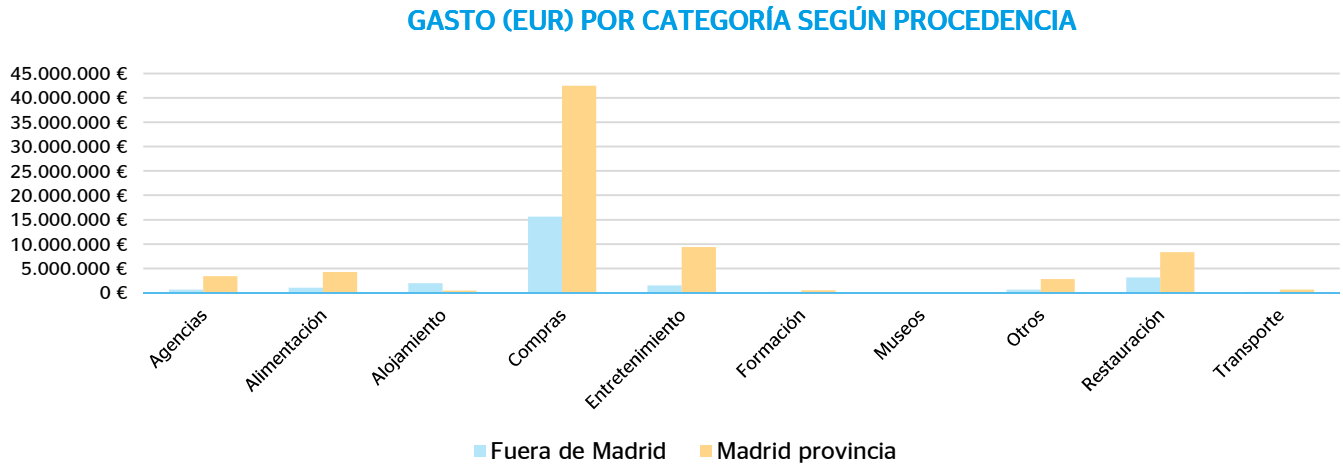
Este diagrama muestra el reparto por categorías de los 97.295.104€ de gasto a través 1.356.567 transacciones.



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

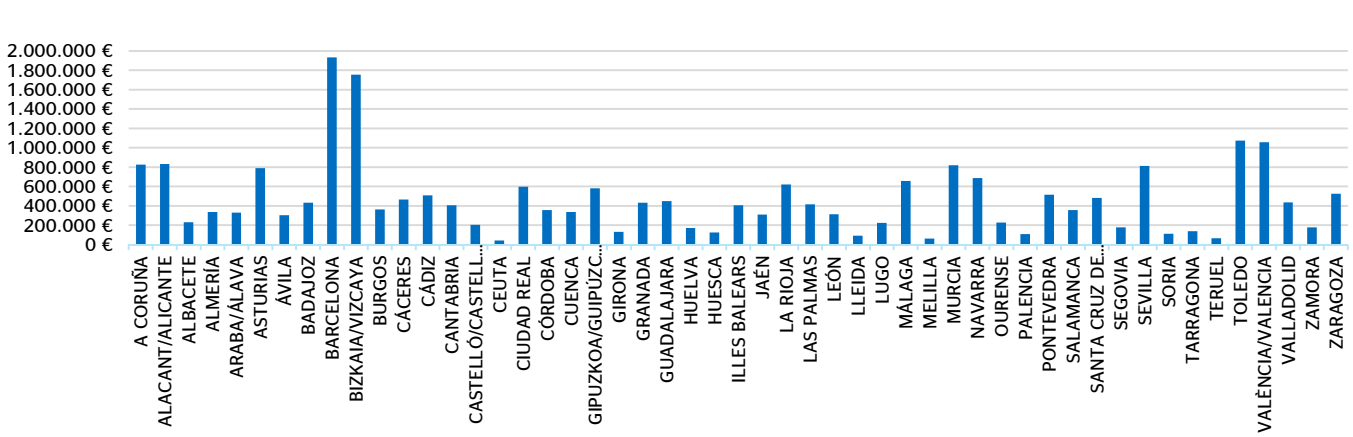
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

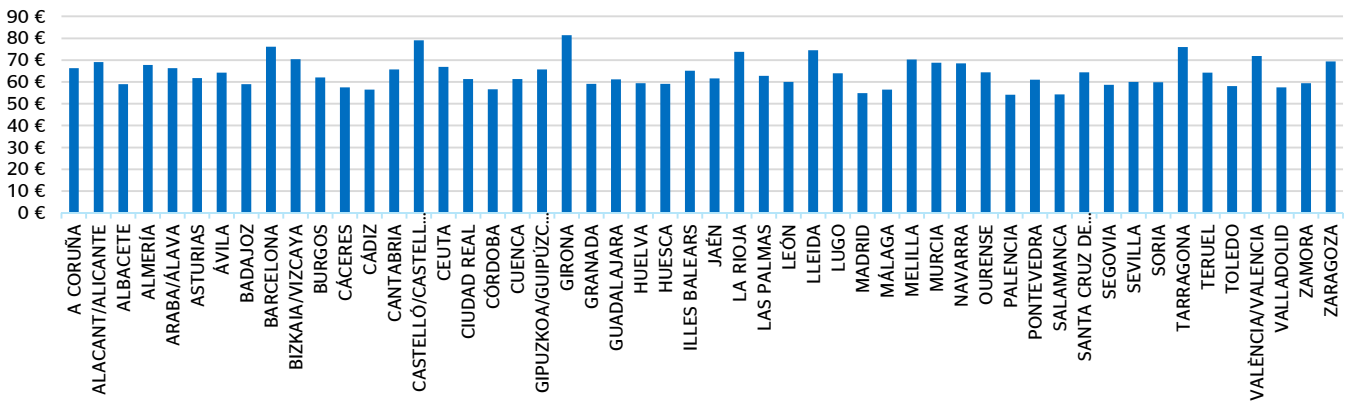
Clasificando por categorías el gasto por residencia del comprador el resultado es el siguiente.



5.4.5 Estudio detallado del gasto por provincia de origen

A continuación se analiza el gasto total y la transacción media por provincia de procedencia del comprador. Se debe tener en cuenta que en esta zona el 26% del gasto y el 22% de las transacciones provienen de fuera de la provincia.





Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

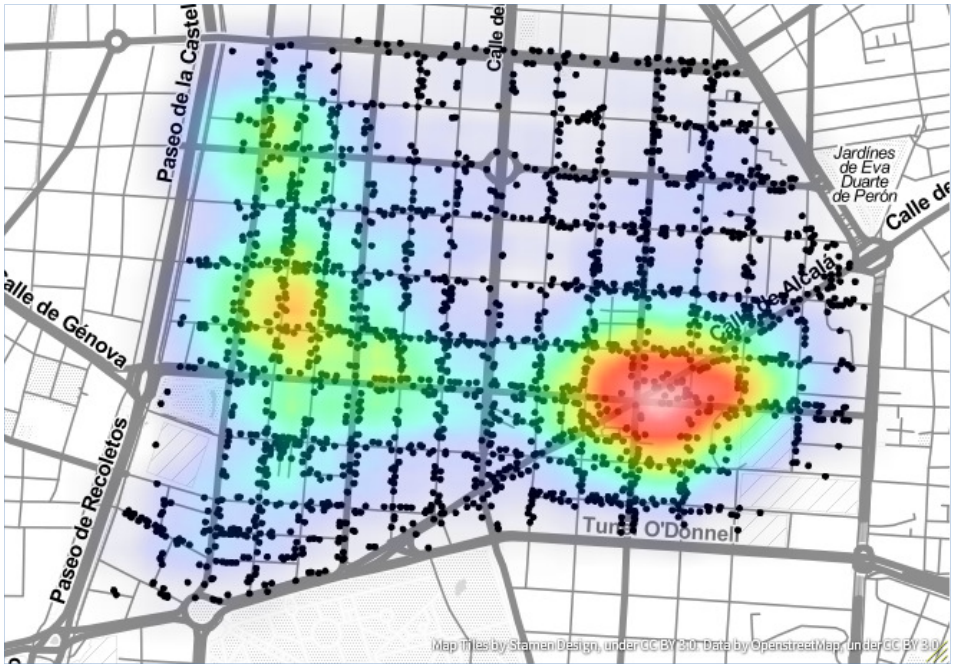
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.4.6 Estudio detallado del gasto por destino

5.4.6.1 Gasto total por calle de los residentes en Madrid

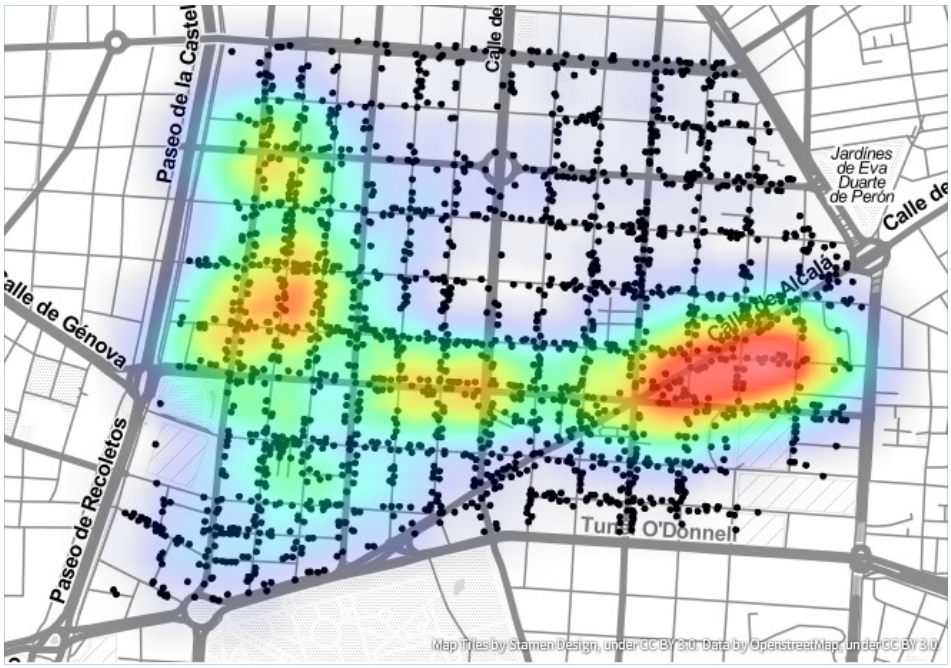
Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 1.059.123 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en el barrio de Salamanca por valor de 72.380.983 €.

Nota: Cabe aclarar que las escalas cromáticas de este mapa de calor y el siguiente tienen sus máximos en valores absolutos diferentes (menor en el caso de visitantes que en el de residentes).



5.4.6.2 Gasto total por calle de los visitantes españoles de fuera de Madrid

Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 297.444 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en el barrio de Salamanca por valor de 24.914.120€.



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

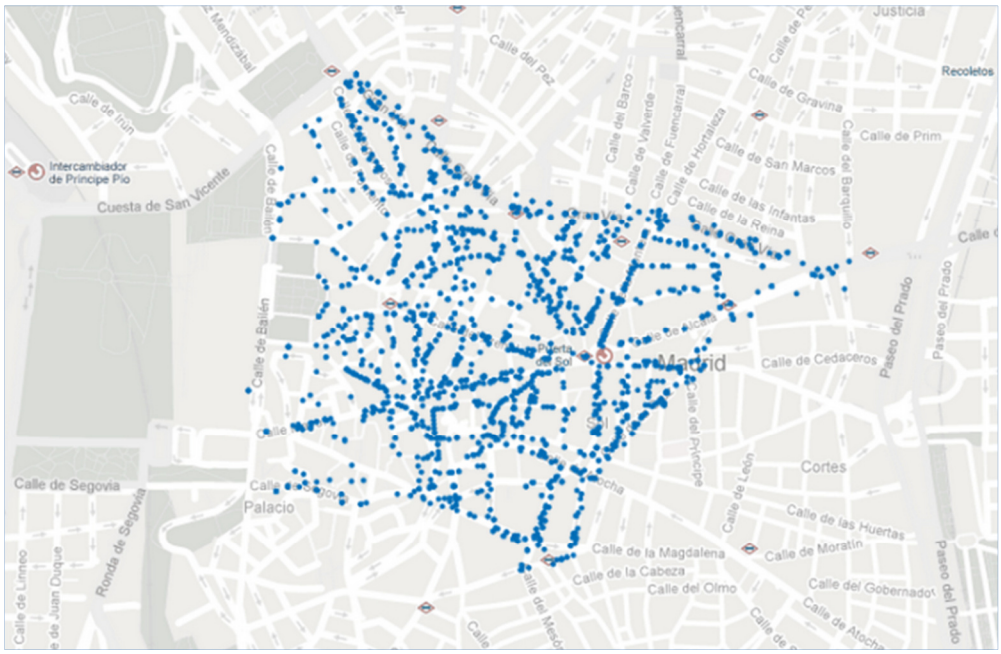
5.5 Sol, Preciados y Plaza Mayor

Algunas características propias de esta zona:

- Zona equilibrada en cuanto a género.
- Mayor número de compradores de Madrid provincia.
- Compradores analizados durante 2012: 293.201 personas distintas.

5.5.1 Estudio de los comercios

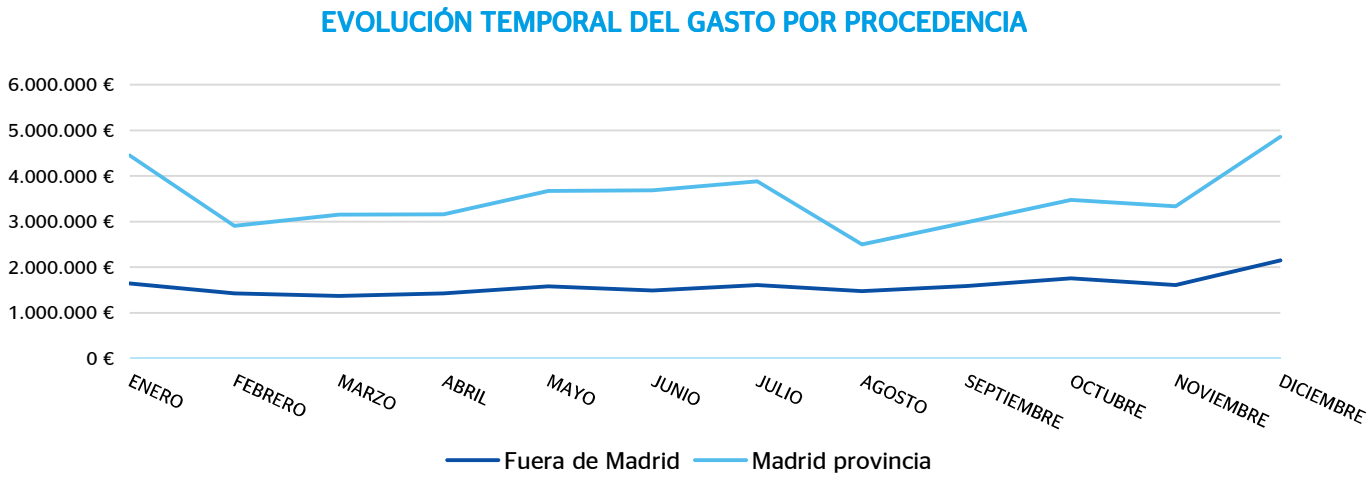
Distribución de los comercios en Sol, Preciados y Plaza Mayor: 2.972 TPVs activos en 2012.



Sol, Preciados y Plaza Mayor - TPVs analizados

5.5.2 Evolución mensual en 2012

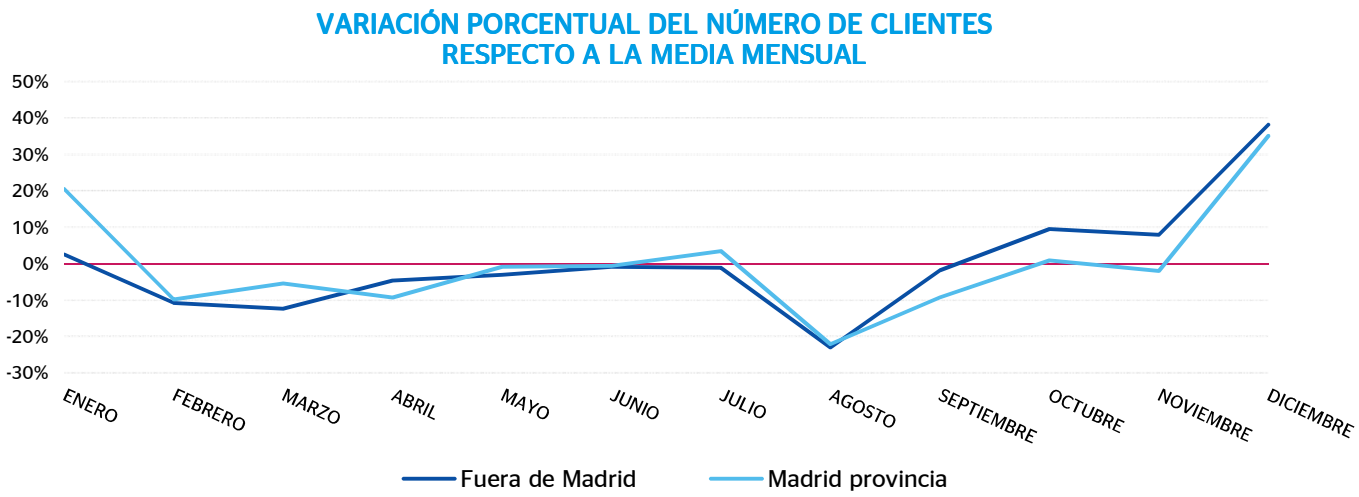
En la siguiente gráfica se ilustra la evolución mensual del gasto en Sol, Preciados y Plaza Mayor para los residentes en la provincia de Madrid y para el resto de españoles.



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

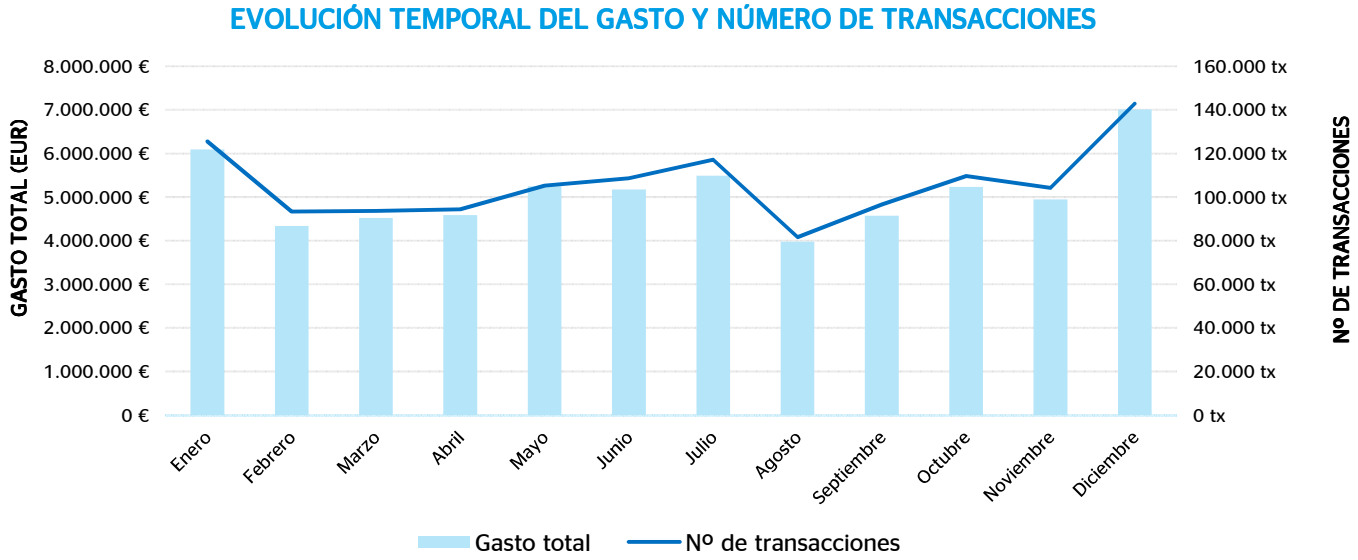
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

Se representa a continuación la desviación de cada mes con respecto a la media mensual para cada caso (con origen Madrid provincia o fuera de la misma).



A continuación se muestra de forma agregada (para los residentes tanto en la provincia de Madrid como fuera de ella) la evolución del gasto total y el número de transacciones. Los promedios mensuales para ambas magnitudes son:

- Gasto mensual: 5.098.743 €/mes.
- Número de transacciones mensual: 106.075 tx/mes .



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

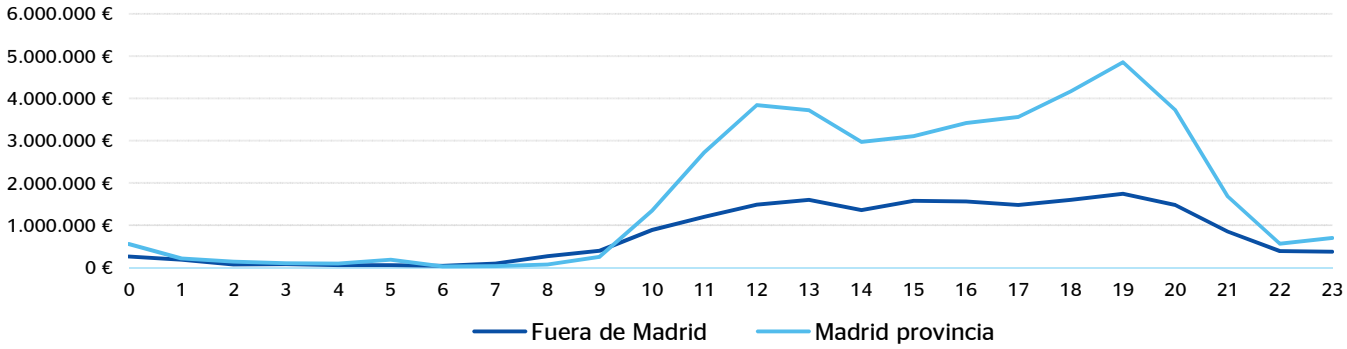
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.5.3 Evolución horaria en 2012

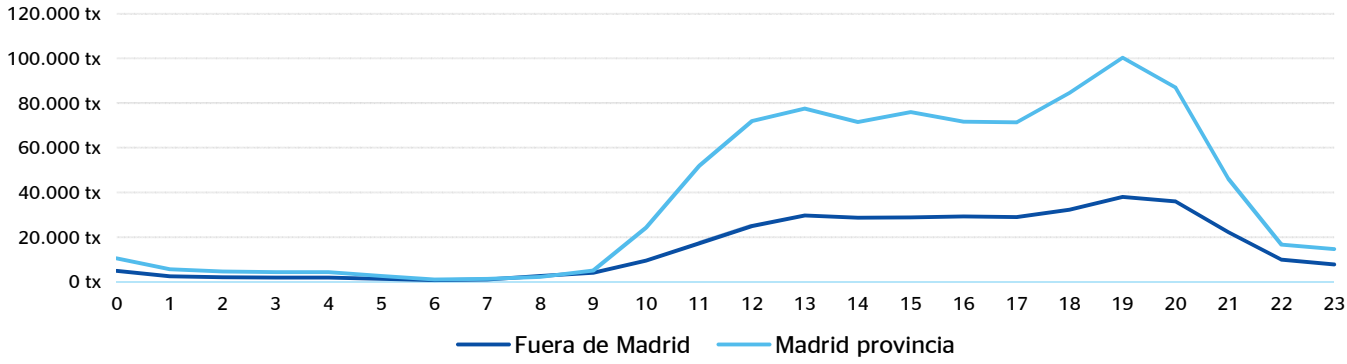
Las siguientes gráficas muestran el gasto y el número de transacciones en esta zona durante todo 2012 agregados para cada hora del día. Los promedios diarios para ambas magnitudes son:

- Gasto diario: 167.172 €/día.
- Número de transacciones diario: 3.478 tx/día.

EVOLUCIÓN HORARIA DEL GASTO POR PROCEDENCIA



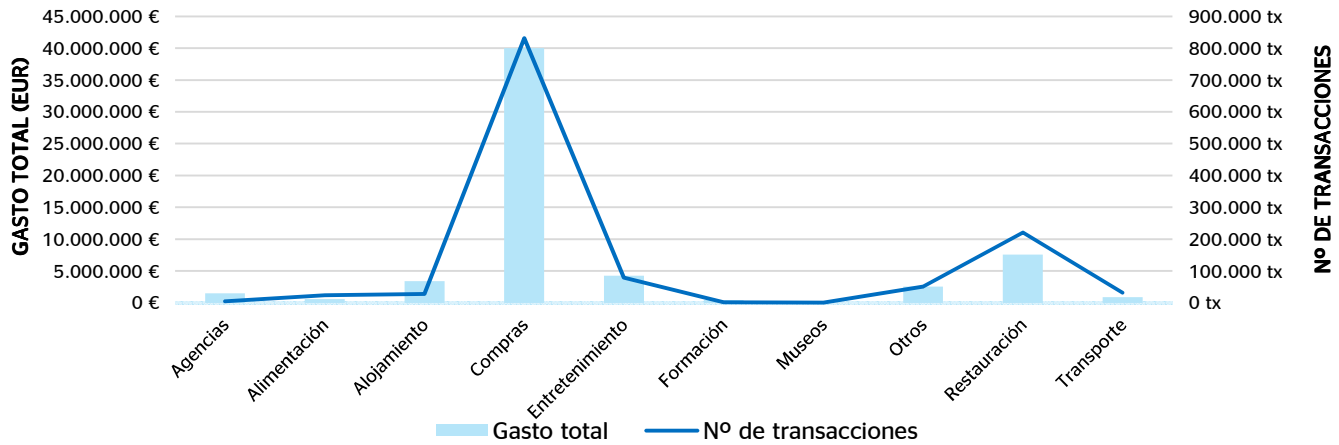
EVOLUCIÓN HORARIA DEL NÚMERO DE TRANSACCIONES POR PROCEDENCIA



5.5.4 Estudio detallado del gasto por categorías

Este diagrama muestra el reparto por categorías de los 61.184.919€ de gasto a través de 1.272.904 transacciones.

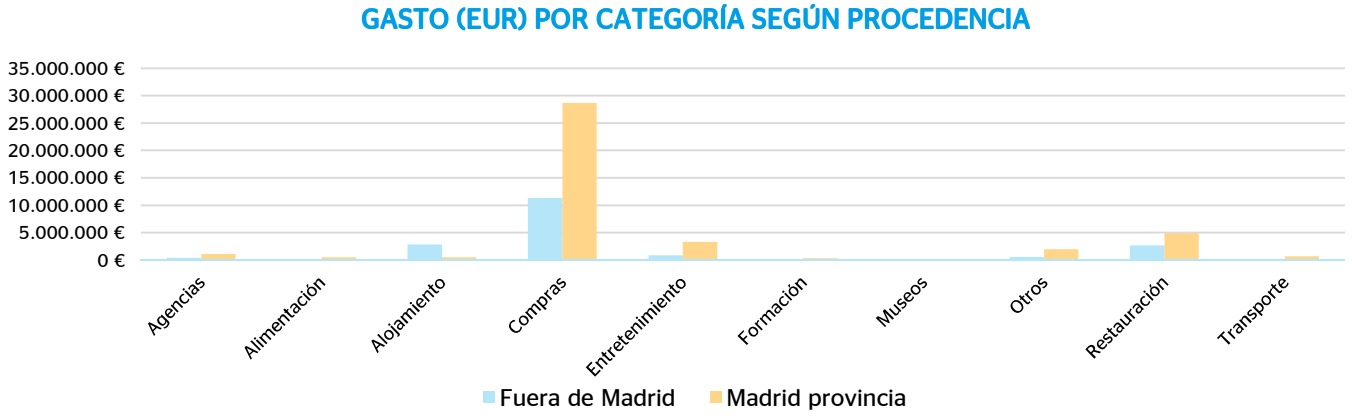
GASTO TOTAL Y Nº DE TRANSACCIONES POR CATEGORÍA



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

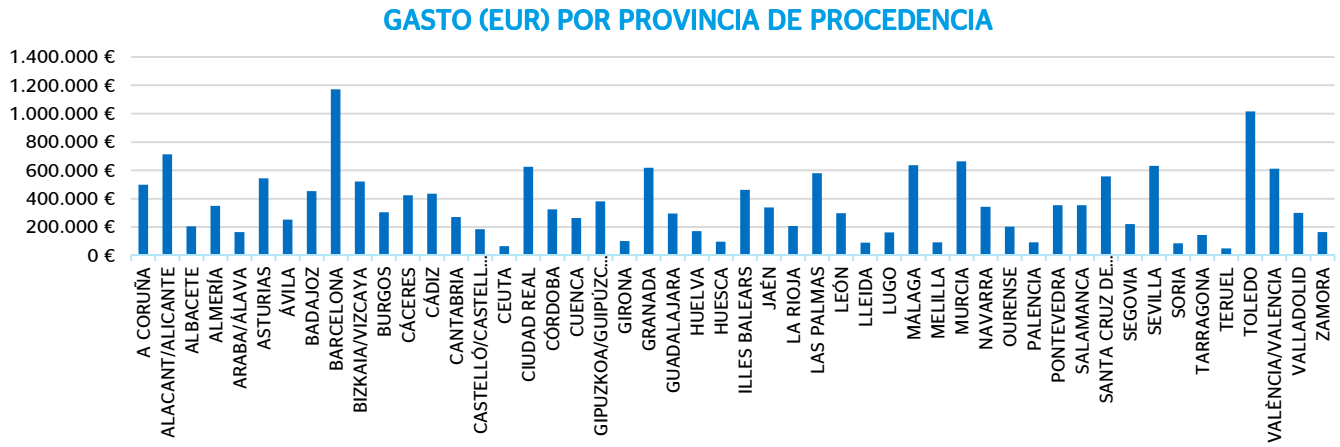
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

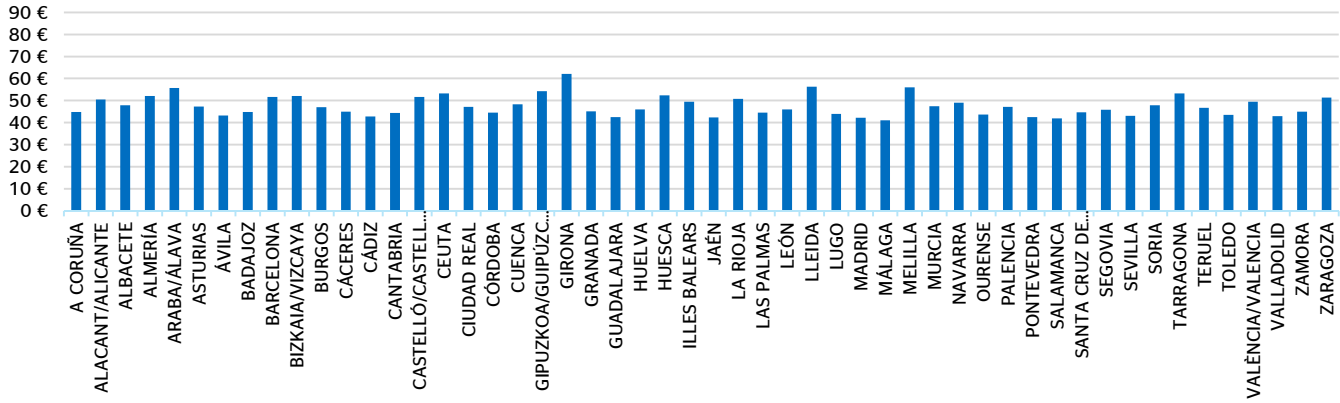
Clasificando por categorías el gasto por residencia del comprador el resultado es el siguiente.



5.5.5 Estudio detallado del gasto por provincia de origen

A continuación se analiza el gasto total y la transacción media por provincia de procedencia del comprador. Se debe tener en cuenta que en esta zona el 31% del gasto y el 29% de las transacciones provienen de fuera de la provincia.





Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

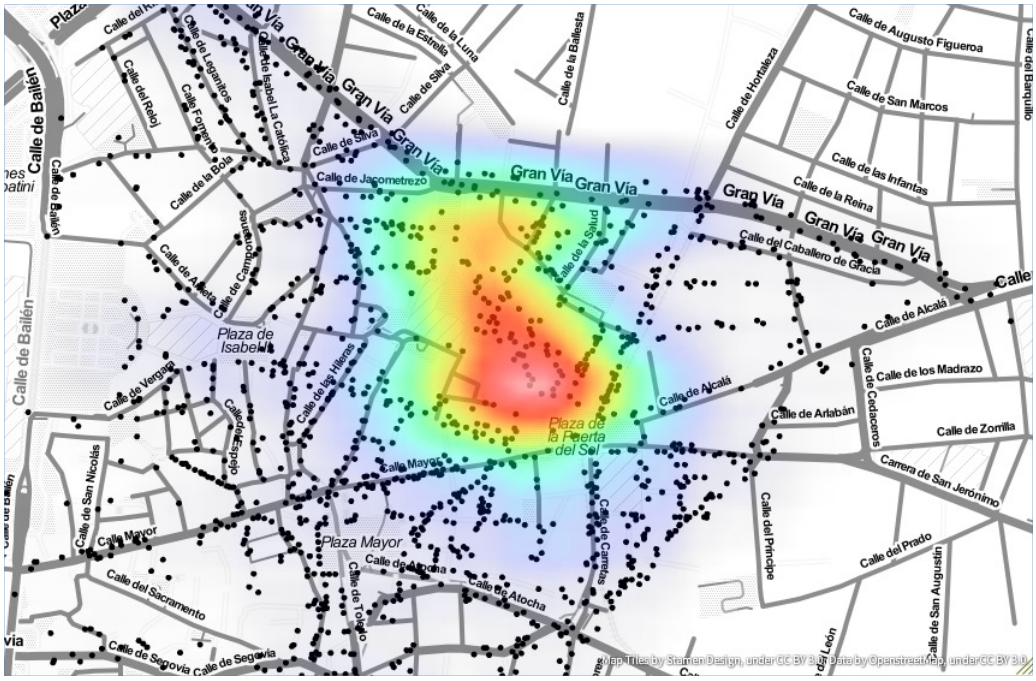
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.5.6 Estudio detallado del gasto por destino

5.5.6.1 Gasto total por calle de los residentes en Madrid

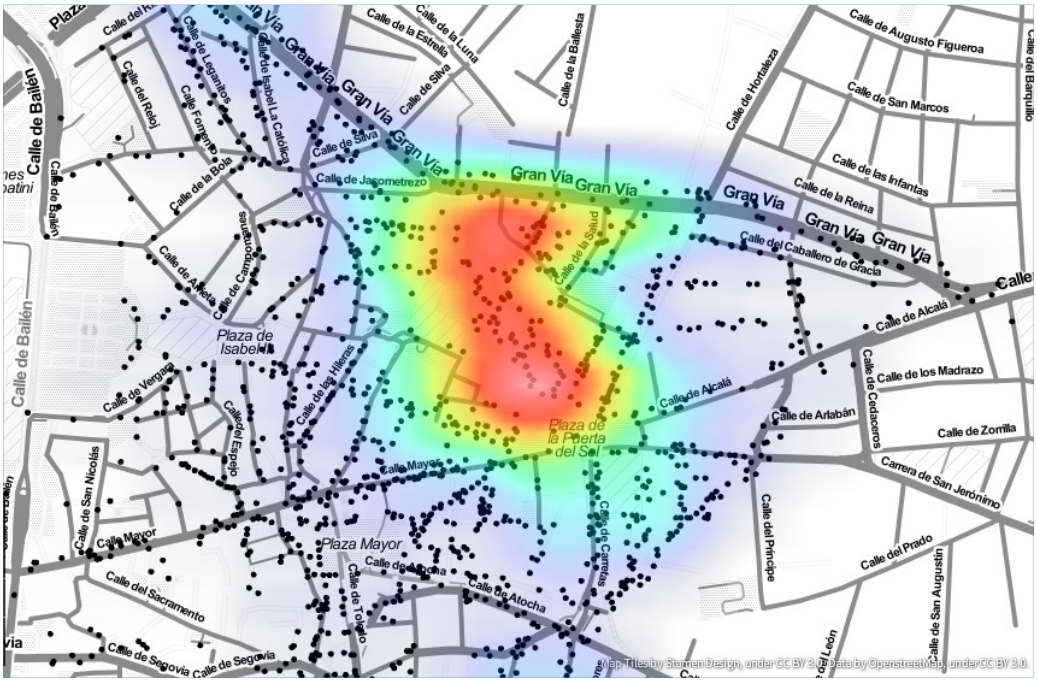
Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 906.636 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en Sol, Preciados y Plaza Mayor por valor de 42.062.844 €.

Nota: Cabe aclarar que las escalas cromáticas de este mapa de calor y el siguiente tienen sus máximos en valores absolutos diferentes (menor en el caso de visitantes que en el de residentes).



5.5.6.2 Gasto total por calle de los visitantes españoles de fuera de Madrid

Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 366.268 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en Sol, Preciados y Plaza Mayor por valor de 19.122.074 €.



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

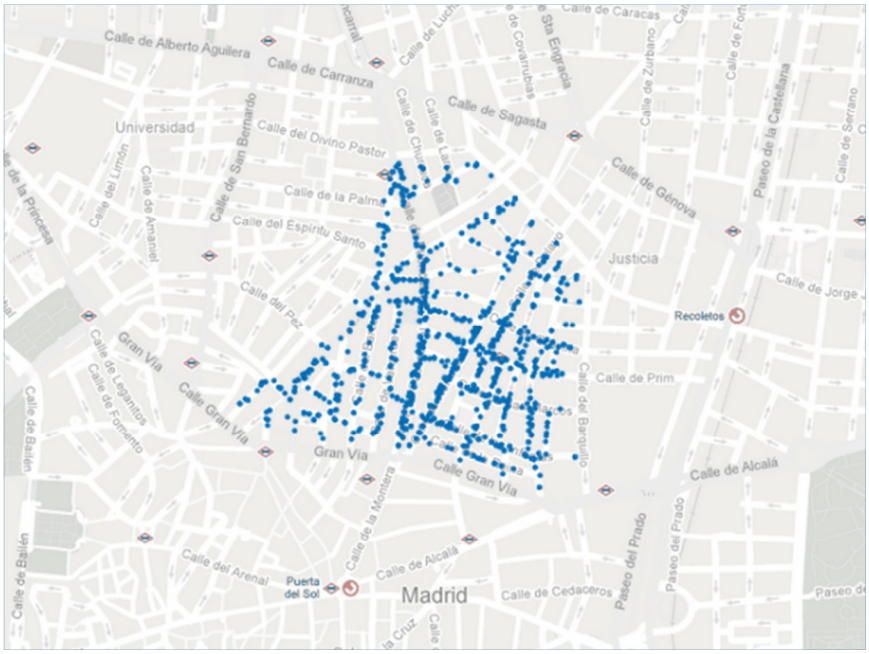
5.6 Triball, Fuencarral y Chueca

Algunas características propias de esta zona:

- Zona equilibrada en cuanto a género.
- Zona con el mayor porcentaje de consumidores menores de 30 años.
- Mayor número de compradores de Madrid.
- Compradores analizados durante 2012: 97.963 personas distintas.

5.6.1 Estudio de los comercios

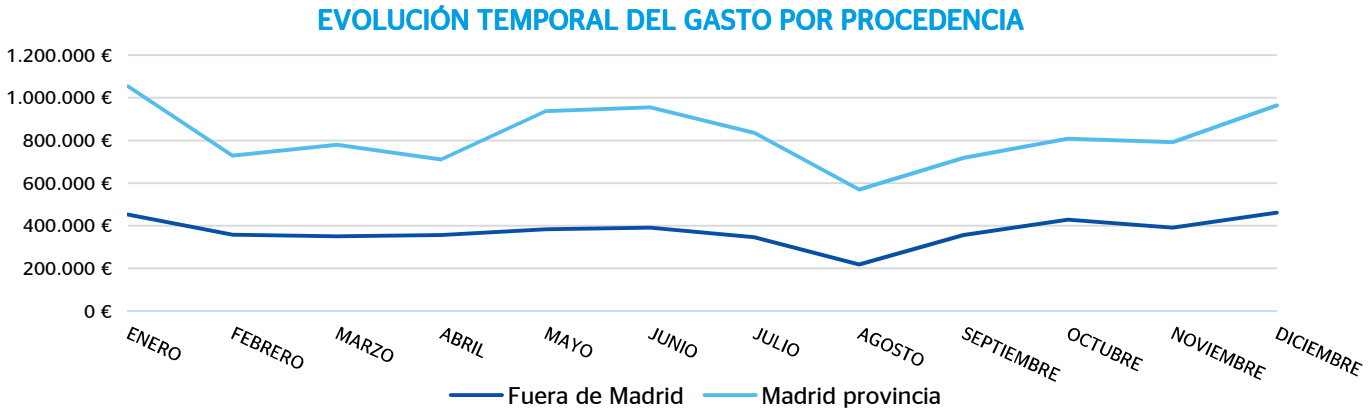
Distribución de los comercios en Triball, Fuencarral y Chueca: 1.437 TPVs activos en 2012.



Triball, Fuencarral y Chueca - TPVs analizados

5.6.2 Evolución mensual en 2012

En la siguiente gráfica se ilustra la evolución mensual del gasto en Triball, Fuencarral y Chueca para los residentes en la provincia de Madrid y para el resto de españoles.

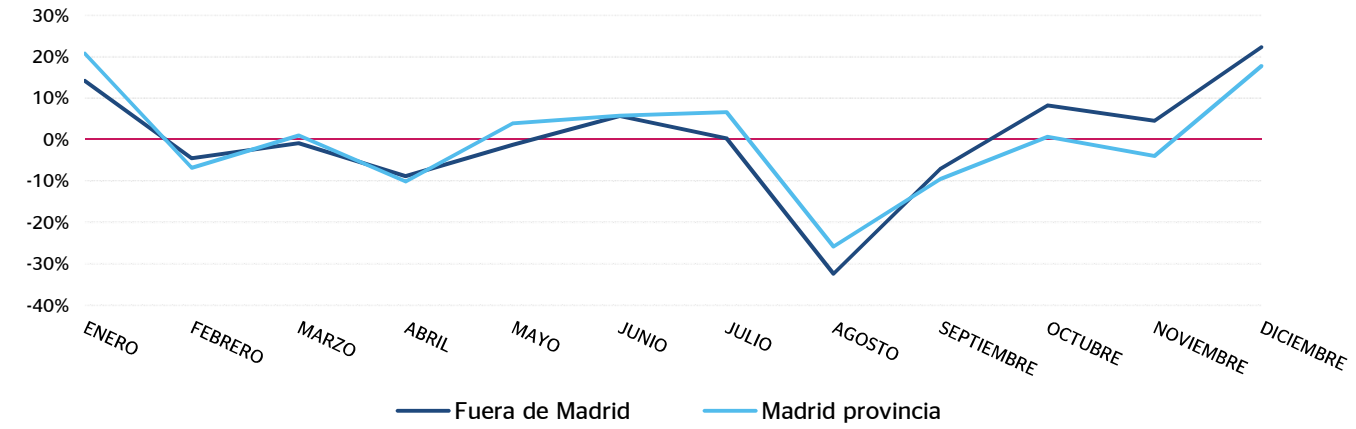


Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

Se representa a continuación la desviación de cada mes con respecto a la media mensual para cada caso (con origen Madrid provincia o fuera de la misma).

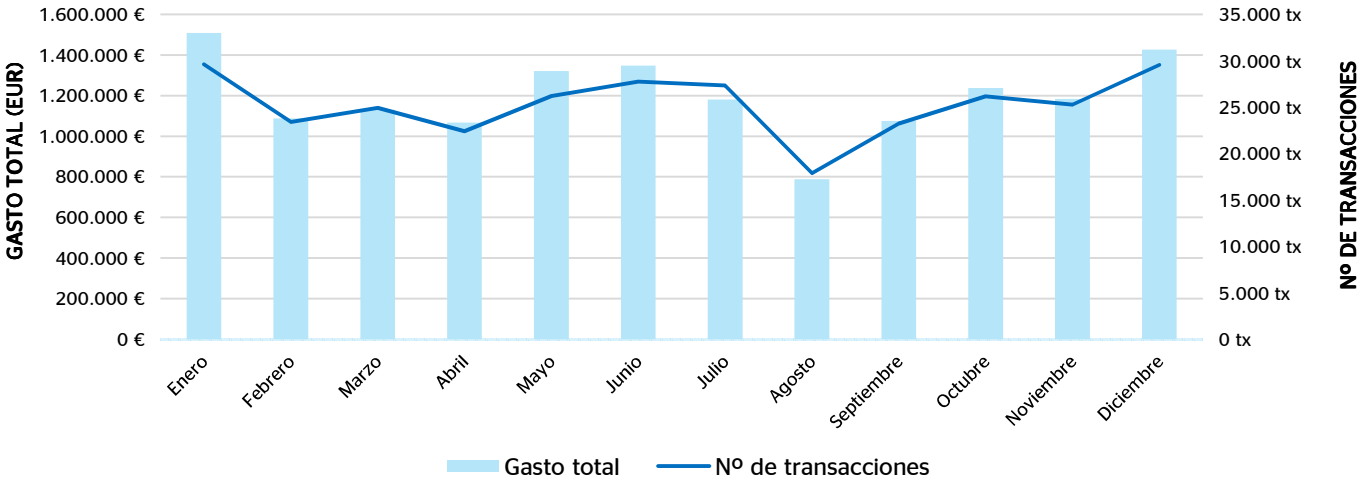
VARIACIÓN DEL NÚMERO DE CLIENTES RESPECTO A LA MEDIA MENSUAL



A continuación se muestra de forma agregada (para los residentes tanto en la provincia de Madrid como fuera de ella) la evolución del gasto total y el número de transacciones. Los promedios mensuales para ambas magnitudes son:

- Gasto mensual: 1.196.006 €/mes.
- Número de transacciones mensual: 25.323 tx/mes.

EVOLUCIÓN TEMPORAL DEL GASTO Y NÚMERO DE TRANSACCIONES



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

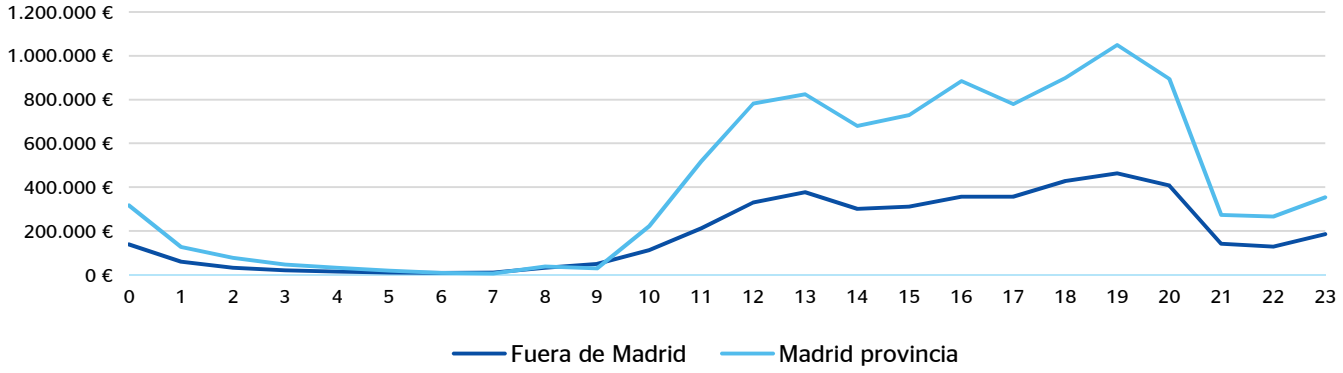
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.6.3 Evolución horaria en 2012

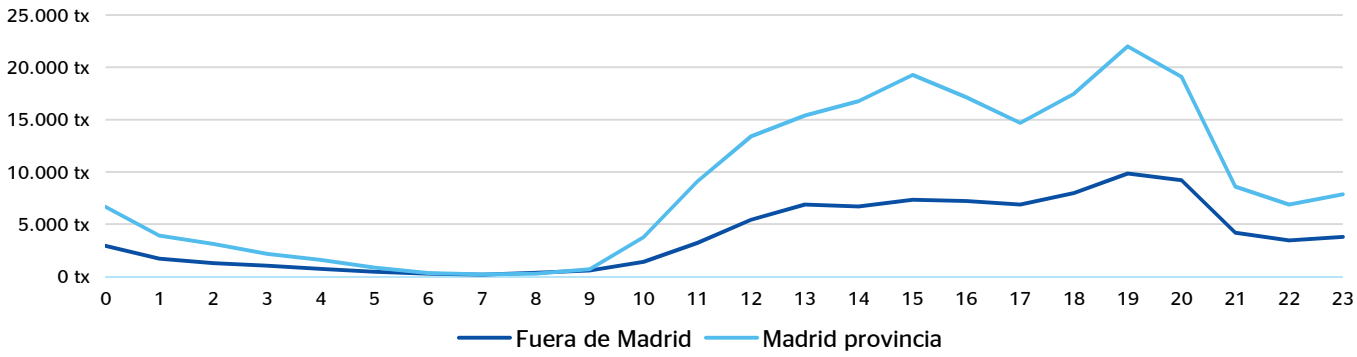
Las siguientes gráficas muestran el gasto y el número de transacciones en esta zona durante todo 2012 agregados para cada hora del día. Los promedios diarios para ambas magnitudes son:

- Gasto diario: 39.213 €/día.
- Número de transacciones diario: 830 tx/día.

EVOLUCIÓN HORARIA DEL GASTO POR PROCEDENCIA



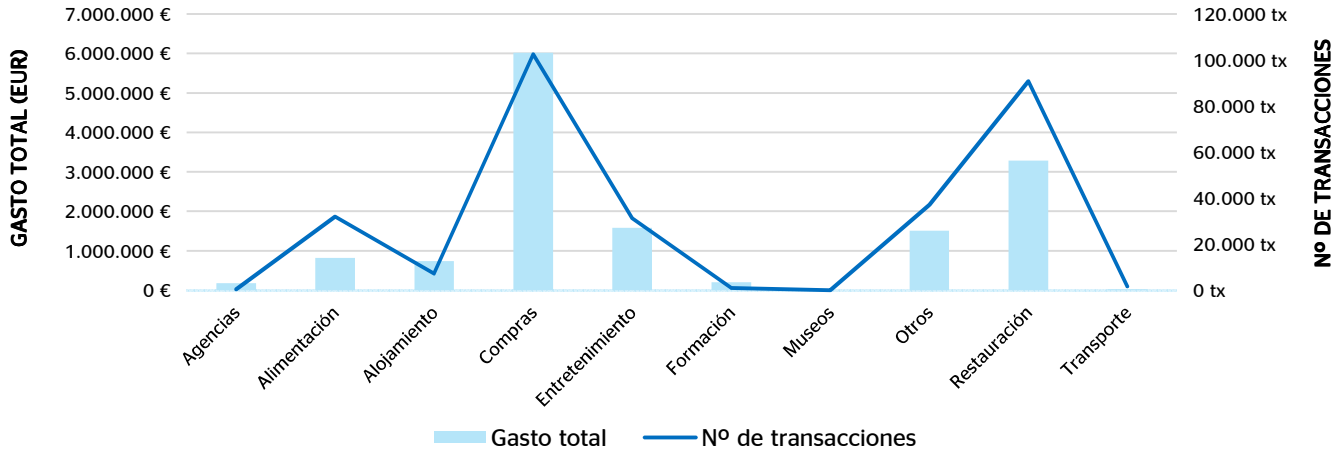
EVOLUCIÓN HORARIA DEL NÚMERO DE TRANSACCIONES POR PROCEDENCIA



5.6.4 Estudio detallado del gasto por categorías

Este diagrama muestra el reparto por categorías de los 14.352.080 € de gasto a través de 303.873 transacciones.

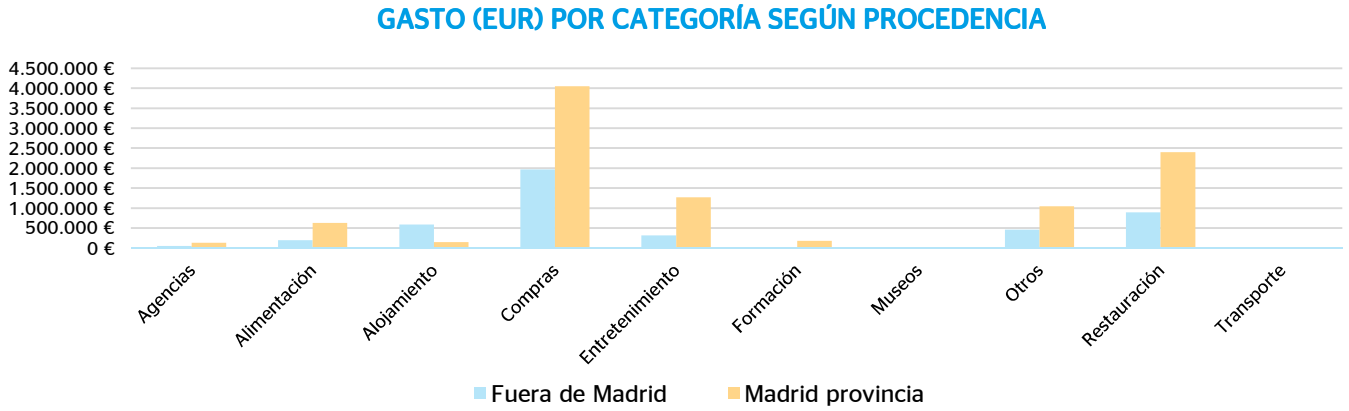
GASTO TOTAL Y Nº DE TRANSACCIONES POR CATEGORÍA



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

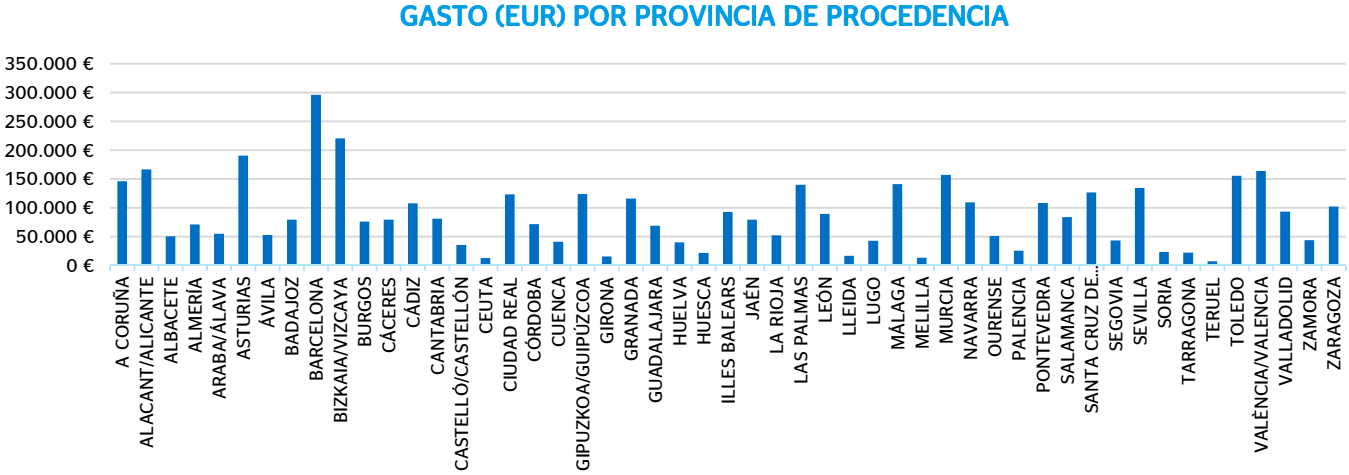
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

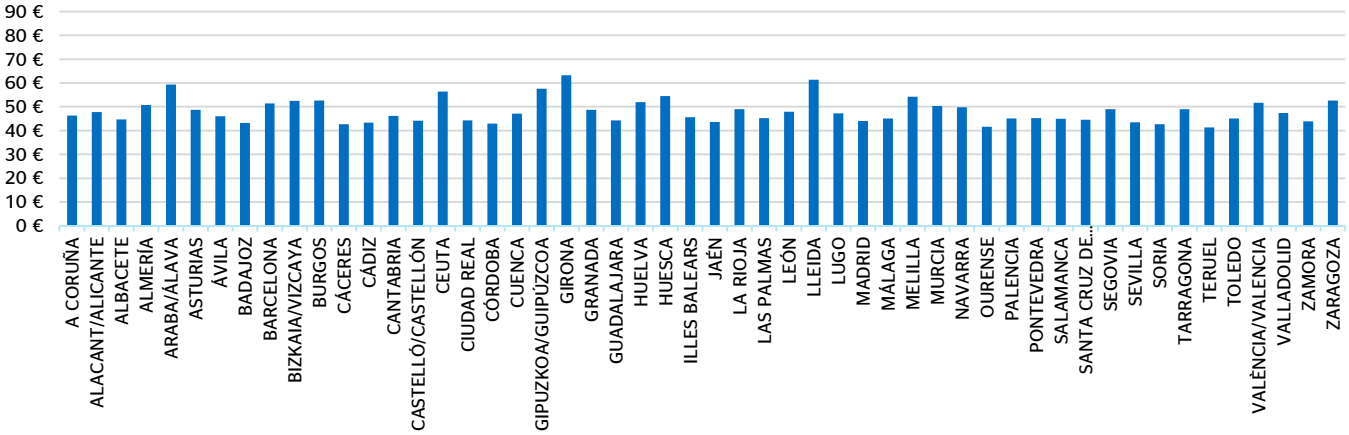
Clasificando por categorías el gasto por residencia del comprador el resultado es el siguiente.



5.6.5 Estudio detallado del gasto por provincia de origen

A continuación se analiza el gasto total y la transacción media por provincia de procedencia del comprador. Se debe tener en cuenta que en esta zona el 31% del gasto y el 31% de las transacciones provienen de fuera de la provincia.





Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

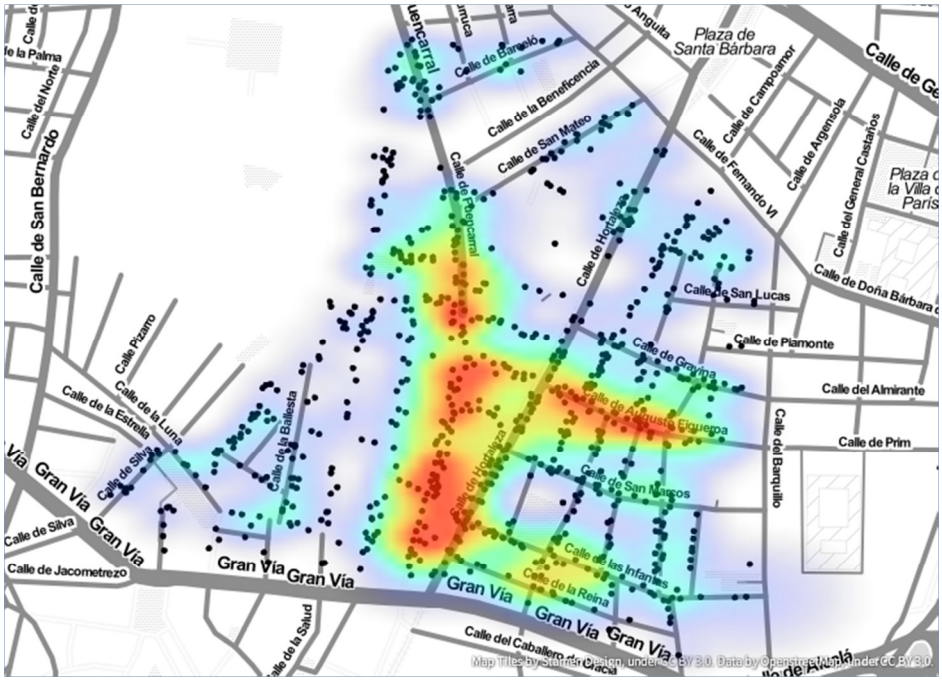
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.6.6 Estudio detallado del gasto por destino

5.6.6.1 Gasto total por calle de los compradores en Madrid

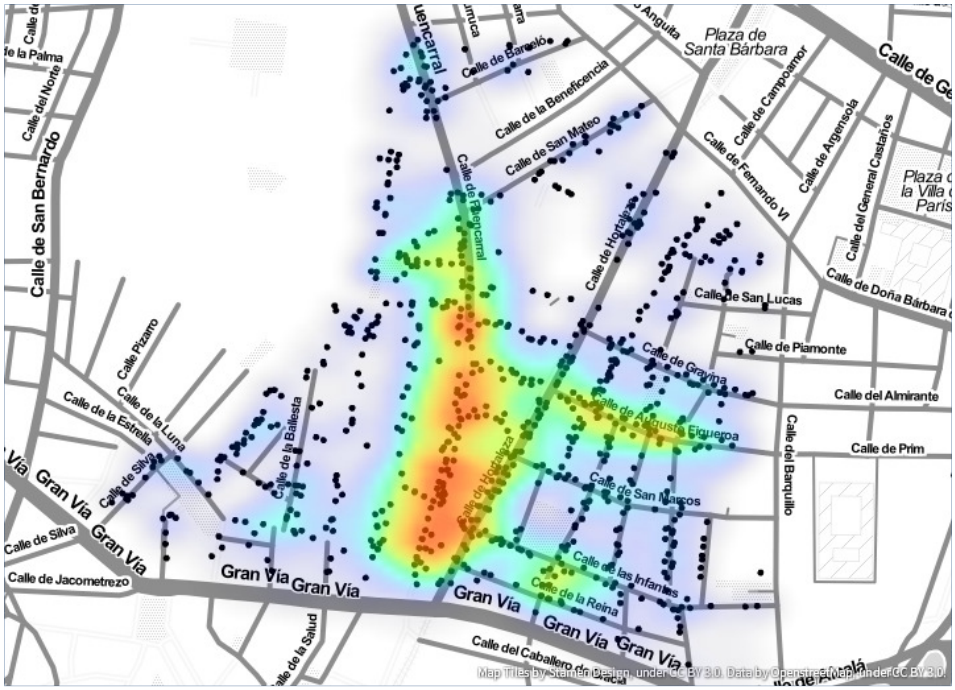
Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 210.973 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en Triball, Fuencarral y Chueca por valor de 9.858.232 €.

Nota: Cabe aclarar que las escalas cromáticas de este mapa de calor y el siguiente tienen sus máximos en valores absolutos diferentes (menor en el caso de visitantes que en el de residentes).



5.6.6.2 Gasto total por calle de los visitantes españoles de fuera de Madrid

Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 92.900 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en Triball, Fuencarral y Chueca por valor de 4.493.848 €.



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

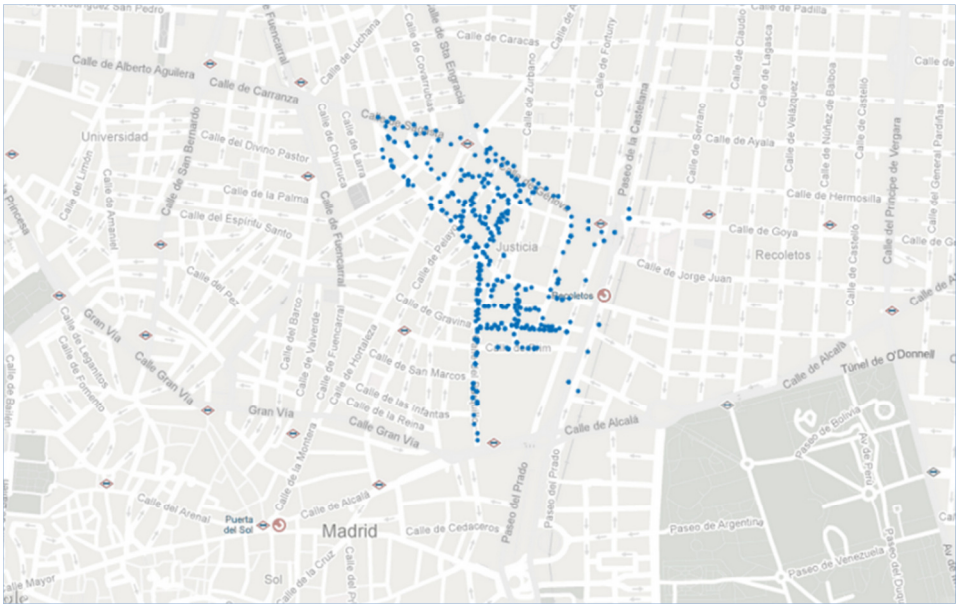
5.7 Salesas

Algunas características propias de esta zona:

- Zona equilibrada en cuanto a género.
- Mayoría elevada de compradores de Madrid.
- Compradores analizados durante 2012: 48.355 personas distintas.

5.7.1 Estudio de los comercios

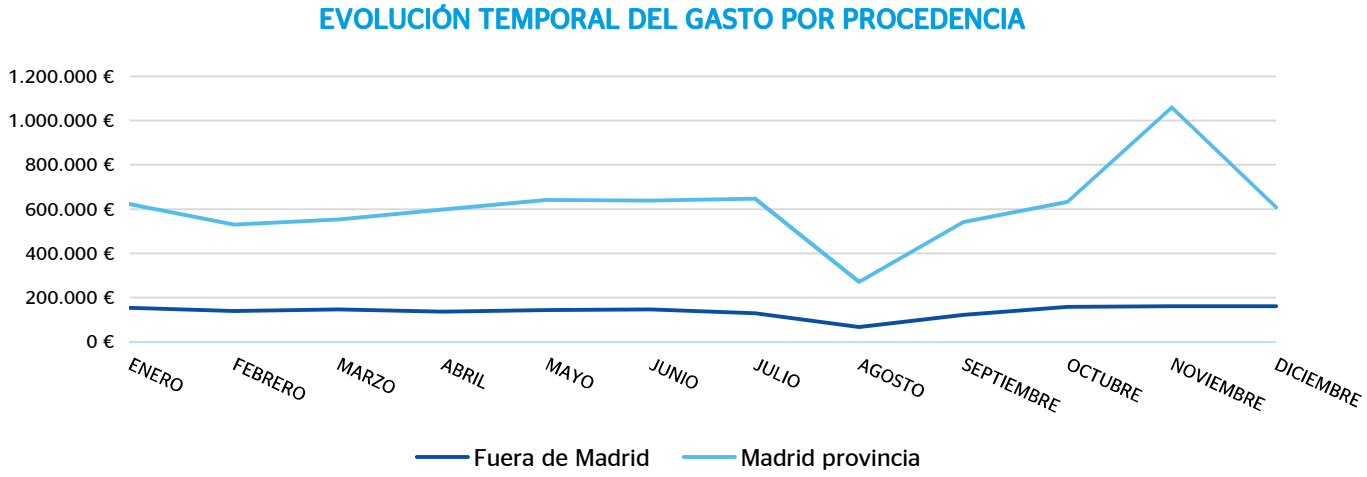
Distribución de los comercios en Salesas: 651 TPVs activos en 2012.



Salesas - TPVs analizados

5.7.2 Evolución mensual en 2012

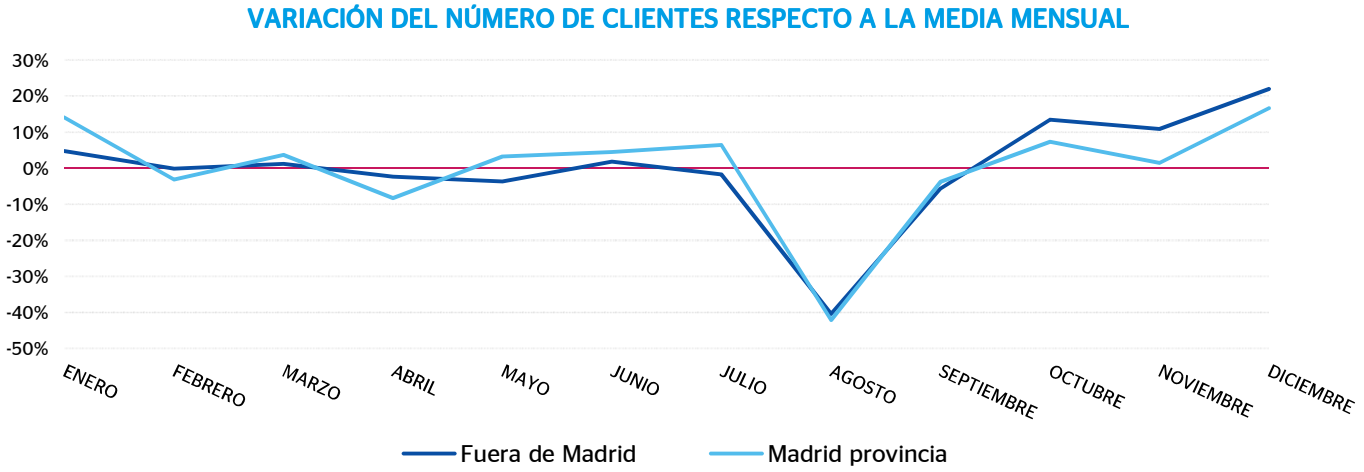
En la siguiente gráfica se ilustra la evolución mensual del gasto en Salesas para los residentes en la provincia de Madrid y para el resto de españoles.



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

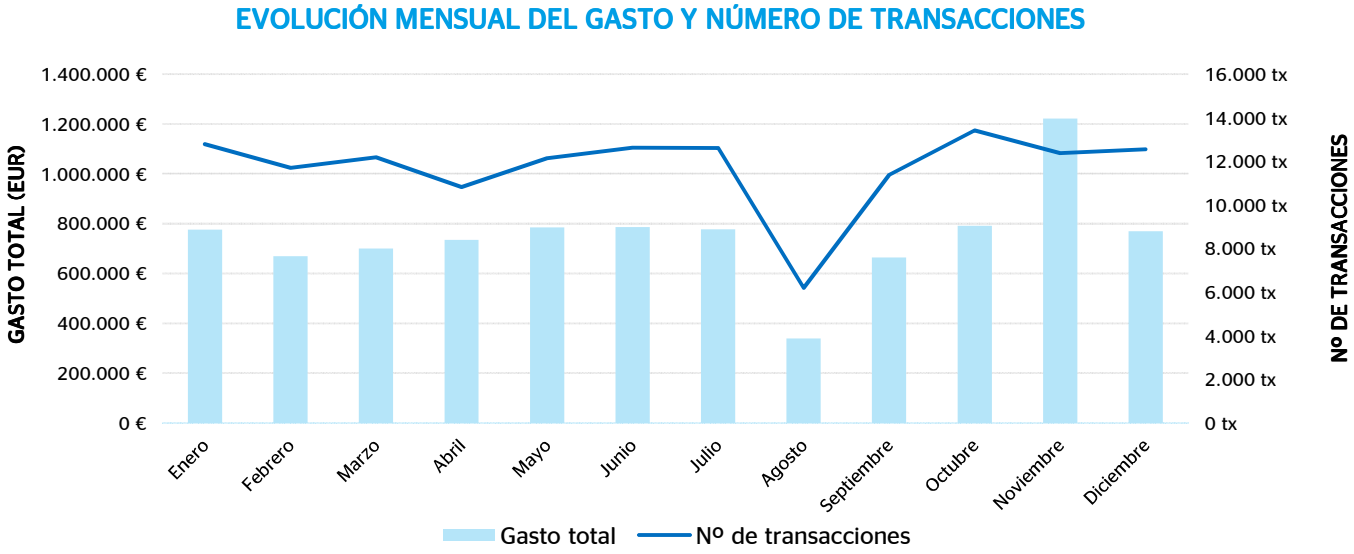
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

Se representa a continuación la desviación de cada mes con respecto a la media mensual para cada caso (con origen Madrid provincia o fuera de la misma).



A continuación se muestra de forma agregada (para los residentes tanto en la provincia de Madrid como fuera de ella) la evolución del gasto total y el número de transacciones. Los promedios mensuales para ambas magnitudes son:

- Gasto mensual: 750.965 €/mes.
- Número de transacciones mensual:11.732 tx/mes.



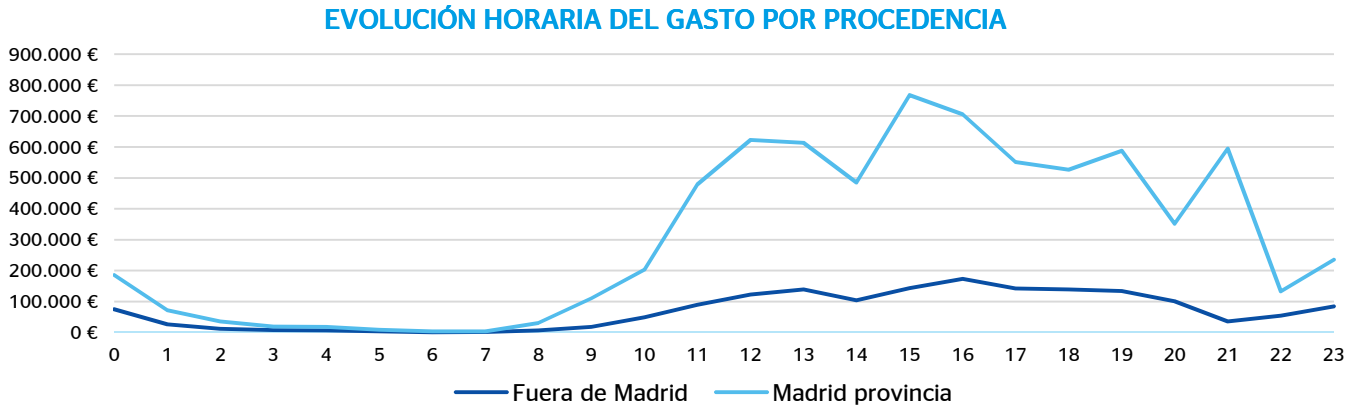
Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

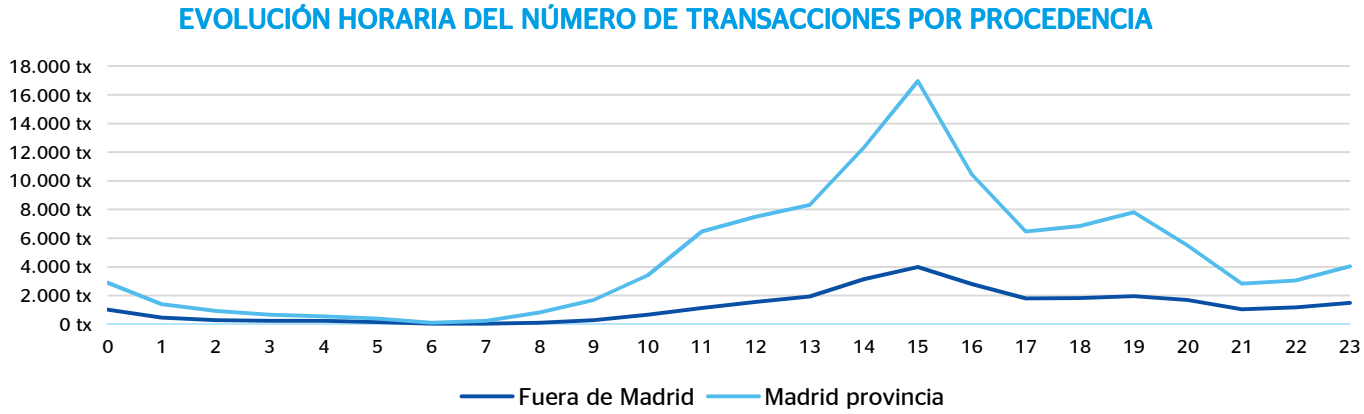
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.7.3 Evolución horaria en 2012

Las siguientes gráficas muestran el gasto y el número de transacciones en esta zona durante todo 2012 agregados para cada hora del día. Los promedios diarios para ambas magnitudes son:

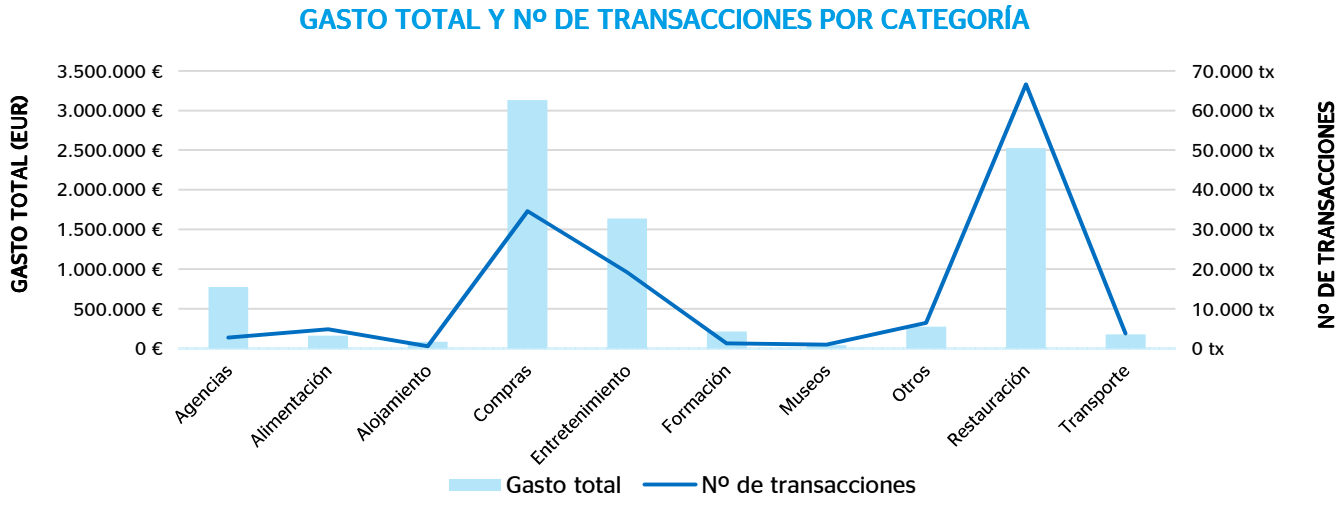
- Gasto diario: 24.621€/día.
- Número de transacciones diario: 385 tx/día.





5.7.4 Estudio detallado del gasto por categorías

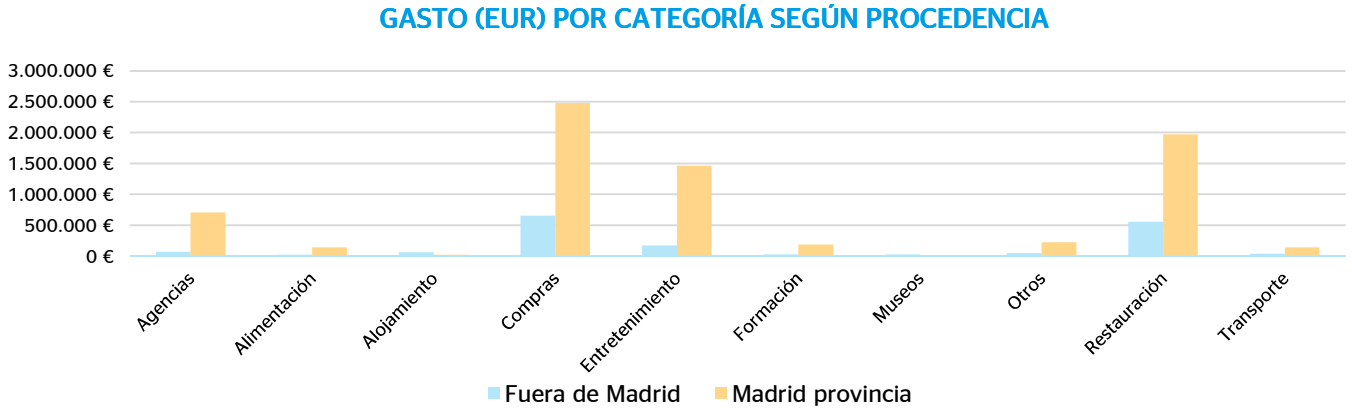
Este diagrama muestra el reparto por categorías de los 9.011.582 € de gasto a través de 140.782 transacciones.



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

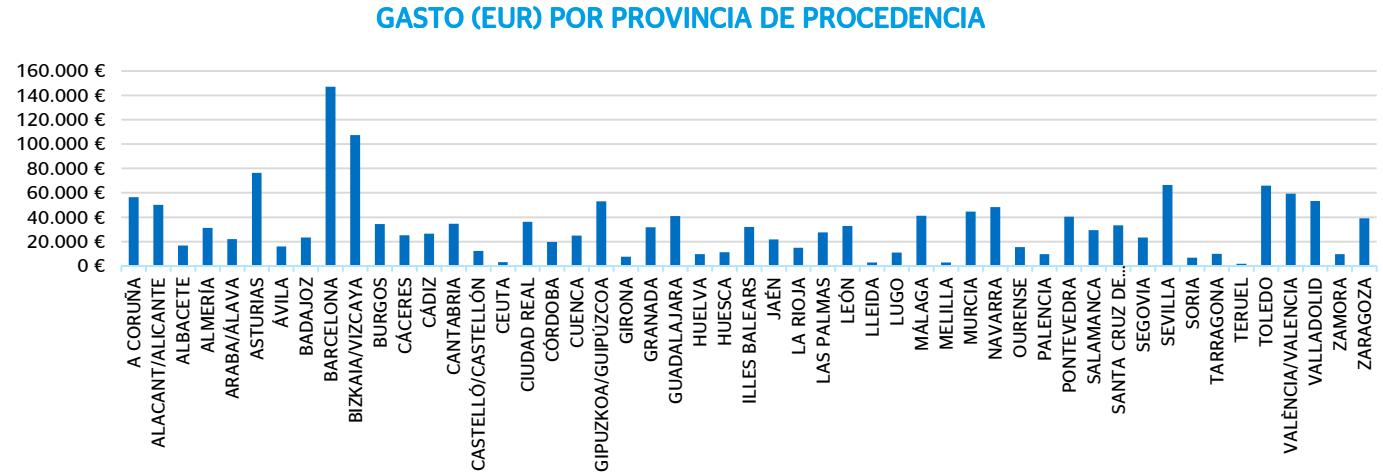
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

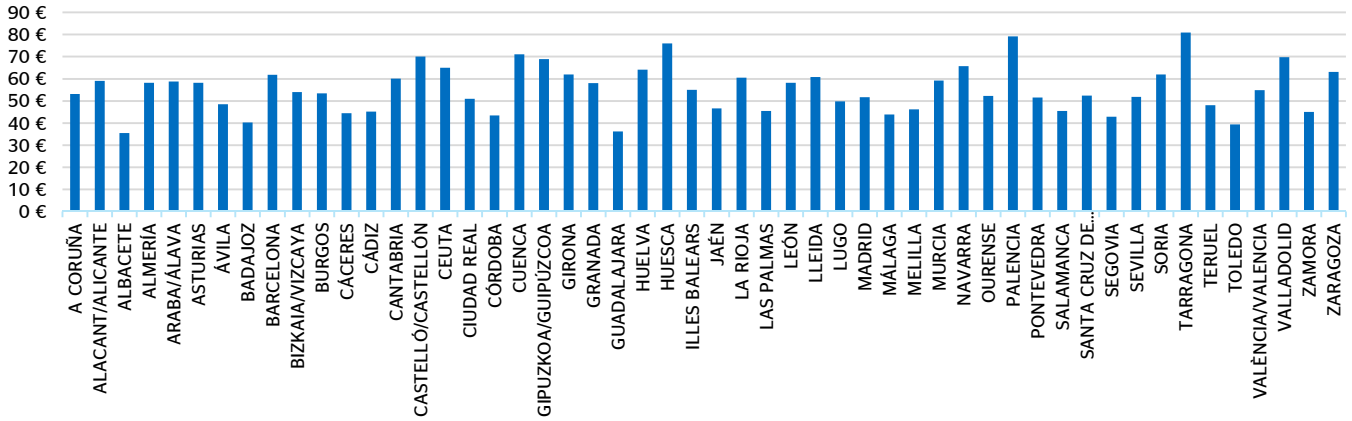
Clasificando por categorías el gasto por residencia del comprador el resultado es el siguiente.



5.7.5 Estudio detallado del gasto por provincia de origen

A continuación se analiza el gasto total y la transacción media por provincia de procedencia del comprador. Se debe tener en cuenta que en esta zona el 18% del gasto y el 21% de las transacciones provienen de fuera de la provincia.





Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

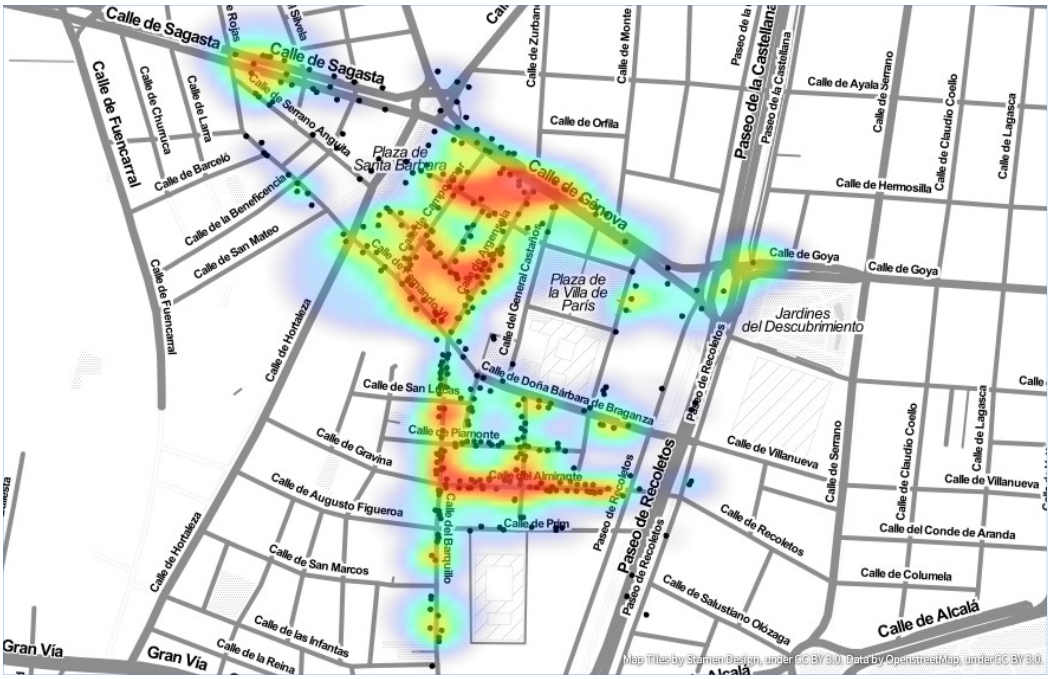
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.7.6 Estudio detallado del gasto por destino

5.7.6.1 Gasto total por calle de los residentes en Madrid

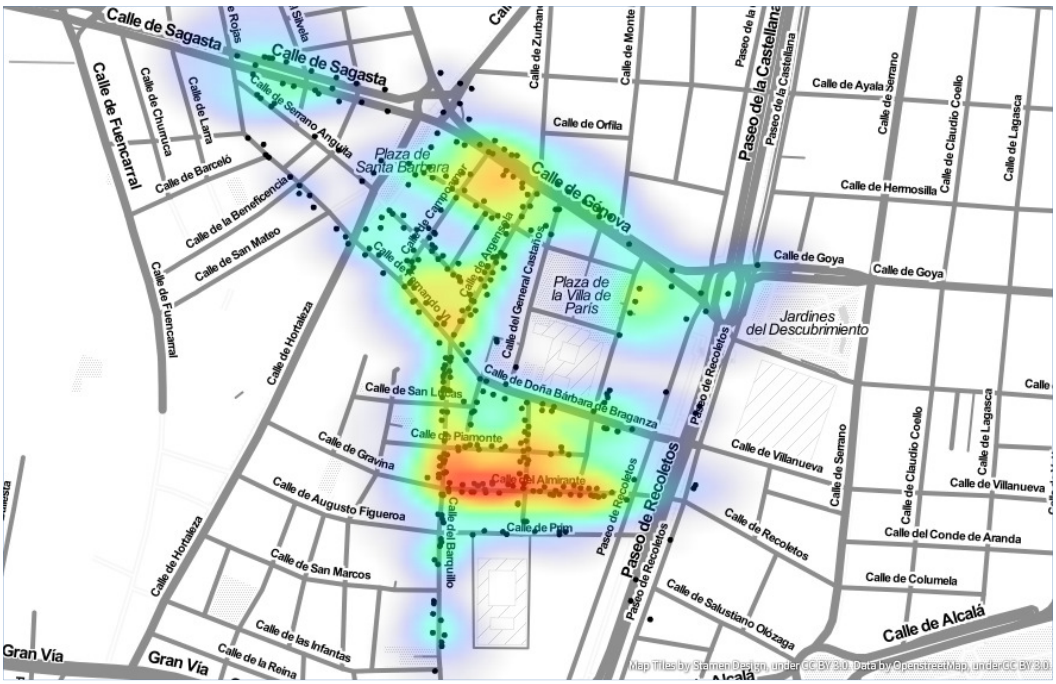
Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 111.687 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en Salesas por valor de 7.344.446€.

Nota: Cabe aclarar que las escalas cromáticas de este mapa de calor y el siguiente tienen sus máximos en valores absolutos diferentes (menor en el caso de visitantes que en el de residentes).



5.7.6.2 Gasto total por calle de los visitantes españoles de fuera de Madrid

Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 29.095 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en Salesas por valor de 1.667.136€.



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.8 Argüelles, Princesa y Conde Duque

Algunas características propias de esta zona:

- Zona equilibrada en cuanto a género.
- Zona con mayor número de TPVs dedicados a entretenimiento.
- Mayoría elevada de compradores de Madrid.
- Compradores analizados durante 2012: 110.542 personas distintas.

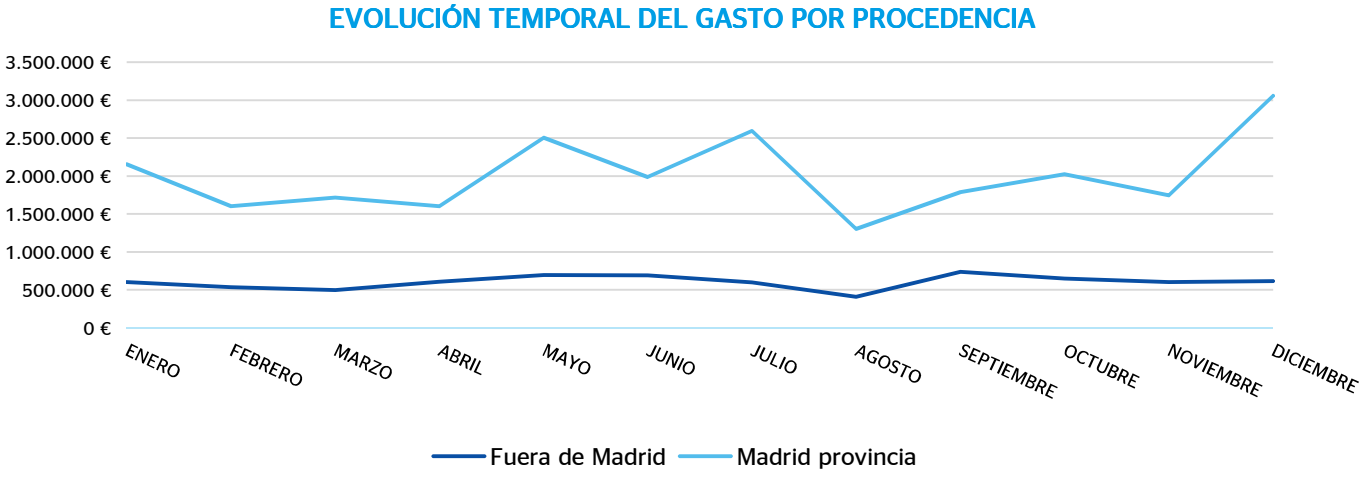
5.8.1 Estudio de los comercios

Distribución de los comercios en Argüelles, Princesa y Conde Duque: 1.771 TPVs activos en 2012.

Argüelles, Princesa y Conde Duque - TPVs analizados

5.8.2 Evolución mensual en 2012

En la siguiente gráfica se ilustra la evolución mensual del gasto en Argüelles, Princesa y Conde Duque para los residentes en la provincia de Madrid y para el resto de españoles.

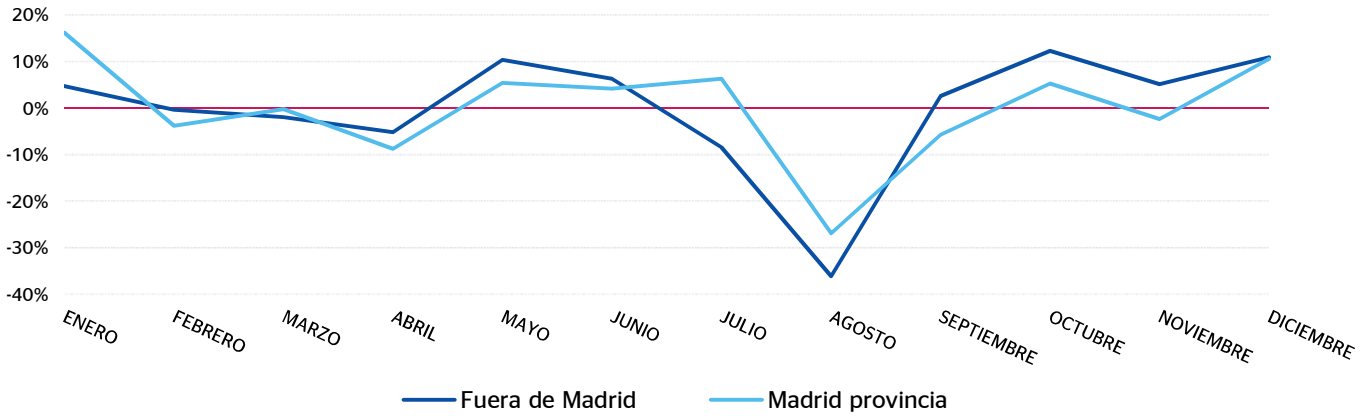


Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

Se representa a continuación la desviación de cada mes con respecto a la media mensual para cada caso (con origen Madrid provincia o fuera de la misma).

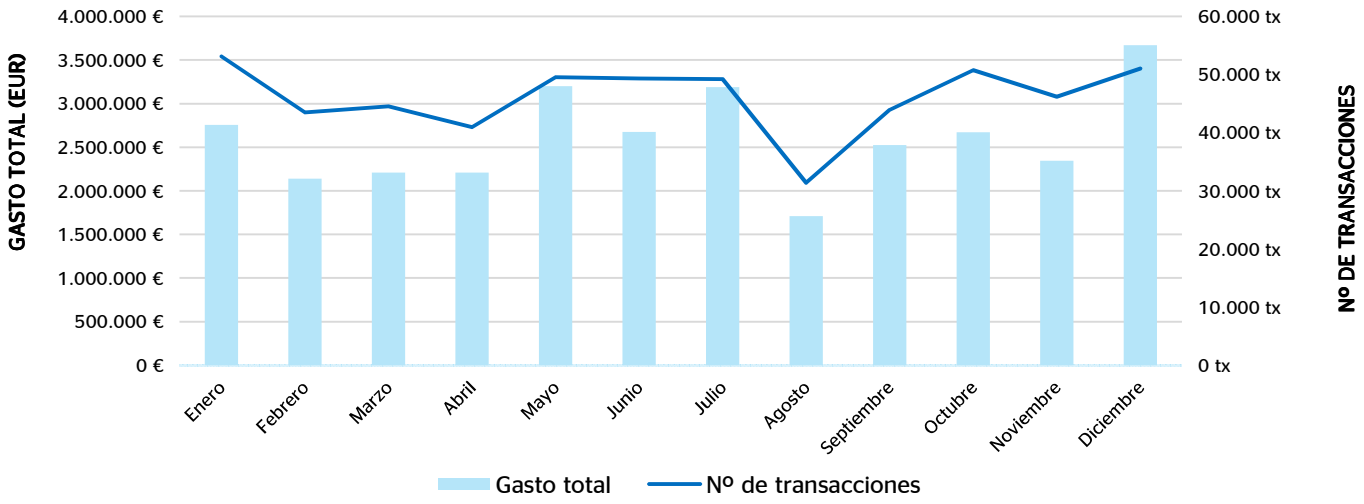
VARIACIÓN DEL NÚMERO DE CLIENTES RESPECTO A LA MEDIA MENSUAL



A continuación se muestra de forma agregada (para los residentes tanto en la provincia de Madrid como fuera de ella) la evolución del gasto total y el número de transacciones. Los promedios mensuales para ambas magnitudes son:

- Gasto mensual: 2.608.429€/mes.
- Número de transacciones mensual: 46.112 tx/mes.

EVOLUCIÓN MENSUAL DEL GASTO Y NÚMERO DE TRANSACCIONES



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

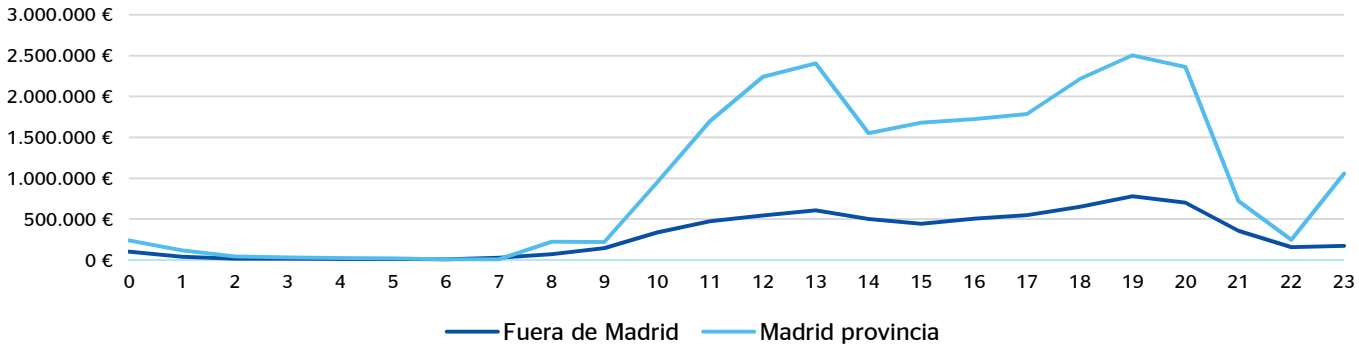
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.8.3 Evolución horaria en 2012

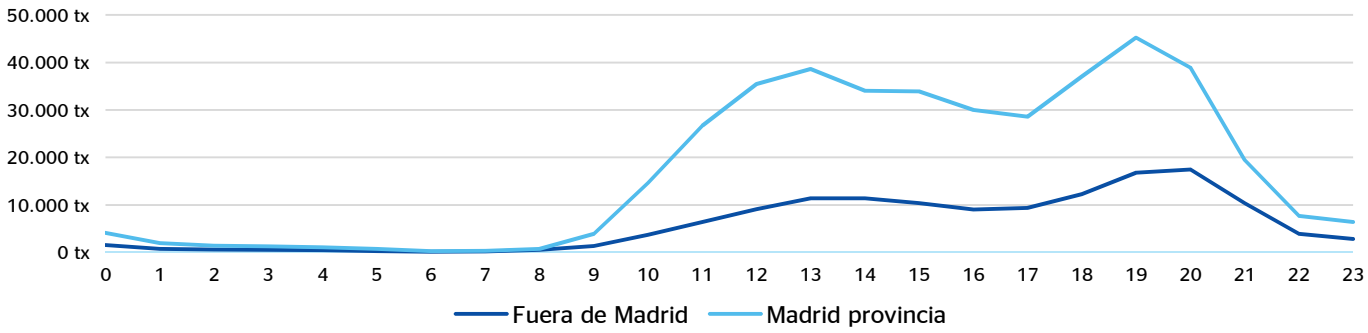
Las siguientes gráficas muestran el gasto y el número de transacciones en esta zona durante todo 2012 agregados para cada hora del día. Los promedios diarios para ambas magnitudes son:

- Gasto diario: 85.522€/día.
- Número de transacciones diario: 1.512 tx/día.

EVOLUCIÓN HORARIA DEL GASTO POR PROCEDENCIA



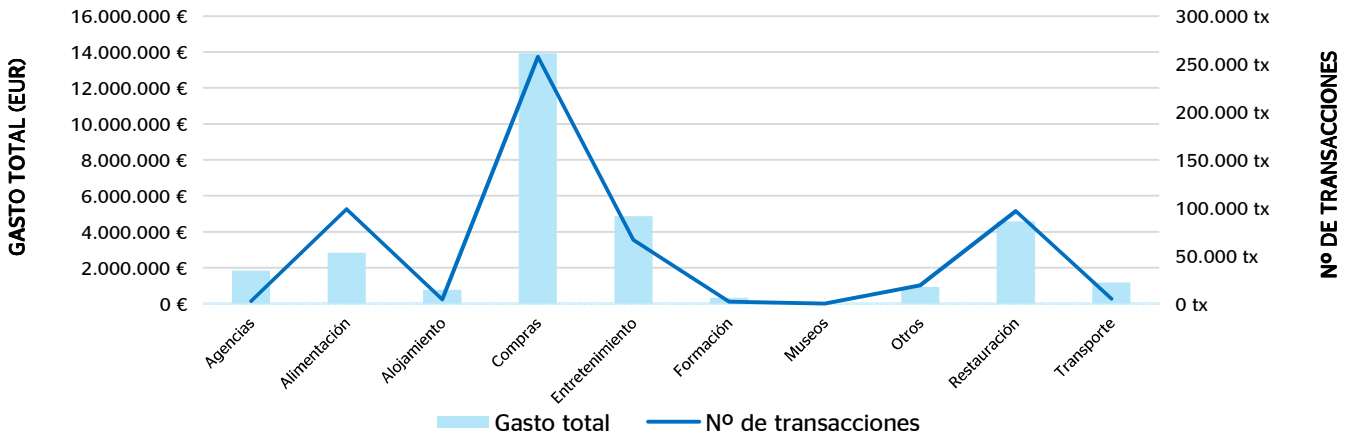
EVOLUCIÓN HORARIA DEL NÚMERO DE TRANSACCIONES POR PROCEDENCIA



5.8.4 Estudio detallado del gasto por categorías

Este diagrama muestra el reparto por categorías de los 31.301.143,49 € de gasto a través de 553.346 transacciones.

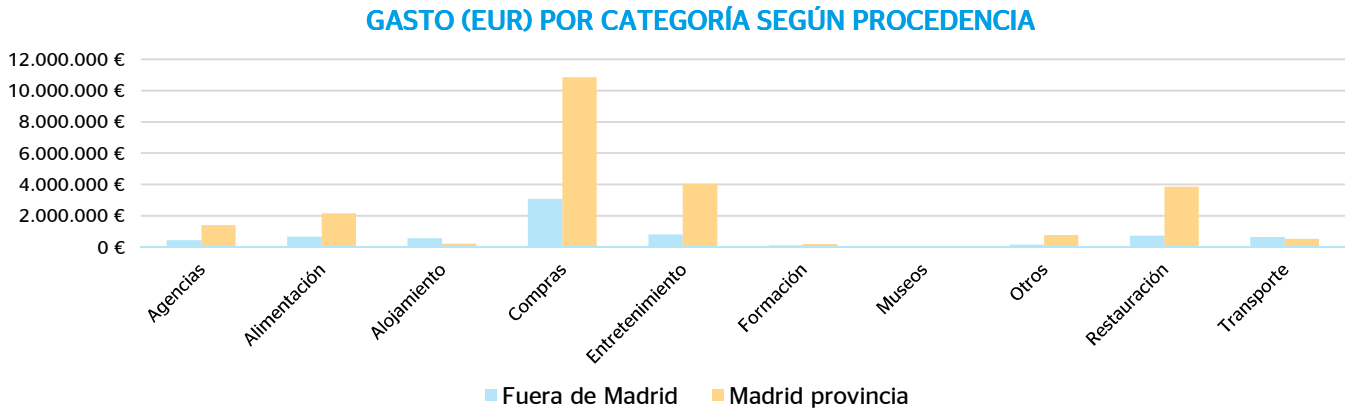
GASTO TOTAL Y Nº DE TRANSACCIONES POR CATEGORÍA



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

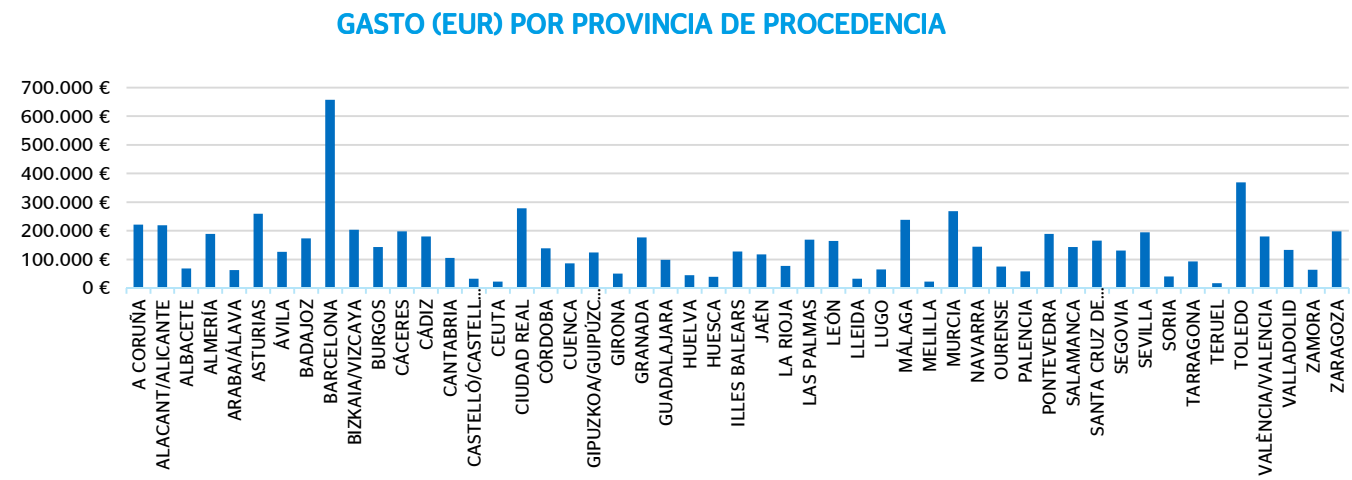
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

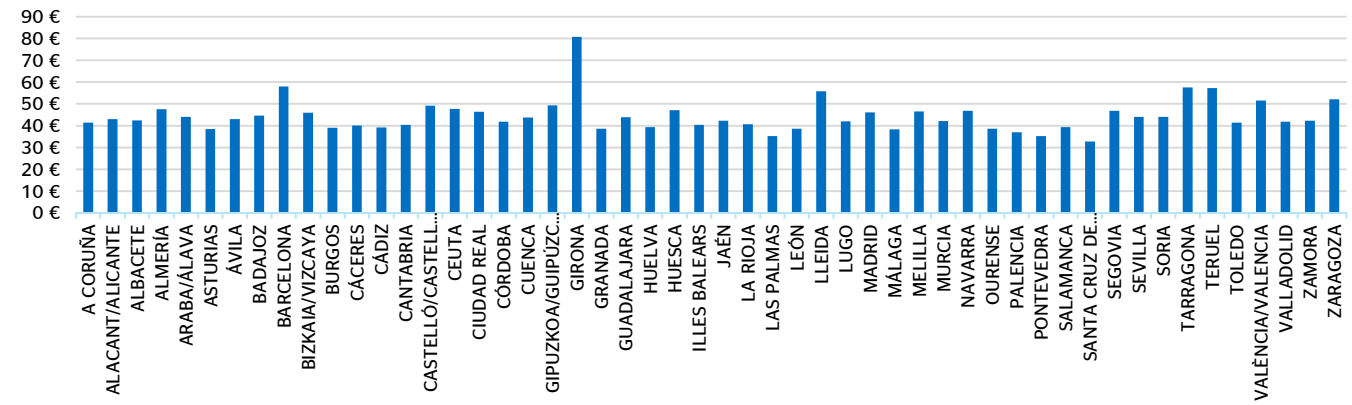
Clasificando por categorías el gasto por residencia del comprador el resultado es el siguiente.



5.8.5 Estudio detallado del gasto por provincia de origen

A continuación se analiza el gasto total y la transacción media por provincia de procedencia del comprador. Se debe tener en cuenta que en esta zona el 23% del gasto y el 26% de las transacciones provienen de fuera de la provincia.





Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

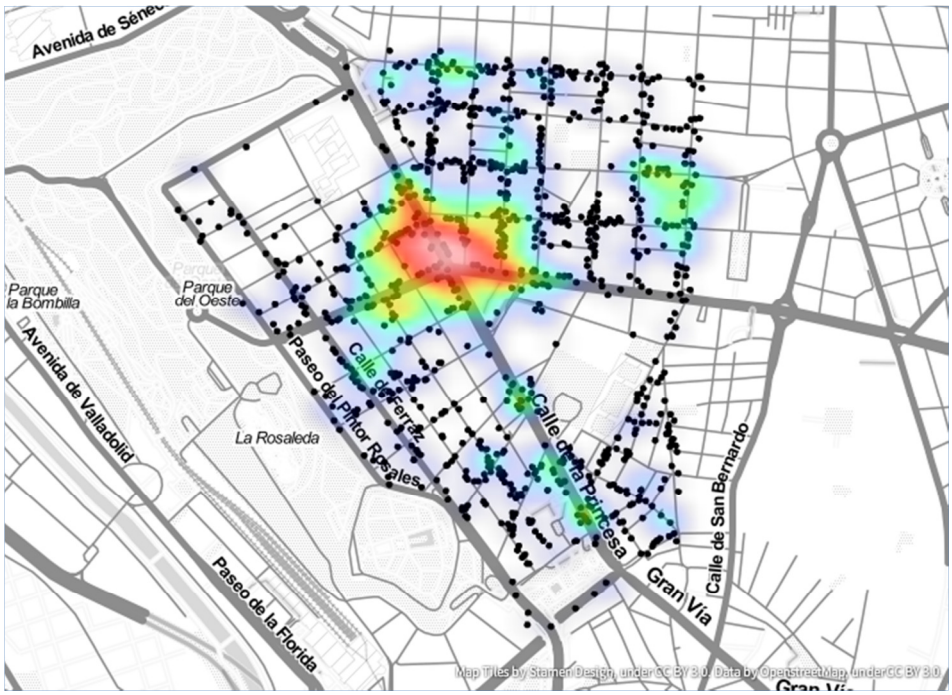
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.8.6 Evoluciones detallado del gasto por destino

5.8.6.1 Gasto total por calle de los residentes en Madrid

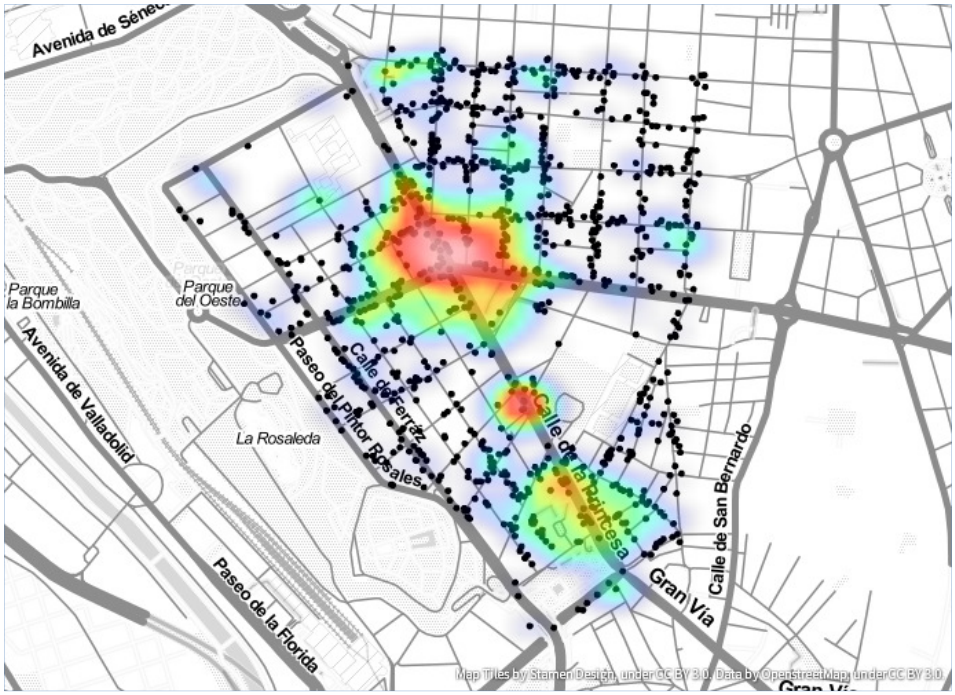
Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 412.563 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en Argüelles, Princesa y Conde Duque por valor de 24.074.180€.

Nota: Cabe aclarar que las escalas cromáticas de este mapa de calor y el siguiente tienen sus máximos en valores absolutos diferentes (menor en el caso de visitantes que en el de residentes).



5.8.6.2 Gasto total por calle de los visitantes españoles de fuera de Madrid

Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 140.783 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en Argüelles, Princesa y Conde Duque por valor de 7.226.964€.



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

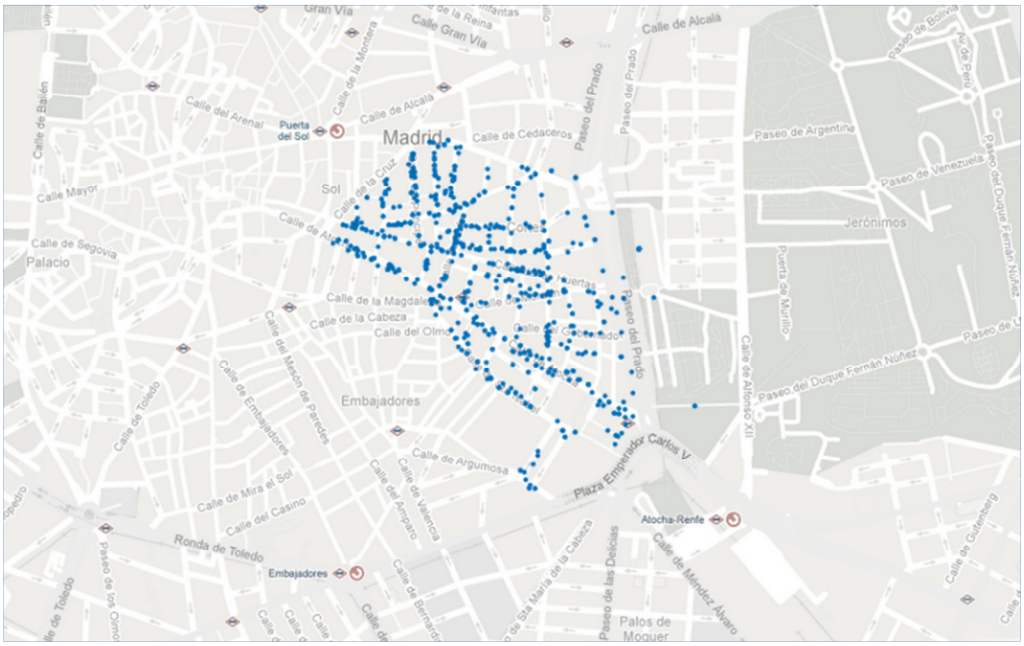
5.9 Barrio de las Letras

Algunas características propias de esta zona:

- Zona con menor porcentaje de consumidores mujeres.
- Zona con mayor número de TPVs dedicados a restauración.
- Mayoría de compradores de Madrid.
- Compradores analizados durante 2012: 70.587 personas distintas.

5.9.1 Estudio de los comercios

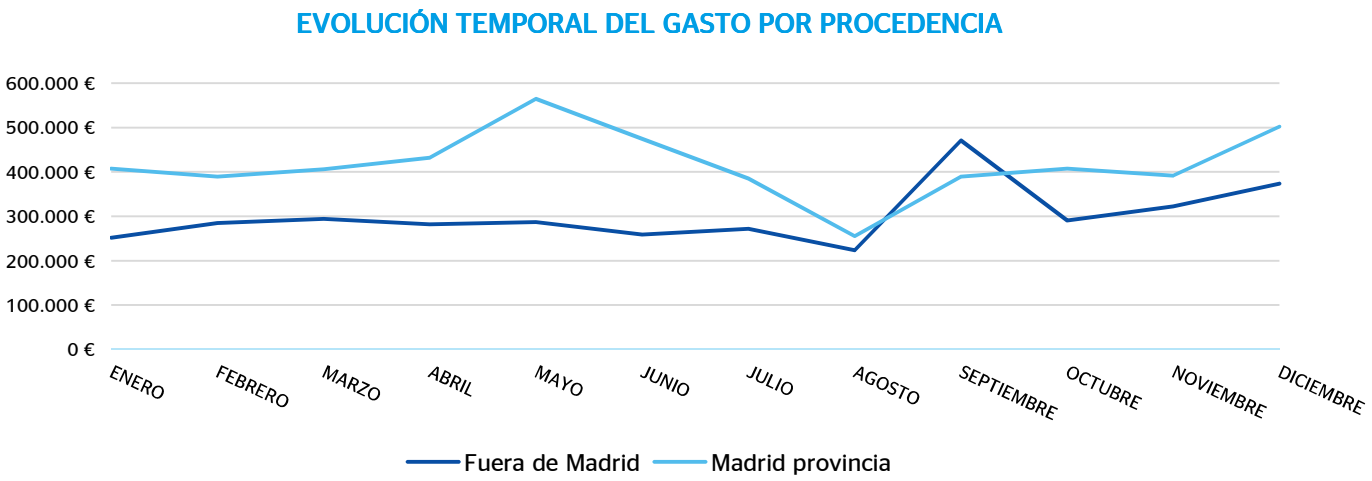
Distribución de los comercios en el Barrio de las Letras: **883 TPVs activos en 2012.**



Barrio de las Letras – TPVs analizados

5.9.2 Evolución mensual en 2012

En la siguiente gráfica se ilustra la evolución mensual del gasto en el barrio de las Letras para los residentes en la provincia de Madrid y para el resto de españoles.

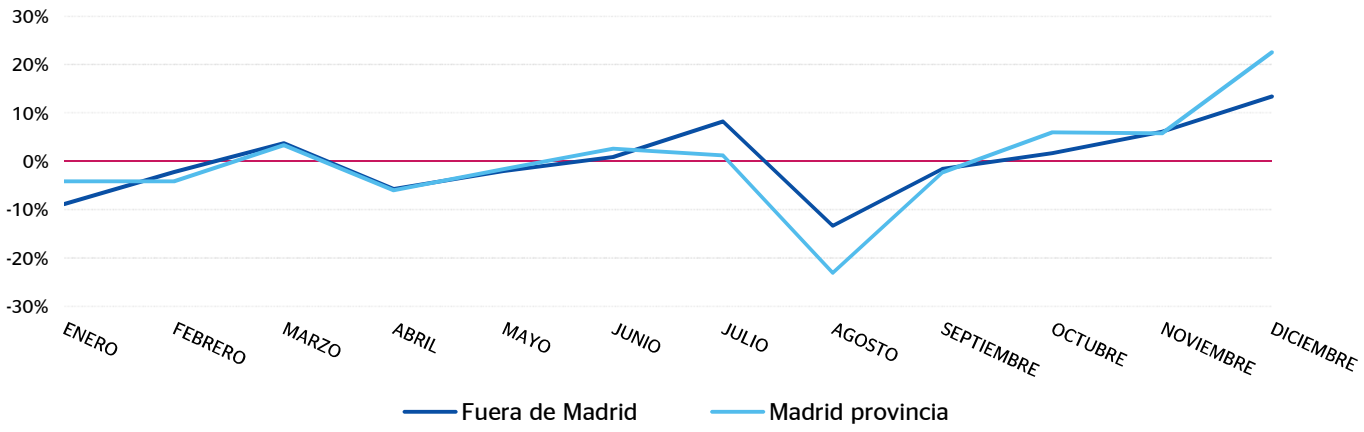


Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

Se representa a continuación la desviación de cada mes con respecto a la media mensual para cada caso (con origen Madrid provincia o fuera de la misma).

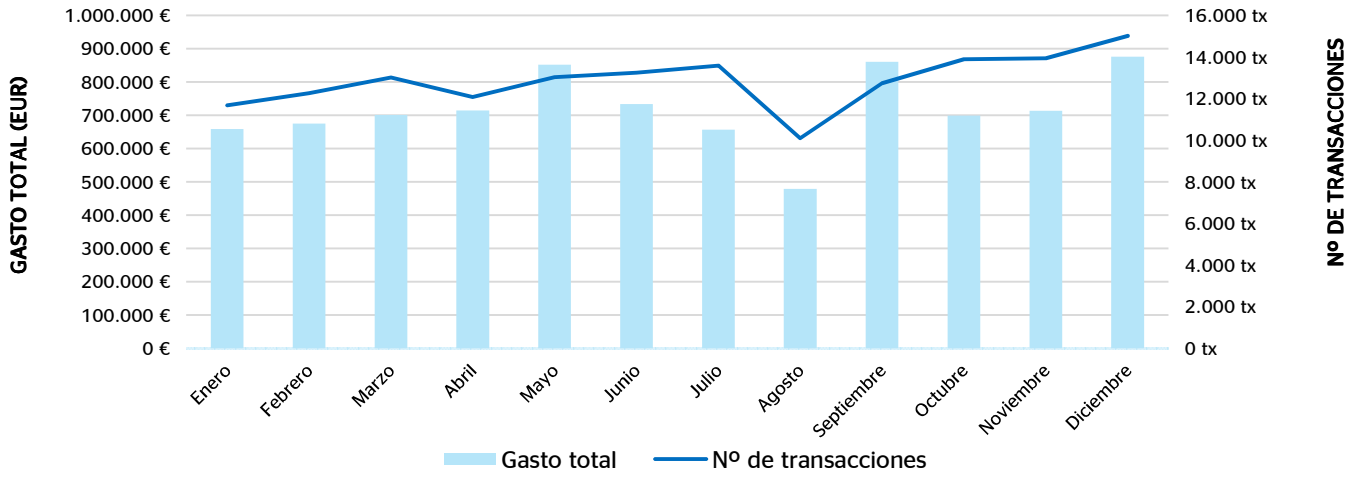
VARIACIÓN DEL NÚMERO DE CLIENTES RESPECTO A LA MEDIA MENSUAL



A continuación se muestra de forma agregada (para los residentes tanto en la provincia de Madrid como fuera de ella) la evolución del gasto total y el número de transacciones. Los promedios mensuales para ambas magnitudes son:

- Gasto mensual: 718.319€/mes.
- Número de transacciones mensual: 12.883 tx/mes.

EVOLUCIÓN MENSUAL DEL GASTO Y NÚMERO DE TRANSACCIONES



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

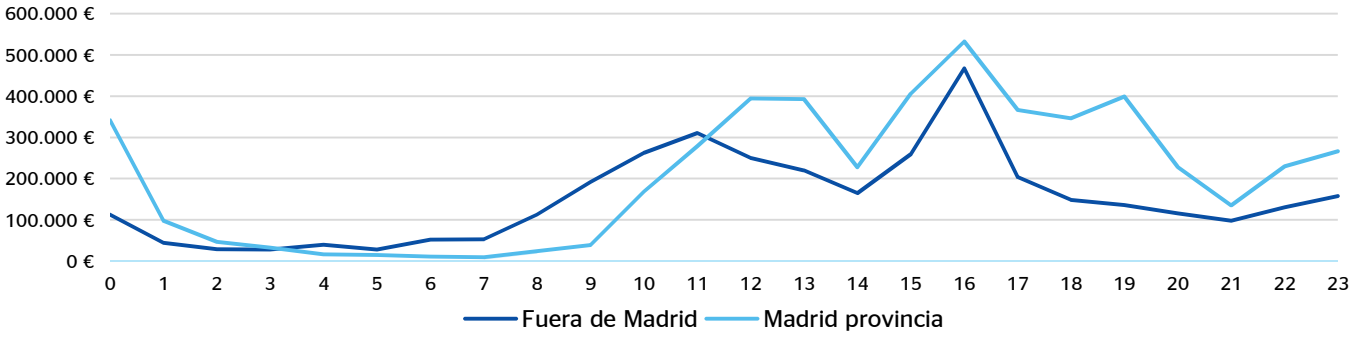
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.9.3 Evolución horaria en 2012

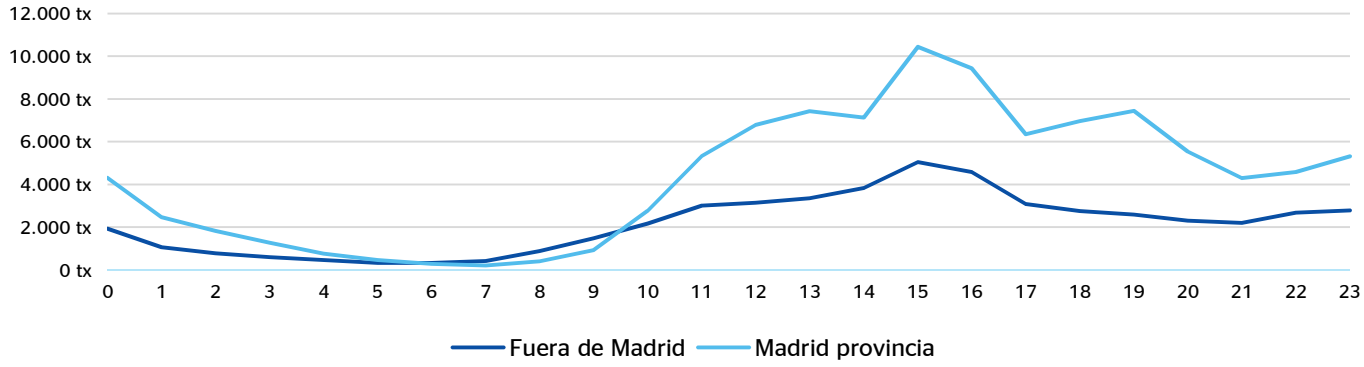
Las siguientes gráficas muestran el gasto y el número de transacciones en esta zona durante todo 2012 agregados para cada hora del día. Los promedios diarios para ambas magnitudes son:

- Gasto diario: 23.551€/día.
- Número de transacciones diario: 422 tx/día.

EVOLUCIÓN HORARIA DEL GASTO POR PROCEDENCIA



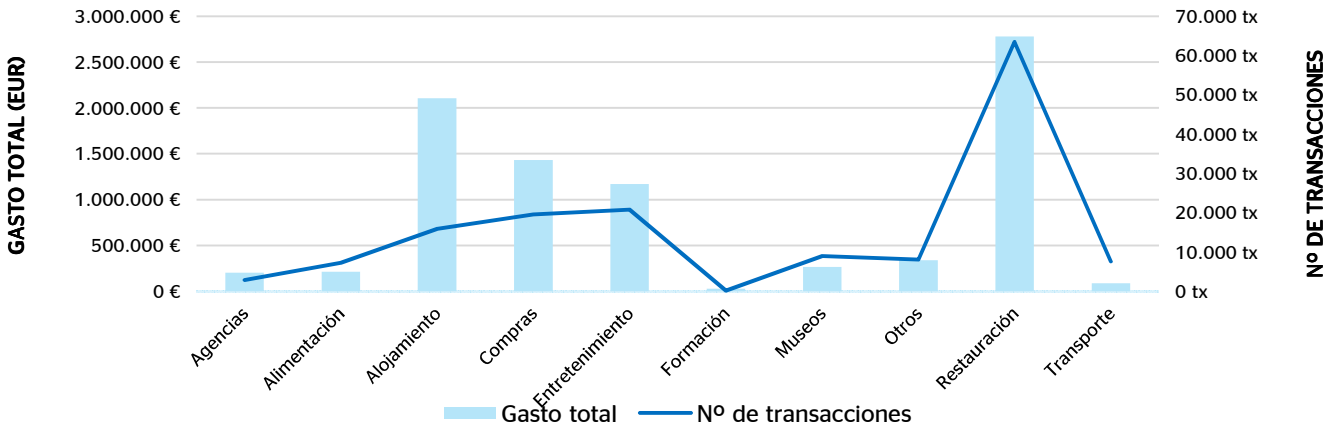
EVOLUCIÓN HORARIA DEL NÚMERO DE TRANSACCIONES POR PROCEDENCIA



5.9.4 Estudio detallado del gasto por categorías

Este diagrama muestra el reparto por categorías de los 8.619.824€ de gasto a través de 154.601 transacciones.

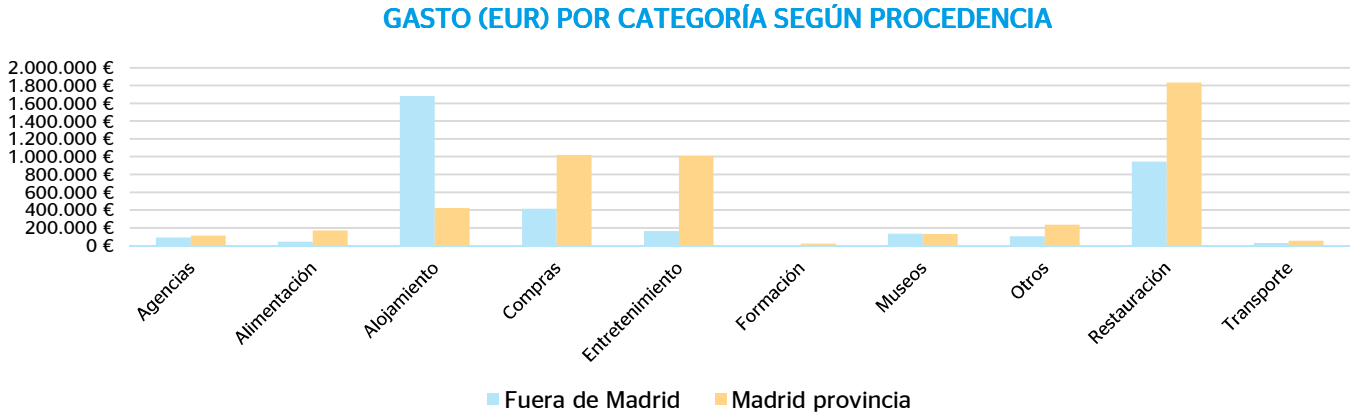
GASTO TOTAL Y Nº DE TRANSACCIONES POR CATEGORÍA



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

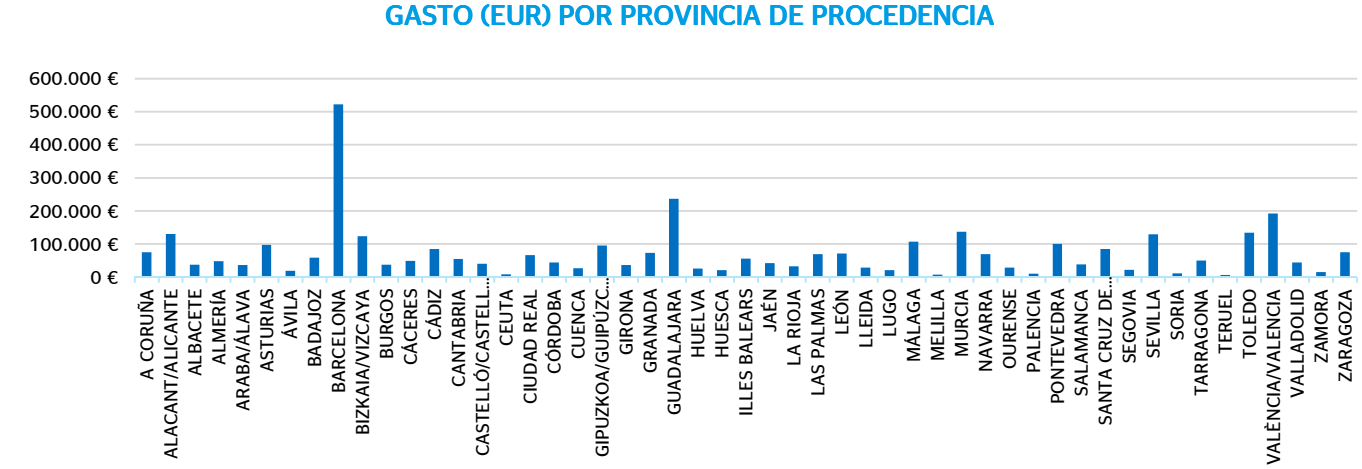
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

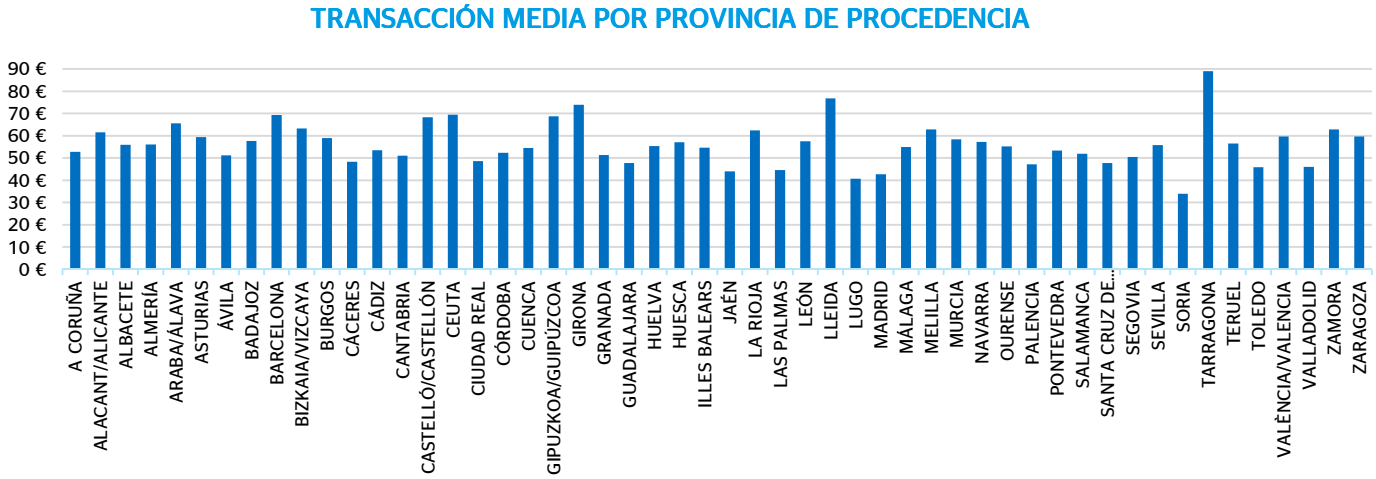
Clasificando por categorías el gasto por residencia del comprador el resultado es el siguiente.



5.9.5 Estudio detallado del gasto por provincia de origen

A continuación se analiza el gasto total y la transacción media por provincia de procedencia del comprador. Se debe tener en cuenta que en esta zona el 42% del gasto y el 34% de las transacciones provienen de fuera de la provincia.





Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.9.6 Estudio detallado del gasto por destino

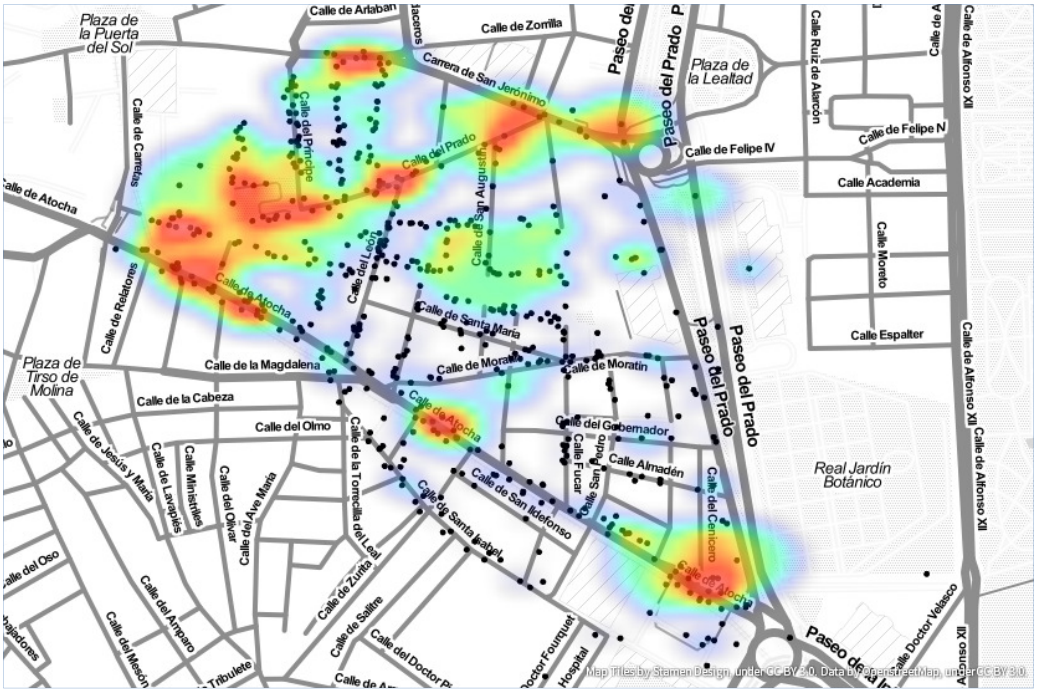
5.9.6.1 Gasto total por calle de los residentes Madrid

Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 102.761 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en el barrio de las Letras por valor de 5.006.884€.

Nota: Cabe aclarar que las escalas cromáticas de este mapa de calor y el siguiente tienen sus máximos en valores absolutos diferentes (menor en el caso de visitantes que en el de residentes).

5.9.6.2 Gasto total por calle de los visitantes españoles de fuera de Madrid

Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 51.840 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en el barrio de las Letras por valor de 3.612.939 €.



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

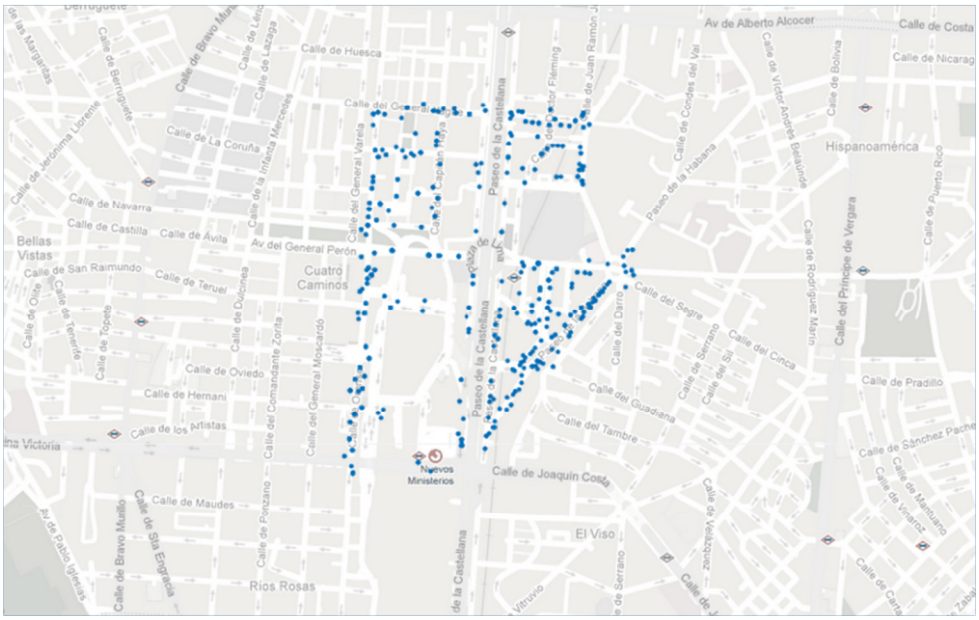
5.10 Azca y Bernabéu

Algunas características propias de esta zona:

- Zona con menor porcentaje de consumidores mujeres.
- Junto con Argüelles, zona con mayor número de TPVs dedicados a entretenimiento.
- Mayoría de compradores de Madrid.
- Compradores analizados durante 2012: 158.975 personas distintos.

5.10.1 Estudio de los comercios

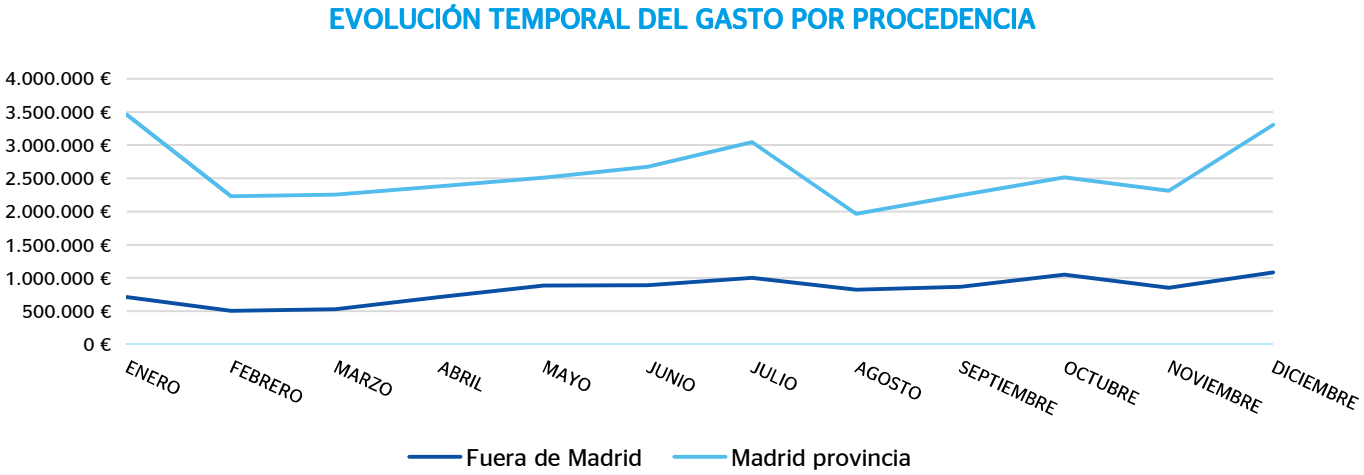
Distribución de los comercios en Azca y Bernabéu: 801 TPVs activos en 2012.



Azca y Bernabéu - TPVs analizados

5.10.2 Evolución mensual en 2012

En la siguiente gráfica se ilustra la evolución mensual del gasto en el Azca y Bernabéu para los residentes en la provincia de Madrid y para el resto de españoles.

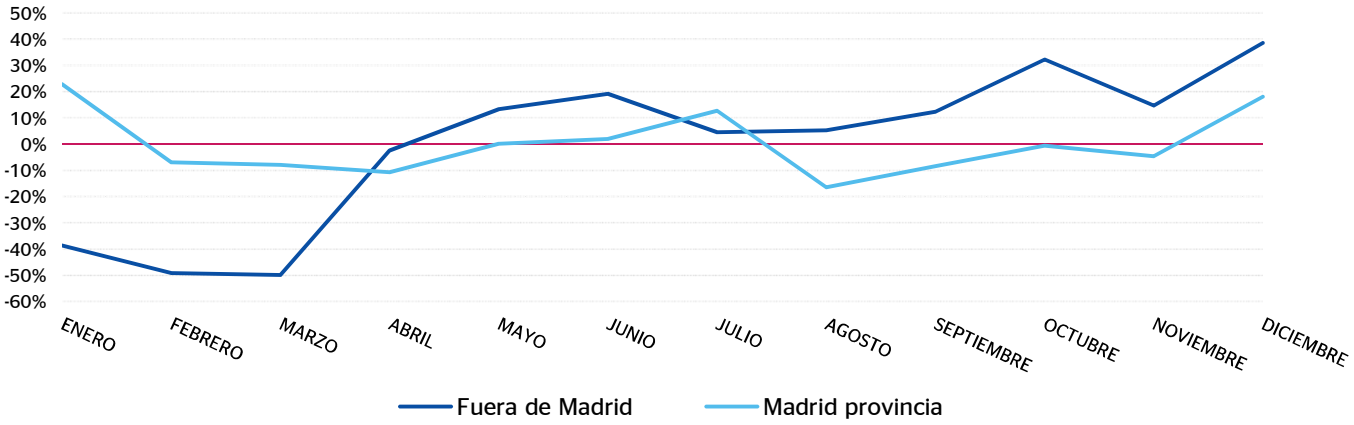


Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

Se representa a continuación la desviación de cada mes con respecto a la media mensual para cada caso (con origen Madrid provincia o fuera de la misma).

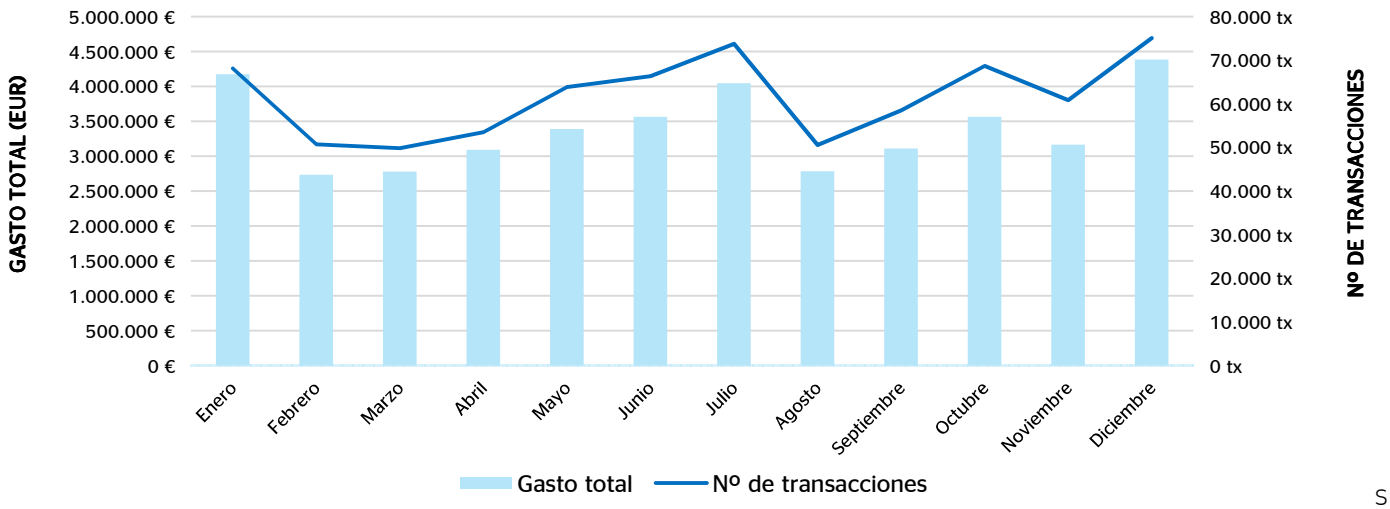
VARIACIÓN DEL NÚMERO DE CLIENTES RESPECTO A LA MEDIA MENSUAL



A continuación se muestra de forma agregada (para los residentes tanto en la provincia de Madrid como fuera de ella) la evolución del gasto total y el número de transacciones. Los promedios mensuales para ambas magnitudes son:

- Gasto mensual: 3.401.133 €/mes.
- Número de transacciones mensual: 61.687 tx/mes.

EVOLUCIÓN MENSUAL DEL GASTO Y NÚMERO DE TRANSACCIONES



S

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

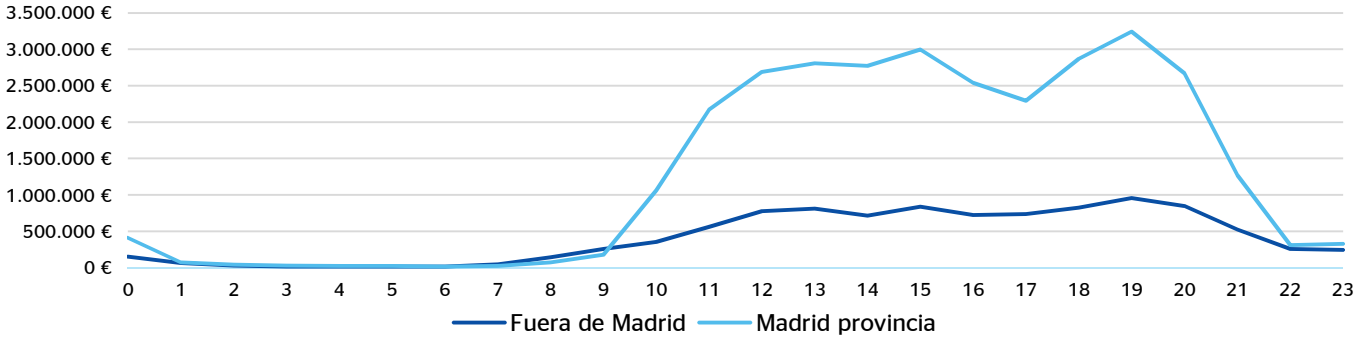
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.10.3 Evolución horaria en 2012

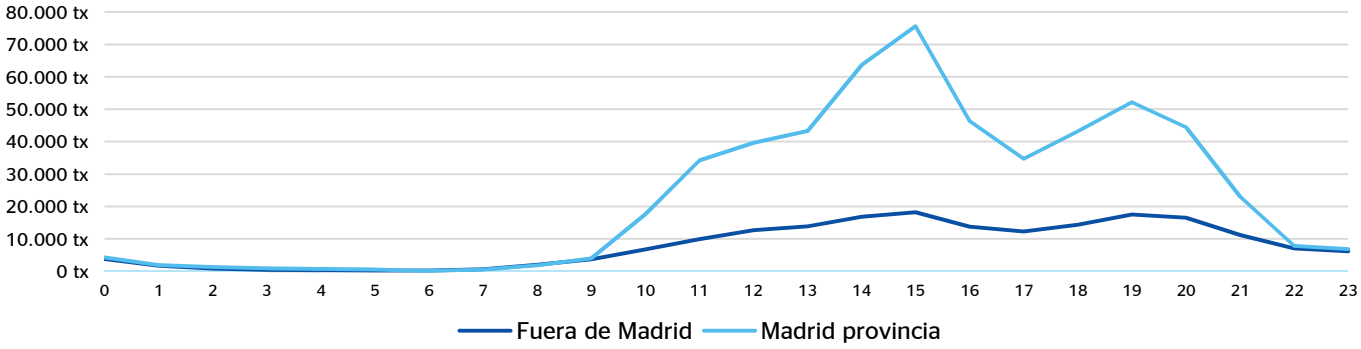
Las siguientes gráficas muestran el gasto y el número de transacciones en esta zona durante todo 2012 agregados para cada hora del día. Los promedios diarios para ambas magnitudes son:

- Gasto diario: 111.5123 €/día.
- Número de transacciones diario: 2.023 tx/día.

EVOLUCIÓN HORARIA DEL GASTO POR PROCEDENCIA



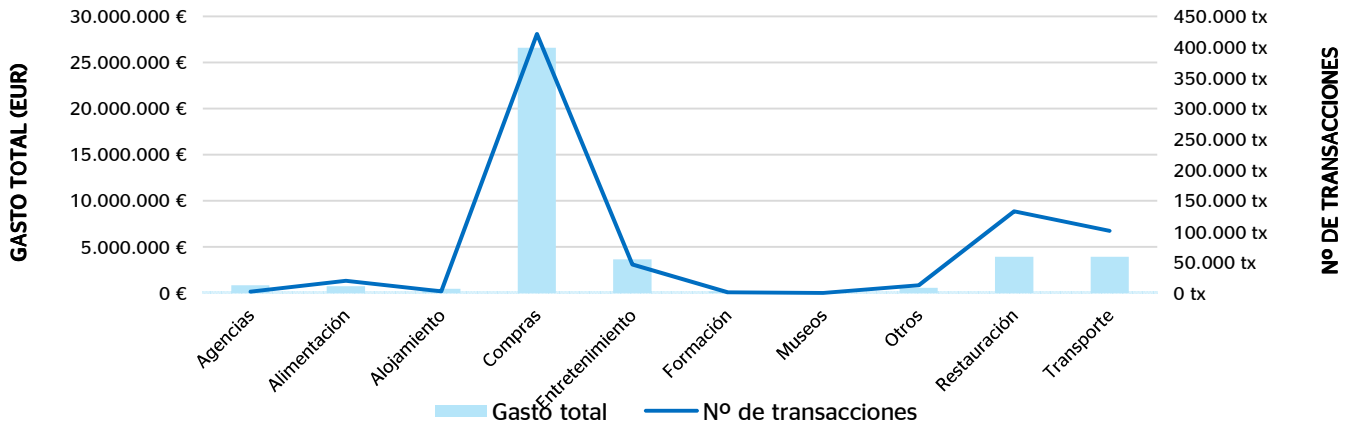
EVOLUCIÓN HORARIA DEL NÚMERO DE TRANSACCIONES POR PROCEDENCIA



5.10.4 Estudio detallado del gasto por categorías

Este diagrama muestra el reparto por categorías de los 40.813.597 € de gasto a través de 740.241 transacciones.

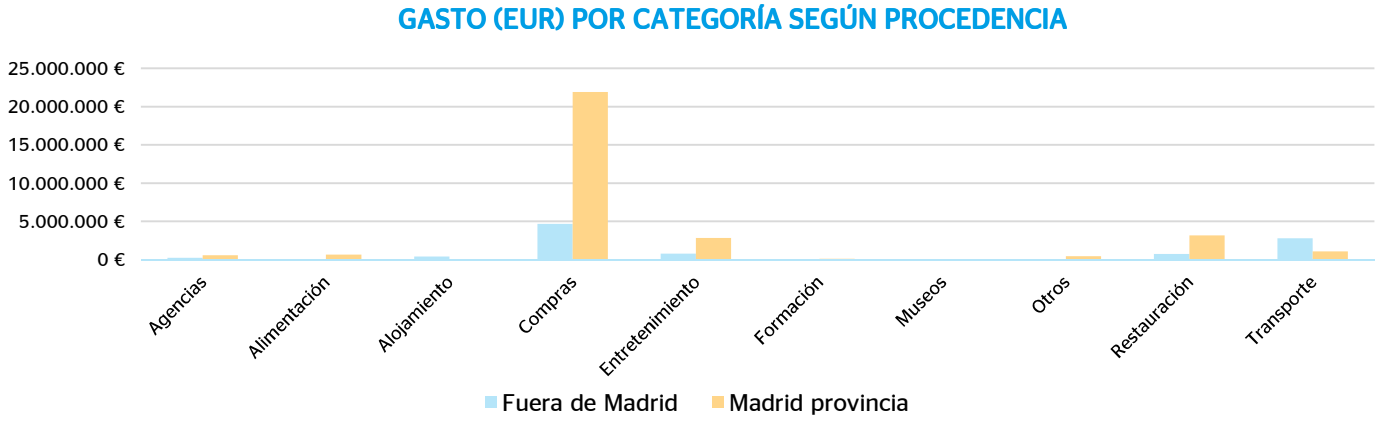
GASTO TOTAL Y Nº DE TRANSACCIONES POR CATEGORÍA



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

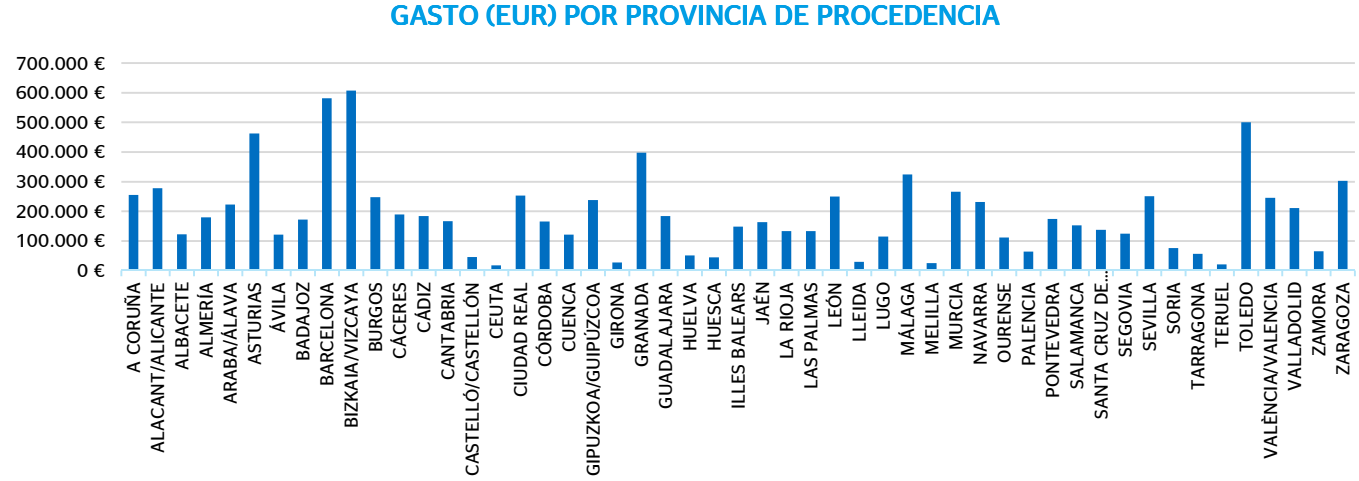
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

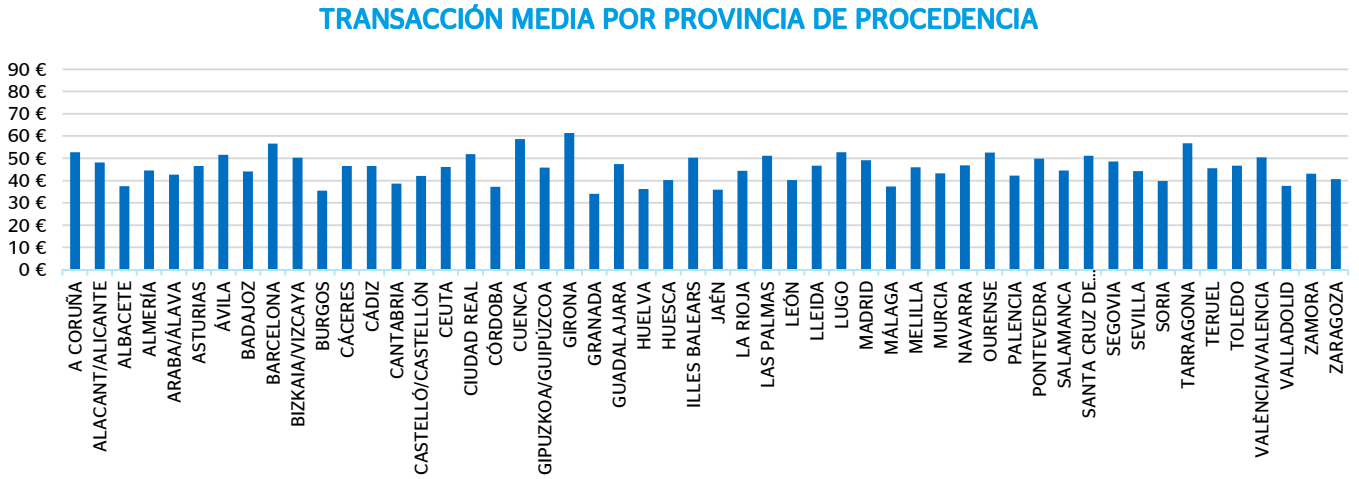
Clasificando por categorías el gasto por residencia del comprador el resultado es el siguiente.



5.10.5 Estudio detallado del gasto por provincia de origen

A continuación se analiza el gasto total y la transacción media por provincia de procedencia del comprador. Se debe tener en cuenta que en esta zona el 24% del gasto y el 26% de las transacciones provienen de fuera de la provincia.





Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

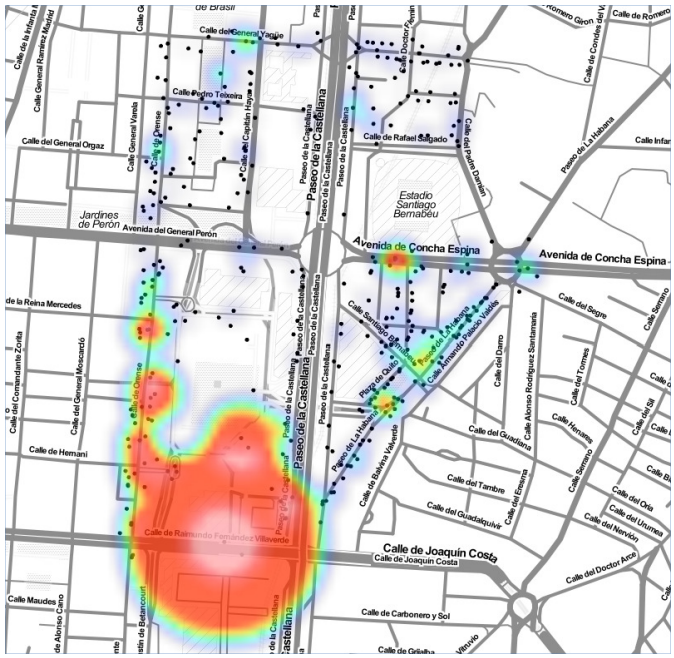
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.10.6 Estudio detallado del gasto por destino

5.10.6.1 Gasto total por calle de los residentes en Madrid

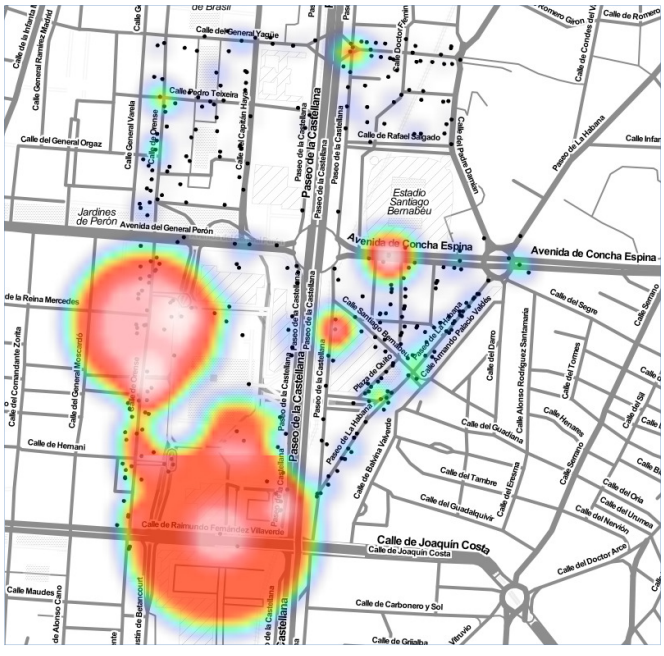
Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 548.987 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en el barrio Azca y Bernabéu por valor de 30.903.028 €.

Nota: Cabe aclarar que las escalas cromáticas de este mapa de calor y el siguiente tienen sus máximos en valores absolutos diferentes (menor en el caso de visitantes que en el de residentes).



5.10.6.2 Gasto total por calle de los visitantes españoles de fuera de Madrid

Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 191.254 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en el barrio Azca y Bernabéu por valor de 9.910.569 €.



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.11 Barajas y Campo de las Naciones

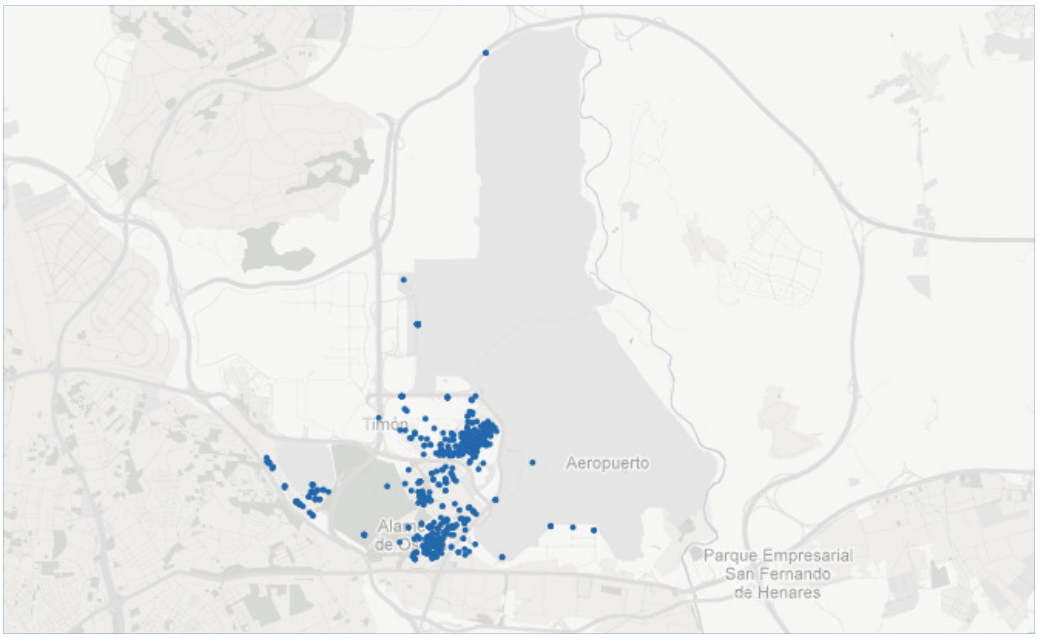
La importancia de esta zona desde un punto de vista turístico reside en dos aspectos. El primero es la presencia de Ifema como núcleo de la actividad ferial de la ciudad. En este complejo tienen lugar las más importantes citas de actividad empresarial entre las que destaca Fitur como una de las ferias turísticas más importantes del mundo. El segundo es la cercanía del aeropuerto que contribuye de forma decisiva a la presencia de alojamiento, servicios de transporte asociados al aeropuerto y otros servicios complementarios.

Algunas características propias de esta zona:

- Zona con mayor porcentaje de compradores de fuera de Madrid.
- De los compradores de fuera de Madrid, la mayoría son mujeres
- Barajas y Campo de las Naciones es la zona con mayor porcentaje de TPVs dedicados a Alimentación.
- Mayoría de compradores de Madrid.
- Compradores analizados: 143.954 personas distintas.

5.11.1 Estudio de los comercios

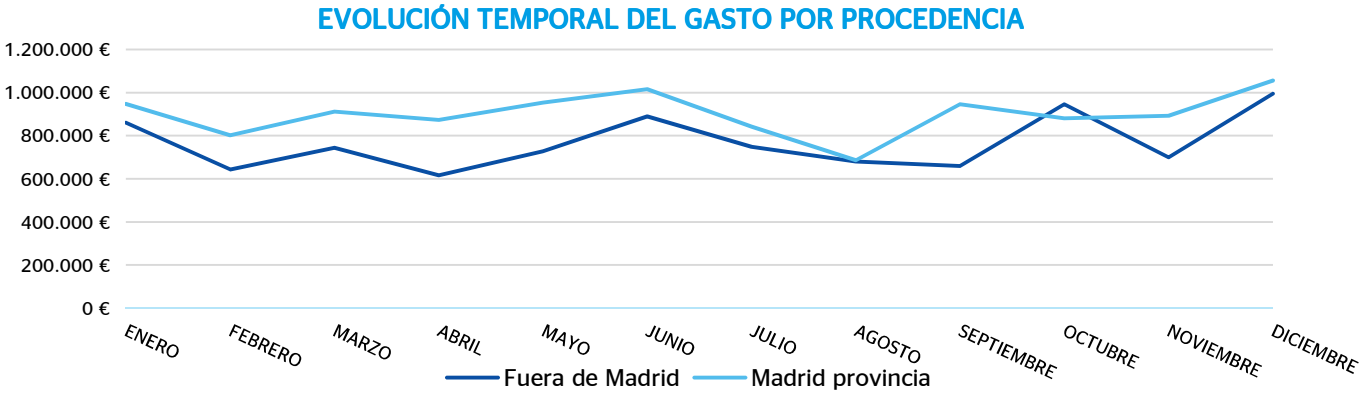
Distribución de los comercios en Barajas y Campo de las Naciones: 691 TPVs activos en 2012.



Barajas y Campo de las Naciones - TPVs analizados

5.11.2 Evolución mensual en 2012

En la siguiente gráfica se ilustra la evolución mensual del gasto en el Barajas y Campo de las Naciones para los residentes en la provincia de Madrid y para el resto de españoles.

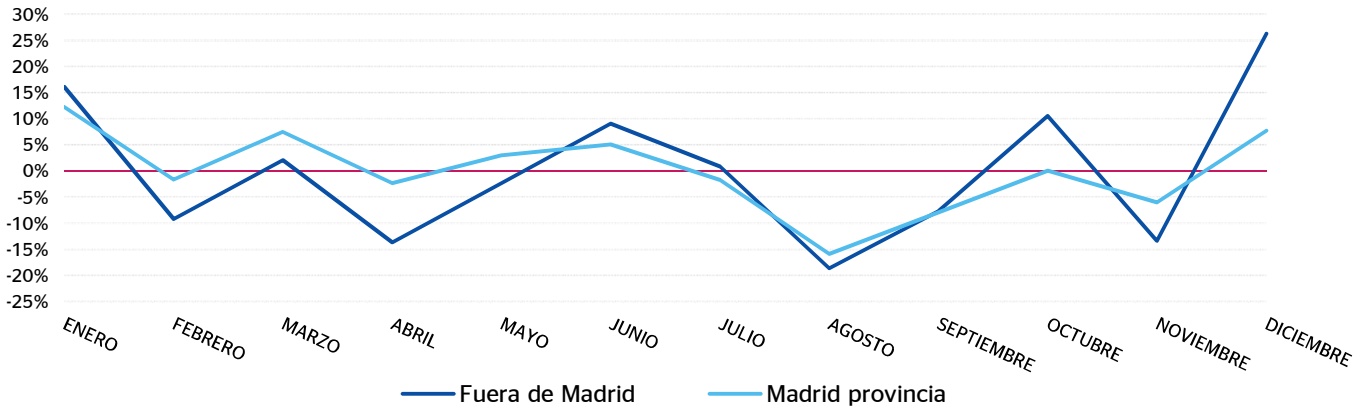


Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

Se representa a continuación la desviación de cada mes con respecto a la media mensual para cada caso (con origen Madrid provincia o fuera de la misma).

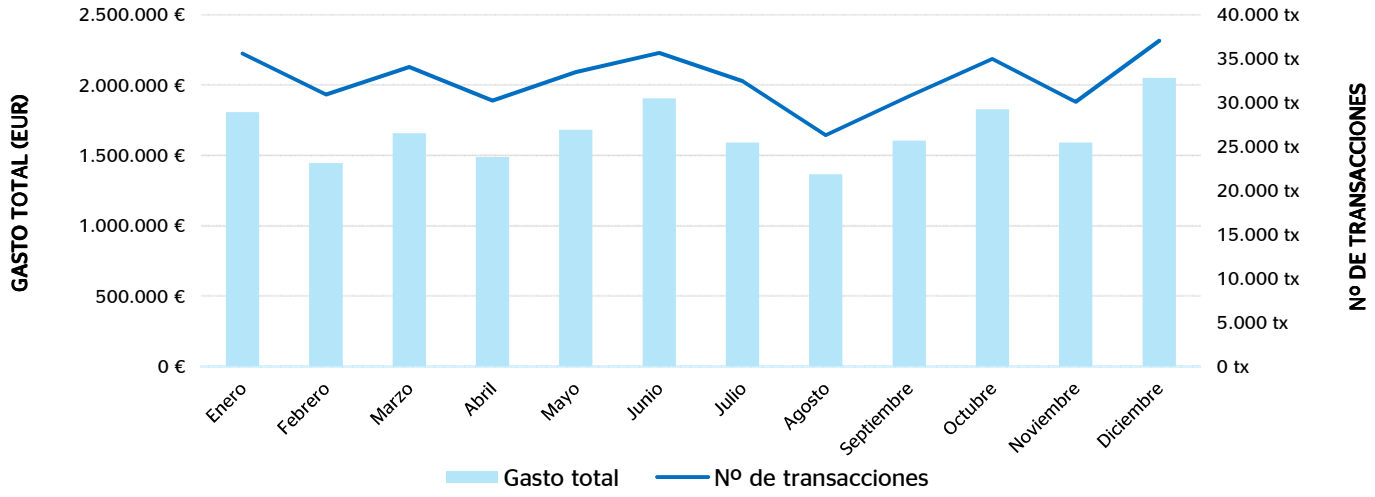
VARIACIÓN DEL NÚMERO DE CLIENTES RESPECTO A LA MEDIA MENSUAL



A continuación se muestra de forma agregada (para los residentes tanto en la provincia de Madrid como fuera de ella) la evolución del gasto total y el número de transacciones. Los promedios mensuales para ambas magnitudes son:

- Gasto mensual: 1.668.044 €/mes.
- Número de transacciones mensual: 32.626 tx/mes.

EVOLUCIÓN MENSUAL DEL GASTO Y NÚMERO DE TRANSACCIONES



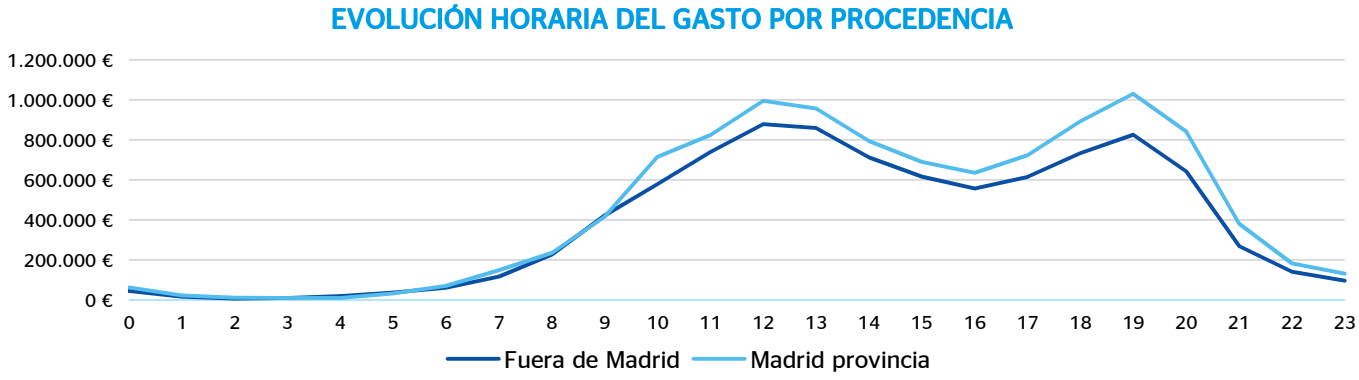
Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

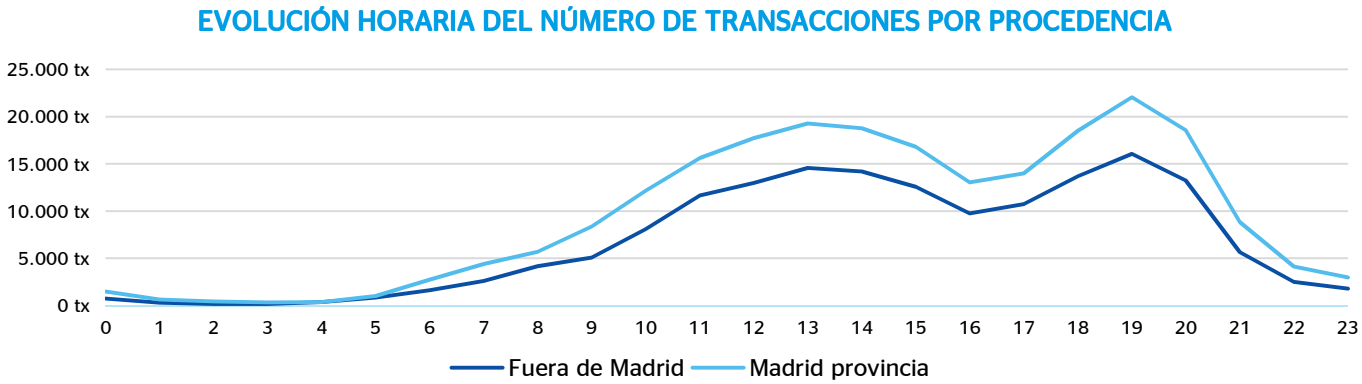
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.11.3 Evolución horaria en 2012

Las siguientes gráficas muestran el gasto y el número de transacciones en esta zona durante todo 2012 agregados para cada hora del día. Los promedios diarios para ambas magnitudes son:

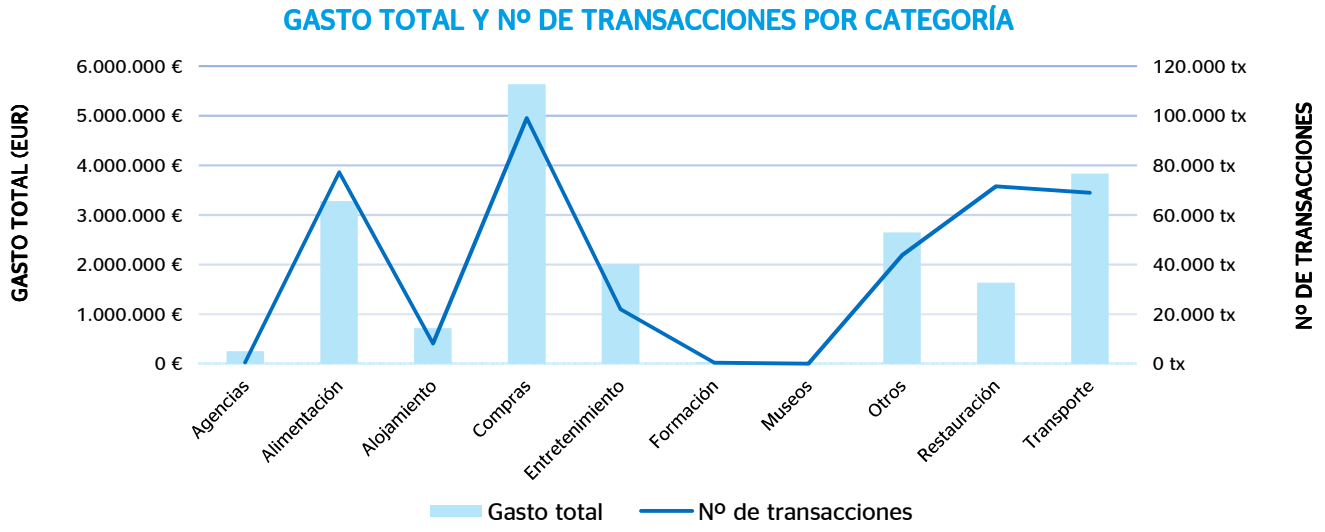
Gasto diario: 54.690€/día.
Número de transacciones diario: 1.070 tx/día.





5.11.4 Estudio detallado del gasto por categorías

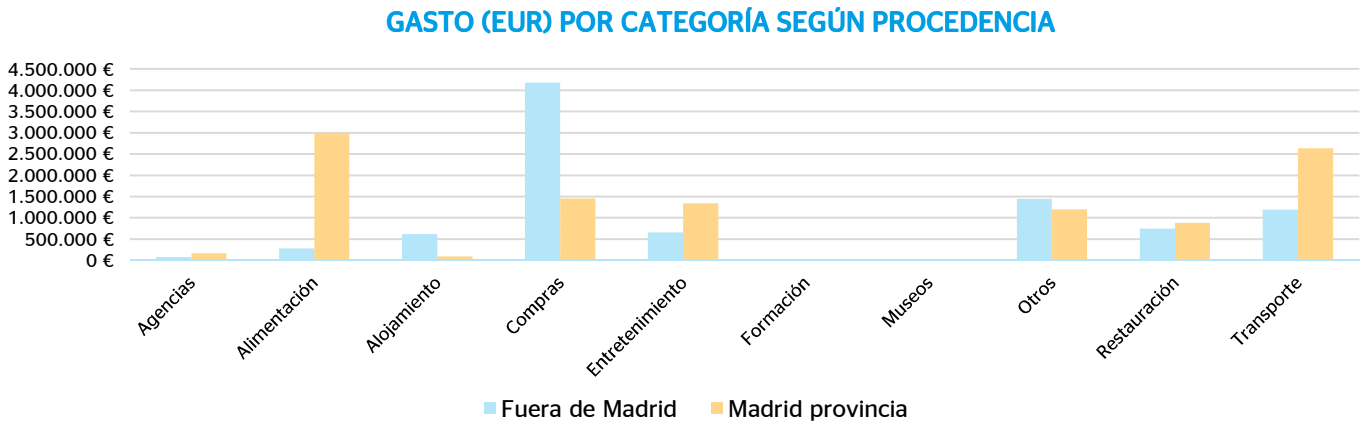
Este diagrama muestra el reparto por categorías de los 20.016.534€ de gasto a través de 391.509 transacciones.



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

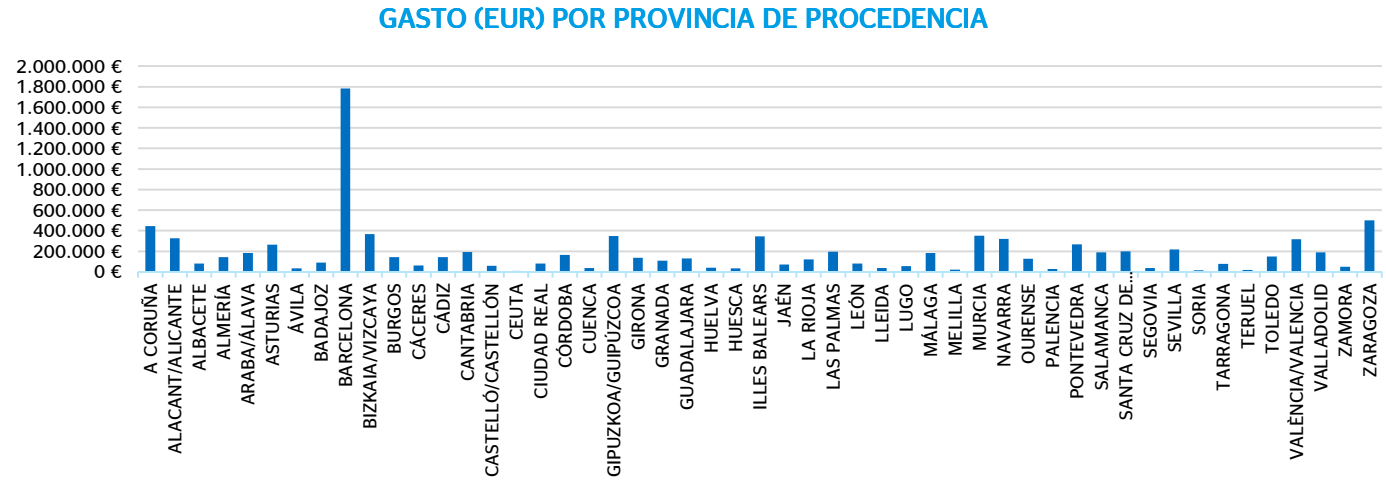
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

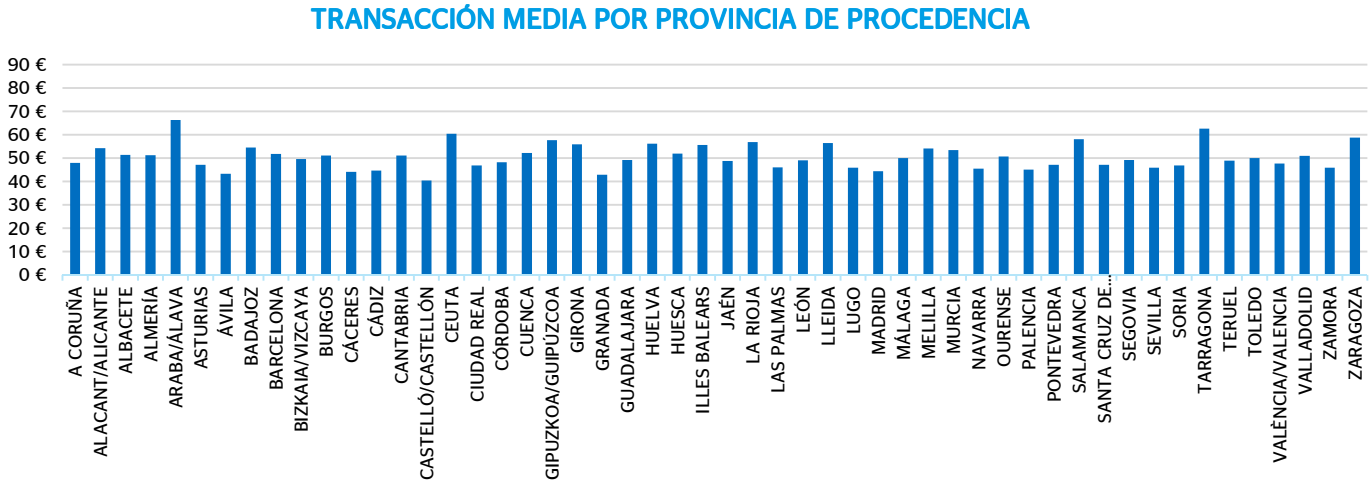
Clasificando por categorías el gasto por residencia del comprador el resultado es el siguiente.



5.11.5 Estudio detallado del gasto por provincia de origen

A continuación se analiza el gasto total y la transacción media por provincia de procedencia del comprador. Se debe tener en cuenta que en esta zona el 46% del gasto y el 42% de las transacciones provienen de fuera de la provincia.





Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.11.6 Estudio detallado del gasto por destino

5.11.6.1 Gasto total por calle de los residentes en Madrid

Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 163.610 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en el Barajas y Campo de las Naciones por valor de 9.213.007 €.

Nota: Cabe aclarar que las escalas cromáticas de este mapa de calor y el siguiente tienen sus máximos en valores absolutos diferentes (menor en el caso de visitantes que en el de residentes).

5.11.6.2 Gasto total por calle de los visitantes españoles de fuera de Madrid

Para la elaboración del siguiente mapa de calor se han analizado 191.254 transacciones realizadas durante 2012 y que han sumado compras en el Barajas y Campo de las Naciones por valor de 9.910.569 €.

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.12 Estudio de los compradores compartidos entre las 8 zonas

En este capítulo se analiza la vinculación entre zonas por medio del número de consumidores compartidos, es decir, se cuantifica el porcentaje de personas que han comprado en una zona determinada y que también lo hacen en otra distinta.

La lectura de esta matriz se debe realizar por filas, cruzando con las columnas respectivas para conocer el dato de compradores compartidos entre la zona de correspondiente a cada fila y columna, como porcentaje respecto al número total de personas que compraron en la zona de la fila.

Por ejemplo: si cruzamos el *Barrio de Salamanca* (primera fila según las cabeceras de la izquierda) con la segunda columna, correspondiente a *Sol, Preciados y Plaza Mayor*, en la celda se muestra el valor "54,08%", lo que significa que el 54,08% de las personas que compraron en el Barrio de Salamanca, lo hicieron también en la zona de Sol.

El código de colores se despliega de los tonos más cálidos, en los que el máximo sería el rojo (en el caso obvio de cruzar una zona consigo misma que daría como resultado el 100% en la diagonal de la matriz) a los fríos que significan un valor bajo de compradores compartidos.

Nota: Recordamos que siguen siendo datos exclusivamente del mercado nacional.

5.12.1 Segmentación por origen

5.12.1.2 Compradores de Madrid provincia compartidos entre dos zonas

quienes compraron en esta zona...	...también compraron en esta zona							
	1.Barrio de Salamanca	2.Sol, Preciados y Plaza Mayor	3.Triball, Fuencarral y Chueca	4. Salesas	5.Argüelles, Princesa y Conde Duque	6.Barrio de las Letras	7.Azca y Bernabéu	8.Barajas y Campo de las Naciones
1. BARRIO DE SALAMANCA	100,00%	54,08%	24,98%	17,23%	28,12%	16,92%	35,92%	20,35%
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	43,62%	100,00%	25,99%	13,46%	28,58%	17,54%	29,39%	17,68%
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	57,75%	74,51%	100,00%	26,15%	38,89%	25,90%	40,97%	25,81%
4. SALESAS	69,45%	67,30%	45,60%	100,00%	41,54%	28,09%	47,31%	28,97%
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y CONDE DUQUE	50,16%	63,23%	30,00%	18,38%	100,00%	19,61%	35,97%	19,88%
6. BARRIO DE LAS LETRAS	56,77%	73,01%	37,59%	23,39%	36,90%	100,00%	38,57%	25,30%
7. AZCA Y BERNABÉU	54,47%	55,26%	26,87%	17,79%	30,58%	17,43%	100,00%	22,55%
8. BARAJAS Y CAMPO DE LAS NACIONES	49,47%	53,30%	27,14%	17,47%	27,08%	18,33%	36,15%	100,00%

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.12.1.3 Compradores de fuera de Madrid compartidos entre dos zonas

quienes compraron en esta zona...	...también compraron en esta zona							
	1.Barrio de Salamanca	2.Sol, Preciados y Plaza Mayor	3.Triball, Fuencarral y Chueca	4. Salesas	5.Argüelles, Princesa y Conde Duque	6.Barrio de las Letras	7.Azca y Bernabéu	8.Barajas y Campo de las Naciones
1. BARRIO DE SALAMANCA	100,00%	32,25%	16,14%	8,56%	13,12%	10,52%	19,58%	16,73%
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	22,12%	100,00%	19,64%	6,40%	13,96%	12,22%	17,89%	15,81%
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	35,51%	63,00%	100,00%	14,59%	23,77%	18,81%	27,09%	21,81%
4. SALESAS	52,71%	57,40%	40,82%	100,00%	29,16%	24,33%	34,77%	26,57%
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y CONDE DUQUE	34,25%	53,15%	28,21%	12,37%	100,00%	15,94%	28,44%	19,10%
6. BARRIO DE LAS LETRAS	29,88%	50,61%	24,29%	11,23%	17,34%	100,00%	21,38%	20,09%
7. AZCA Y BERNABÉU	24,07%	32,06%	15,14%	6,94%	13,39%	9,25%	100,00%	15,51%
8. BARAJAS Y CAMPO DE LAS NACIONES	15,64%	21,56%	9,27%	4,04%	6,84%	6,61%	11,80%	100,00%

5.12.2 Segmentación por edad

5.12.2.1 Compradores menores de 30 años compartidos entre dos zonas

quienes compraron en esta zona...	...también compraron en esta zona							
	1.Barrio de Salamanca	2.Sol, Preciados y Plaza Mayor	3.Triball, Fuencarral y Chueca	4. Salesas	5.Argüelles, Princesa y Conde Duque	6.Barrio de las Letras	7.Azca y Bernabéu	8.Barajas y Campo de las Naciones
1. BARRIO DE SALAMANCA	100,00%	66,58%	36,97%	19,00%	34,55%	20,31%	41,56%	25,09%
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	38,26%	100,00%	34,97%	12,56%	31,53%	18,84%	33,59%	20,57%
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	54,65%	89,96%	100,00%	24,18%	45,55%	28,21%	47,04%	29,09%
4. SALESAS	75,94%	87,37%	65,36%	100,00%	55,72%	34,36%	60,38%	36,40%
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y CONDE DUQUE	49,97%	79,36%	44,57%	20,16%	100,00%	24,17%	44,96%	24,18%
6. BARRIO DE LAS LETRAS	53,03%	85,64%	49,83%	22,45%	43,64%	100,00%	44,84%	28,21%
7. AZCA Y BERNABÉU	41,71%	58,67%	31,94%	15,16%	31,20%	17,24%	100,00%	21,77%
8. BARAJAS Y CAMPO DE LAS NACIONES	37,16%	53,03%	29,14%	13,49%	24,76%	16,00%	32,13%	100,00%

5.12.2.2 Compradores entre 30 y 45 años compartidos entre dos zonas

quienes compraron en esta zona...	...también compraron en esta zona							
	1.Barrio de Salamanca	2.Sol, Preciados y Plaza Mayor	3.Triball, Fuencarral y Chueca	4. Salesas	5.Argüelles, Princesa y Conde Duque	6.Barrio de las Letras	7.Azca y Bernabéu	8.Barajas y Campo de las Naciones
1. BARRIO DE SALAMANCA	100,00%	46,28%	23,17%	14,78%	21,32%	14,46%	30,71%	22,36%
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	34,25%	100,00%	23,95%	11,00%	20,36%	14,84%	24,48%	19,35%
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	47,76%	66,73%	100,00%	21,62%	29,48%	22,51%	34,10%	26,09%
4. SALESAS	64,00%	64,36%	45,42%	100,00%	35,68%	26,71%	44,45%	31,51%
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y CONDE DUQUE	46,34%	59,80%	31,08%	17,91%	100,00%	19,11%	34,44%	23,11%
6. BARRIO DE LAS LETRAS	46,00%	63,82%	34,74%	19,62%	27,97%	100,00%	32,48%	27,03%
7. AZCA Y BERNABÉU	43,41%	46,76%	23,38%	14,51%	22,40%	14,43%	100,00%	23,16%
8. BARAJAS Y CAMPO DE LAS NACIONES	28,53%	33,37%	16,15%	9,28%	13,57%	10,84%	20,91%	100,00%

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

5.12.2.3 Compradores entre 45 y 60 años compartidos entre dos zonas

quienes compraron en esta zona...	...también compraron en esta zona							
	1.Barrio de Salamanca	2.Sol, Preciados y Plaza Mayor	3.Triball, Fuencarral y Chueca	4. Salesas	5.Argüelles , Princesa y Conde Duque	6.Barrio de las Letras	7.Azca y Bernabéu	8.Barajas y Campo de las Naciones
1. BARRIO DE SALAMANCA	100,00%	41,80%	16,64%	13,09%	21,10%	13,50%	27,06%	16,27%
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	34,48%	100,00%	17,40%	9,84%	20,90%	14,40%	21,16%	13,61%
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	48,28%	61,20%	100,00%	21,28%	28,90%	20,63%	29,72%	19,32%
4. SALESAS	61,32%	55,91%	34,37%	100,00%	33,02%	24,57%	36,47%	23,00%
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y CONDE DUQUE	44,31%	53,22%	20,92%	14,80%	100,00%	15,71%	29,03%	16,04%
6. BARRIO DE LAS LETRAS	42,91%	55,48%	22,60%	16,66%	23,77%	100,00%	25,74%	19,29%
7. AZCA Y BERNABÉU	40,53%	38,41%	15,35%	11,66%	20,70%	12,13%	100,00%	16,47%
8. BARAJAS Y CAMPO DE LAS NACIONES	27,00%	27,38%	11,05%	8,15%	12,67%	10,07%	18,25%	100,00%

5.12.2.4 Compradores mayores de 60 años compartidos entre dos zonas

quienes compraron en esta zona...	...también compraron en esta zona							
	1.Barrio de Salamanca	2.Sol, Preciados y Plaza Mayor	3.Triball, Fuencarral y Chueca	4. Salesas	5.Argüelles , Princesa y Conde Duque	6.Barrio de las Letras	7.Azca y Bernabéu	8.Barajas y Campo de las Naciones
1. BARRIO DE SALAMANCA	100,00%	31,12%	9,94%	8,59%	16,33%	10,66%	20,57%	7,82%
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	33,29%	100,00%	11,12%	7,16%	18,63%	13,04%	16,24%	7,01%
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	46,05%	48,18%	100,00%	17,03%	26,49%	18,17%	24,31%	10,40%
4. SALESAS	57,57%	44,87%	24,62%	100,00%	29,31%	21,30%	29,39%	12,46%
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y CONDE DUQUE	39,01%	41,60%	13,65%	10,44%	100,00%	12,40%	21,26%	7,75%
6. BARRIO DE LAS LETRAS	41,48%	47,43%	15,25%	12,36%	20,19%	100,00%	19,95%	10,15%
7. AZCA Y BERNABÉU	41,07%	30,31%	10,47%	8,76%	17,78%	10,24%	100,00%	8,57%
8. BARAJAS Y CAMPO DE LAS NACIONES	25,33%	21,21%	7,26%	6,02%	10,50%	8,45%	13,89%	100,00%

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

6. Mercado internacional 2012. Análisis de los 15 países de mayor gasto

El comportamiento del mercado internacional en líneas generales ha sido altamente positivo, en contraste con la bajada registrada en el nacional. En todo caso no debe realizarse la comparación de cifras absolutas entre el mercado nacional y el internacional, pues los medios electrónicos empleados para recabar ambas fuentes de datos son diferentes, y por tanto no son magnitudes comparables.

Entre las conclusiones que se pueden extraer de este estudio se pueden encontrar aspectos interesantes sobre el comportamiento de determinadas nacionalidades. Por ejemplo, vemos como EEUU, Francia, Reino Unido e Italia aparecen en todas las zonas en los primero puestos del total de porcentaje de gasto.

Los visitantes procedentes de Alemania no aparecen en el análisis debido a que por cuestiones de marco legal no se guarda registro de las transacciones procedentes de este país.

En el sector compras, sobresale el **comportamiento del público chino en el Barrio de Salamanca,** cuya zona supone el 79% del gasto que realizan en la ciudad de Madrid y ocupan el primer puesto en global en la misma zona por delante de EEUU en 2011 y el segundo tras los americanos en 2012.

Podemos deducir que, tanto este tipo de turista como **el japonés o el ruso, son compradores de lujo.** Así, todos ellos tienen en el Barrio de Salamanca (presencia de la "Milla de Oro") una transacción media muy por encima del resto de nacionalidades. En el caso de los chinos está en casi 900 € de transacción media, mientras que los japoneses están en 528 € y los rusos en 444 €.

Los rusos, chinos, japoneses y suizos están por encima de los 1.000 € en promedio total de transacciones realizadas por turistas extranjeros. En este sentido, los suizos, reparten su gasto especialmente en dos zonas, Barrio de Salamanca (240€) y Barrio de las Letras (230€). Por lo tanto son públicos que aunque no supongan un porcentaje elevado en el total de visitantes a Madrid representan un turista muy interesante especialmente para el segmento lujo.

El volumen que supone Barajas y Campo de las Naciones en muchas de las nacionalidades es otro aspecto llamativo. Las posibles explicaciones son las siguientes:

- Proximidad del aeropuerto de Madrid Barajas.
- Venta de billetes de avión en el propio aeropuerto.
- Presencia de las instalaciones de Ifema relacionadas con las ferias internacionales celebradas en sus instalaciones.

También se han detectado cambios de hábito de consumo en las siguientes zonas:

- Azca, Bernabéu: China, Francia, Italia, Suiza y USA, crecen por encima del **25%**.
- Argüelles, Princesa, Conde Duque: Francia, Holanda y Suiza experimentan crecimientos por encima del **20%**.
- Barrio de las Letras y Salesas, experimentan retrocesos importantes de los siguientes públicos: China, Rusia, Colombia, Italia, Venezuela y Japón.

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

6.1 Resumen total del gasto extranjero por zonas en la ciudad de Madrid, 2011-2012

Es destacable el crecimiento medio (13,66%) del gasto internacional en el global de las zonas excepto en Azca y Bernabéu. Argüelles y Fuencarral/Chueca, experimentan una espectacular subida.

En esta tabla se incluyen todas las nacionalidades mientras que en las tablas detalle que se ofrecen más adelante el análisis se centra en las 15 que más gasto efectúan.

Gasto de extranjeros	2011	2012	Variación
Barrio de Salamanca	33.909.162 €	38.924.866 €	14,79%
Sol, Preciados y Plaza Mayor	37.572.191 €	44.672.166 €	18,90%
Triball, Fuencarral y Chueca	4.021.194 €	5.161.578 €	**28,36%**
Salesas y Recoletos	684.844 €	798.289 €	16,57%
Argüelles, Princesa y Conde Duque	7.744.196 €	10.443.638 €	**34,86%**
Barrio de las Letras	14.990.418 €	16.879.464 €	12,60%
Azca y Bernabéu	2.879.039 €	2.436.913 €	**-15,36%**
Barajas y Campo de las Naciones	45.023.526 €	47.563.853 €	5,64%
TOTAL	146.824.570 €	166.880.767 €	13,66%

6.2 Ranking de gasto por zona, 2011-2012

Ranking 2011 vs 2012para cada zona de las 15 nacionalidades extranjeras con más gasto en 2012. En la columna del año 2012 se destacan las desviaciones de cada nacionalidad zona a zona respecto a la posición relativa de dicha nacionalidad en gasto en 2012 tomado el conjunto de las 8 zonas.

POSICIÓN GLOBAL DE CADA NACIONALIDAD PARA EL CONUNTO DE LAS 8 ZONAS EN 2012 ↓	POSICIÓN RELATIVA DE CADA NACIONALIDAD POR BARRIOS															
	1.BARRIO DE SALAMANCA		2.SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR		3.TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA		4.SALESAS Y RECOLETOS		5.ARGÜELLES, PRINCESA Y CONDE DUQUE		6.BARRIO DE LAS LETRAS		7.AZCA Y BERNABÉU		8.BARAJAS Y CAMPO DE LAS NACIONES	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
1º EEUU	2º	1º	1º	1º	2º	1º	2º	2º	4º	6º	1º	1º	1º	2º	2º	2º
2º FRANCIA	6º	5º	2º	2º	1º	2º	1º	1º	1º	1º	3º	3º	2º	1º	1º	1º
3º REINO UNIDO	9º	**10º**	6º	**9º**	4º	4º	4º	4º	2º	3º	2º	2º	3º	3º	4º	4º
4º ITALIA	11º	**12º**	3º	3º	3º	3º	3º	3º	3º	2º	4º	4º	4º	7º	6º	6º
5º BRASIL	5º	**11º**	4º	4º	6º	7º	8º	**13º**	5º	9º	9º	10º	8º	**13º**	3º	5º
6º RUSIA	4º	3º	13º	**14º**	12º	**12º**	12º	**12º**	17º	**18º**	7º	8º	14º	**12º**	5º	3º
7º SUIZA	8º	7º	12º	**13º**	8º	6º	5º	7º	9º	4º	6º	6º	7º	4º	7º	7º
8º MÉXICO	7º	6º	5º	6º	9º	9º	6º	5º	11º	11º	5º	5º	5º	8º	11º	13º
9º JAPON	3º	**4º**	8º	7º	25º	**25º**	16º	**23º**	26º	**23º**	10º	7º	19º	**36º**	17º	14º
10º ARGENTINA	24º	**17º**	11º	**5º**	13º	10º	17º	10º	10º	8º	19º	13º	10º	**5º**	14º	9º
11º CHINA	1º	**2º**	19º	**19º**	28º	**26º**	28º	**33º**	16º	14º	16º	**17º**	26º	**18º**	29º	**19º**
12º PORTUGAL	10º	13º	10º	8º	7º	8º	7º	**6º**	8º	10º	12º	12º	13º	15º	8º	10º
13º HOLANDA	20º	**21º**	9º	11º	5º	**5º**	10º	**8º**	6º	**5º**	11º	11º	9º	14º	12º	15º
14º VENEZUELA	18º	**20º**	7º	10º	11º	13º	14º	19º	18º	**21º**	22º	**29º**	12º	11º	13º	12º
15º COLOMBIA	16º	14º	16º	12º	23º	18º	18º	17º	20º	**22º**	18º	20º	15º	**9º**	10º	11º

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

6.3 Reparto del gasto de cada nacionalidad por zona. Análisis 2011-2012

Para cada zona de las 16 nacionalidades con más gasto en 2012, se desglosa su gasto total en las ocho zonas estudiadas y se analiza su variación respecto a 2011.

6.3.1 Reparto del gasto de cada nacionalidad por zonas en 2012

	ESPAÑA	EEUU	FRANCIA	R. UNIDO	ITALIA	BRASIL	RUSIA	SUIZA
1. BARRIO DE SALAMANCA	33,0%	20,1%	10,9%	13,9%	11,8%	16,8%	34,4%	25,4%
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	24,1%	26,6%	24,8%	20,3%	31,6%	34,1%	13,7%	18,7%
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	3,4%	4,1%	4,3%	4,1%	5,0%	2,2%	1,6%	3,2%
4. SALESAS Y RECOLETOS	2,1%	0,5%	0,8%	0,6%	0,7%	0,2%	0,3%	0,5%
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y C. DUQUE	11,4%	2,9%	12,5%	11,4%	18,4%	3,4%	1,3%	10,5%
6. BARRIO DE LAS LETRAS	2,5%	24,8%	6,7%	17,0%	8,0%	5,3%	6,4%	8,8%
7. AZCA Y BERNABÉU	16,1%	1,3%	1,6%	1,8%	1,2%	0,8%	0,9%	2,2%
8. BARAJAS Y C. DE LAS NACIONES	7,4%	19,7%	38,5%	30,8%	23,2%	37,2%	41,5%	30,7%
TOTAL:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

	MÉXICO	JAPON	ARGENTINA	CHINA	PORTUGAL	HOLANDA	VENEZUELA	COLOMBIA
1. BARRIO DE SALAMANCA	29,2%	36,7%	10,5%	73,0%	19,1%	11,5%	12,9%	21,8%
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	34,9%	34,1%	45,3%	9,6%	37,1%	31,9%	45,2%	32,8%
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	2,6%	0,7%	2,7%	0,7%	3,0%	5,9%	3,0%	1,2%
4. SALESAS Y RECOLETOS	0,6%	0,1%	0,5%	0,1%	0,7%	0,7%	0,2%	0,2%
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y C. DUQUE	3,0%	1,0%	5,7%	2,4%	3,8%	14,8%	2,3%	1,7%
6. BARRIO DE LAS LETRAS	9,6%	9,4%	4,5%	3,4%	5,9%	9,9%	2,4%	3,5%
7. AZCA Y BERNABÉU	1,6%	0,2%	2,3%	0,7%	1,1%	1,5%	1,7%	1,8%
8. BARAJAS Y C. DE LAS NACIONES	18,5%	17,9%	28,5%	10,2%	29,3%	23,8%	32,3%	36,8%
TOTAL:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

6.3.2 Variación del porcentaje de gasto de cada nacionalidad por zonas 2012-2011

	ESPAÑA	EEUU	FRANCIA	R. UNIDO	ITALIA	BRASIL	RUSIA	SUIZA
1. BARRIO DE SALAMANCA	-1,2%	1,8%	0,0%	-0,5%	-1,1%	-1,9%	4,3%	-2,1%
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	-1,1%	0,7%	0,2%	0,9%	-1,9%	3,0%	0,6%	1,1%
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	-0,1%	1,4%	0,4%	1,2%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%
4. SALESAS Y RECOLETOS	-0,1%	0,1%	-0,1%	0,1%	-0,1%	0,0%	0,0%	-0,1%
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y C. DUQUE	-0,3%	0,0%	3,4%	-1,5%	6,7%	-0,3%	0,0%	6,6%
6. BARRIO DE LAS LETRAS	0,2%	-0,5%	0,1%	0,9%	-0,1%	0,7%	-1,1%	-1,2%
7. AZCA Y BERNABÉU	3,1%	-0,9%	-0,6%	-1,0%	-0,6%	-0,3%	-0,1%	-0,1%
8. BARAJAS Y C. DE LAS NACIONES	-0,4%	-2,6%	-3,4%	-0,1%	-2,9%	-1,2%	-3,9%	-4,3%

	MÉXICO	JAPON	ARGENTINA	CHINA	PORTUGAL	HOLANDA	VENEZUELA	COLOMBIA
1. BARRIO DE SALAMANCA	1,0%	-4,4%	0,1%	-6,0%	-5,2%	0,1%	-0,1%	-0,3%
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	0,4%	2,1%	6,6%	1,5%	11,7%	-2,4%	-1,1%	8,0%
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	0,0%	0,0%	0,3%	0,2%	-0,2%	0,5%	0,2%	-0,1%
4. SALESAS Y RECOLETOS	0,1%	-0,1%	0,2%	0,0%	0,1%	0,2%	-0,1%	-0,1%
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y C. DUQUE	-0,5%	0,1%	-1,4%	0,6%	-0,5%	6,3%	0,1%	-0,7%
6. BARRIO DE LAS LETRAS	-0,2%	0,6%	0,3%	-0,3%	-0,1%	0,5%	-0,6%	-2,2%
7. AZCA Y BERNABÉU	-0,8%	-0,5%	-0,7%	0,2%	-0,4%	-1,0%	-0,5%	-0,3%
8. BARAJAS Y C. DE LAS NACIONES	0,1%	2,3%	-5,3%	3,8%	-5,4%	-4,2%	2,2%	-4,4%

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

6.4 Transacción media de cada nacionalidad por zona. Análisis 2011-2012

Para cada zona de las 16 nacionalidades con más gasto en 2012.

6.4.1 Transacción media de cada nacionalidad por zonas en 2012

	ESPAÑA	EEUU	FRANCIA	R. UNIDO	ITALIA	BRASIL	RUSIA	SUIZA
1. BARRIO DE SALAMANCA	63 €	160 €	95 €	120 €	119 €	174 €	460 €	214 €
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	41 €	61 €	49 €	67 €	58 €	59 €	67 €	76 €
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	44 €	96 €	57 €	90 €	77 €	65 €	79 €	96 €
4. SALESAS Y RECOLETOS	86 €	106 €	90 €	111 €	92 €	132 €	144 €	177 €
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y C. DUQUE	70 €	81 €	201 €	233 €	325 €	84 €	94 €	325 €
6. BARRIO DE LAS LETRAS	44 €	141 €	45 €	152 €	71 €	61 €	124 €	204 €
7. AZCA Y BERNABÉU	42 €	64 €	75 €	72 €	83 €	63 €	117 €	140 €
8. BARAJAS Y C. DE LAS NACIONES	63 €	71 €	66 €	64 €	71 €	80 €	107 €	85 €
TRANSACCIÓN MEDIA TOTAL:	56 €	98 €	85 €	113 €	112 €	90 €	149 €	165 €

	MÉXICO	JAPON	ARGENTINA	CHINA	PORTUGAL	HOLANDA	VENEZUELA	COLOMBIA
1. BARRIO DE SALAMANCA	128 €	516 €	79 €	893 €	114 €	101 €	89 €	176 €
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	61 €	242 €	53 €	62 €	51 €	49 €	55 €	121 €
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	56 €	66 €	61 €	48 €	56 €	82 €	57 €	64 €
4. SALESAS Y RECOLETOS	115 €	133 €	113 €	104 €	116 €	117 €	72 €	104 €
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y C. DUQUE	52 €	132 €	166 €	105 €	162 €	247 €	77 €	97 €
6. BARRIO DE LAS LETRAS	118 €	194 €	49 €	219 €	60 €	87 €	37 €	150 €
7. AZCA Y BERNABÉU	74 €	68 €	58 €	92 €	55 €	71 €	59 €	85 €
8. BARAJAS Y C. DE LAS NACIONES	75 €	125 €	62 €	162 €	64 €	57 €	70 €	112 €
TRANSACCIÓN MEDIA TOTAL:	85 €	184 €	80 €	210 €	85 €	102 €	65 €	114 €

6.4.2 Variación de la transacción media de cada nacionalidad por zonas 2012-2011

	ESPAÑA	EEUU	FRANCIA	R. UNIDO	ITALIA	BRASIL	RUSIA	SUIZA
1. BARRIO DE SALAMANCA	-5,5%	7,8%	0,5%	-8,2%	-9,8%	-15,7%	3,5%	-6,6%
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	-2,4%	2,3%	-0,2%	-0,4%	-5,3%	-0,9%	-0,7%	-1,9%
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	-11,5%	24,2%	-0,4%	11,2%	-11,4%	-9,7%	-9,6%	2,4%
4. SALESAS Y RECOLETOS	-9,2%	-7,1%	-7,0%	13,5%	-33,7%	-11,7%	-17,2%	-2,6%
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y C. DUQUE	1,1%	3,4%	22,1%	-10,7%	15,9%	-17,6%	-8,7%	64,6%
6. BARRIO DE LAS LETRAS	-16,9%	-5,4%	-13,1%	-8,3%	-13,8%	-13,6%	-30,8%	-15,0%
7. AZCA Y BERNABÉU	-8,1%	31,3%	31,5%	25,5%	40,6%	10,0%	5,1%	26,9%
8. BARAJAS Y C. DE LAS NACIONES	6,1%	-2,8%	4,3%	3,7%	-2,3%	-2,6%	11,4%	8,6%
TRANSACCIÓN MEDIA TOTAL:	-5,7%	4,2%	6,9%	-1,5%	-1,9%	-10,1%	-5,6%	9,0%

	MÉXICO	JAPON	ARGENTINA	CHINA	PORTUGAL	HOLANDA	VENEZUELA	COLOMBIA
1. BARRIO DE SALAMANCA	-3,8%	-2,2%	-6,0%	1,7%	-15,8%	2,0%	2,8%	5,8%
2. SOL, PRECIADOS Y PLAZA MAYOR	7,9%	12,4%	-1,0%	-4,6%	-7,0%	-7,0%	0,6%	37,9%
3. TRIBALL, FUENCARRAL Y CHUECA	-1,8%	-1,2%	-2,0%	-24,6%	-9,6%	-2,2%	-6,4%	-7,3%
4. SALESAS Y RECOLETOS	12,7%	-32,8%	30,6%	-25,5%	8,4%	11,2%	-11,5%	-38,3%
5. ARGÜELLES, PRINCESA Y C. DUQUE	-20,5%	11,0%	-11,2%	8,5%	1,2%	27,7%	13,0%	-4,2%
6. BARRIO DE LAS LETRAS	-7,4%	9,6%	-35,6%	-30,1%	-15,3%	-14,2%	-25,9%	-27,8%
7. AZCA Y BERNABÉU	2,1%	19,8%	4,9%	30,7%	-9,9%	19,1%	0,8%	5,1%
8. BARAJAS Y C. DE LAS NACIONES	-0,9%	19,6%	-5,7%	21,4%	2,4%	5,7%	4,7%	11,3%
TRANSACCIÓN MEDIA TOTAL:	-1,6%	0,8%	-4,4%	-4,3%	-5,0%	8,3%	-2,1%	-7,5%

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

6.5 Reparto del gasto de cada nacionalidad por categoría. Análisis 2011-2012

Para cada zona de las 15 nacionalidades con más gasto en 2012, más España.

Nota: Recordamos que el concepto "Otros" se compone de:

- **Otros:** Droguería y perfumería (cadenas), Droguería y perfumería (general), Bazar (regalos, souvenirs, bazares…), Colecciones (filatelia, numismática…), Duty free (venta a bordo y tiendas libres de impuestos), Artículos de juguetería y deporte, Deportes (grandes superficies) o Jugueterías (grandes superficies).

6.5.1 Reparto del gasto de cada nacionalidad por categoría en 2012

	ESPAÑA	EEUU	FRANCIA	R. UNIDO	ITALIA	BRASIL	RUSIA	SUIZA
AGENCIAS	0,8%	2,1%	0,8%	1,0%	0,7%	0,6%	0,3%	1,4%
ALIMENTACIÓN	0,8%	0,6%	0,2%	0,2%	0,2%	0,9%	0,1%	0,5%
ALOJAMIENTO	2,4%	31,0%	10,9%	25,6%	20,7%	9,1%	8,3%	13,0%
COMPRAS	59,6%	30,0%	29,1%	20,8%	26,4%	39,8%	42,6%	36,0%
ENTRETENIMIENTO	7,5%	1,6%	1,5%	3,0%	1,6%	1,7%	1,0%	1,6%
FORMACIÓN	0,3%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%
MUSEOS	0,5%	1,5%	1,8%	0,9%	1,5%	0,8%	0,6%	0,5%
OTROS	7,3%	18,9%	35,9%	25,6%	21,1%	40,0%	39,9%	28,7%
RESTAURACIÓN	8,3%	9,8%	7,3%	9,2%	8,0%	5,3%	3,2%	6,0%
TRANSPORTE	12,5%	3,5%	12,4%	13,5%	19,8%	1,7%	4,0%	12,2%
TOTAL:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

	MÉXICO	JAPON	ARGENTINA	CHINA	PORTUGAL	HOLANDA	VENEZUELA	COLOMBIA
AGENCIAS	2,3%	0,1%	1,2%	0,1%	0,4%	0,9%	0,8%	1,0%
ALIMENTACIÓN	1,5%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,5%	0,7%
ALOJAMIENTO	11,6%	7,5%	7,9%	4,2%	12,5%	17,4%	5,4%	5,2%
COMPRAS	46,6%	70,4%	46,8%	82,3%	47,2%	35,0%	46,9%	36,2%
ENTRETENIMIENTO	2,4%	0,3%	1,1%	0,5%	1,4%	1,8%	1,3%	0,9%
FORMACIÓN	3,8%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%	14,2%
MUSEOS	0,7%	0,4%	0,9%	0,1%	1,5%	1,5%	0,4%	0,2%
OTROS	20,3%	18,2%	29,8%	11,0%	25,6%	18,0%	34,5%	35,3%
RESTAURACIÓN	8,7%	2,3%	4,5%	1,2%	7,3%	6,7%	6,6%	3,0%
TRANSPORTE	2,0%	0,7%	7,0%	0,6%	4,0%	18,5%	1,2%	3,2%
TOTAL:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

6.5.2 Variación del porcentaje de gasto de cada nacionalidad por categoría 2012-2011

	ESPAÑA	EEUU	FRANCIA	R. UNIDO	ITALIA	BRASIL	RUSIA	SUIZA
AGENCIAS	-0,1%	1,3%	0,5%	0,4%	0,0%	0,0%	0,2%	0,8%
ALIMENTACIÓN	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%	0,0%	-0,7%
ALOJAMIENTO	0,1%	-0,5%	-1,1%	0,1%	-1,0%	0,4%	-1,4%	-0,9%
COMPRAS	-4,0%	3,0%	0,4%	0,8%	-0,5%	1,3%	4,4%	-0,2%
ENTRETENIMIENTO	0,7%	-0,1%	0,0%	-0,1%	-0,4%	0,1%	0,1%	-0,1%
FORMACIÓN	-0,1%	0,8%	0,0%	-0,1%	-0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
MUSEOS	0,1%	0,2%	0,5%	0,3%	0,4%	0,2%	0,2%	0,1%
OTROS	-0,9%	-0,1%	-2,3%	1,7%	-2,4%	-1,8%	-2,7%	-4,4%
RESTAURACIÓN	0,3%	-1,0%	-0,2%	0,1%	-0,8%	0,3%	0,0%	-0,6%
TRANSPORTE	4,0%	-3,7%	2,2%	-3,2%	4,8%	-0,7%	-0,8%	6,0%

	MÉXICO	JAPON	ARGENTINA	CHINA	PORTUGAL	HOLANDA	VENEZUELA	COLOMBIA
AGENCIAS	0,7%	0,1%	0,4%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%	0,5%
ALIMENTACIÓN	0,5%	0,0%	0,1%	0,0%	-0,1%	0,0%	0,2%	0,2%
ALOJAMIENTO	-0,8%	-0,6%	-1,1%	0,5%	-2,2%	-0,8%	-1,1%	-1,9%
COMPRAS	-1,0%	-0,8%	6,9%	-4,7%	8,9%	-0,9%	2,2%	-1,3%
ENTRETENIMIENTO	-0,6%	-0,2%	-0,1%	0,2%	0,0%	0,1%	-0,3%	-0,1%
FORMACIÓN	2,6%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	9,0%
MUSEOS	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%	0,5%	0,4%	0,0%	0,0%
OTROS	-0,4%	2,4%	-3,5%	3,6%	-4,8%	-2,9%	-1,0%	-5,2%
RESTAURACIÓN	-0,1%	-0,3%	1,2%	0,3%	-1,2%	0,0%	-0,8%	-0,7%
TRANSPORTE	-1,0%	-0,5%	-4,7%	0,1%	-1,1%	3,6%	-0,8%	-0,5%

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

6.6 Transacción media de cada nacionalidad por categoría. Análisis 2011-2012

Análisis para las 6 categorías de comercio más importantes.
Para cada zona de las 15 nacionalidades con más gasto en 2012, más España.

6.6.1 Transacción media de cada nacionalidad por categoría en 2012

	ESPAÑA	EEUU	FRANCIA	R. UNIDO	ITALIA	BRASIL	RUSIA	SUIZA
ALOJAMIENTO	130 €	292 €	153 €	247 €	181 €	178 €	208 €	302 €
COMPRAS	49 €	83 €	53 €	65 €	54 €	79 €	200 €	110 €
ENTRETENIMIENTO	75 €	60 €	54 €	106 €	84 €	72 €	84 €	113 €
OTROS	51 €	56 €	61 €	56 €	59 €	72 €	99 €	81 €
RESTAURACIÓN	43 €	55 €	43 €	66 €	60 €	45 €	69 €	104 €
TRANSPORTE	57 €	212 €	320 €	266 €	389 €	156 €	239 €	334 €
TRANSACCIÓN MEDIA TOTAL:	67 €	126 €	114 €	134 €	138 €	100 €	150 €	174 €

	MÉXICO	JAPON	ARGENTINA	CHINA	PORTUGAL	HOLANDA	VENEZUELA	COLOMBIA
ALOJAMIENTO	239 €	248 €	139 €	185 €	147 €	215 €	140 €	224 €
COMPRAS	74 €	408 €	54 €	383 €	60 €	50 €	60 €	106 €
ENTRETENIMIENTO	60 €	112 €	56 €	82 €	66 €	80 €	39 €	84 €
OTROS	63 €	116 €	57 €	137 €	59 €	45 €	62 €	105 €
RESTAURACIÓN	57 €	72 €	42 €	50 €	46 €	60 €	46 €	68 €
TRANSPORTE	191 €	211 €	309 €	224 €	304 €	251 €	148 €	397 €
TRANSACCIÓN MEDIA TOTAL:	114 €	194 €	109 €	177 €	114 €	117 €	83 €	164 €

6.6.2 Variación de la transacción media de cada nacionalidad por categoría 2012-2011

	ESPAÑA	EEUU	FRANCIA	R. UNIDO	ITALIA	BRASIL	RUSIA	SUIZA
ALOJAMIENTO	-4,3%	-1,8%	-7,1%	-5,9%	-12,0%	-8,1%	-18,2%	-5,5%
COMPRAS	-2,7%	8,0%	1,5%	-2,2%	-3,5%	-7,7%	4,3%	-7,2%
ENTRETENIMIENTO	0,3%	-0,7%	-10,2%	-10,2%	-21,8%	-2,2%	11,6%	-5,1%
OTROS	-7,5%	5,1%	5,4%	8,6%	-1,5%	-3,9%	11,1%	8,0%
RESTAURACIÓN	-10,8%	-7,4%	-7,4%	-5,3%	-14,2%	-7,7%	-8,4%	-4,6%
TRANSPORTE	-23,3%	39,6%	66,4%	39,0%	66,1%	1,1%	12,9%	73,0%
TRANSACCIÓN MEDIA TOTAL:	-7,7%	8,4%	19,2%	6,1%	12,9%	-4,6%	0,2%	11,8%

	MÉXICO	JAPON	ARGENTINA	CHINA	PORTUGAL	HOLANDA	VENEZUELA	COLOMBIA
ALOJAMIENTO	-13,6%	1,6%	-10,2%	-21,1%	-6,5%	-5,1%	-14,7%	-15,0%
COMPRAS	2,6%	4,1%	3,2%	-11,0%	-18,8%	-1,2%	6,0%	6,0%
ENTRETENIMIENTO	-21,7%	-1,0%	-20,0%	5,8%	-3,2%	-3,1%	-17,7%	-2,8%
OTROS	-0,9%	20,5%	-4,2%	16,2%	1,6%	6,8%	-0,9%	9,2%
RESTAURACIÓN	-1,5%	-7,2%	-15,5%	-14,2%	-7,4%	-10,3%	-5,6%	-5,7%
TRANSPORTE	17,0%	102,2%	24,4%	88,8%	36,3%	35,3%	0,3%	58,8%
TRANSACCIÓN MEDIA TOTAL:	-3,7%	13,6%	3,5%	2,3%	8,2%	7,1%	-6,1%	13,3%

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

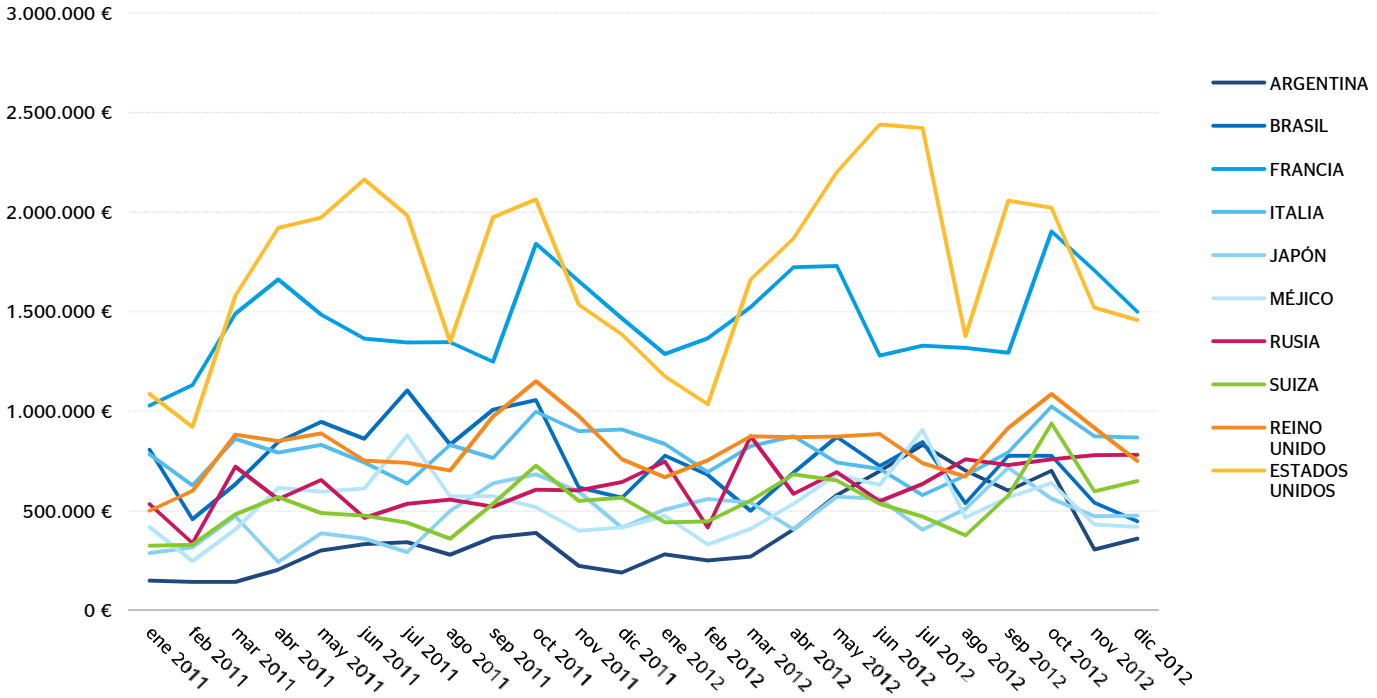
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

6.7 Evolución temporal del gasto por nacionalidad en las 8 zonas

La siguiente gráfica muestra la evolución mensual del gasto a lo largo de 2011 y 2012 para las 10 nacionalidades con mayor gasto en 2012.

El estudio ofrece también datos muy interesantes sobre estacionalidad y evolución temporal de compras por nacionalidad, así, **el público estadounidense** que en global supone el mayor ingreso para la capital, **tiene una estacionalidad fijada de mayo a julio con descenso pronunciado en agosto y repunte en septiembre y octubre. Francia,** la segunda en importancia por gasto global por nacionalidad, presenta picos **en octubre-noviembre y en el período de marzo a mayo.**

**EVOLUCIÓN DEL GASTO MENSUAL
PARA LAS 10 NACIONALIDADES EXTRANJERAS QUE MÁS GASTARON EN 2012**



6.8 Estancia e intervalo de compra medio por nacionalidad

Este punto desarrolla un análisis para las 40 nacionalidades con mayor número de visitantes en 2011 y 2012.

Las siguientes gráficas reflejan la variación en horas entre compras según nacionalidades. Así, la primera tabla se refiere a la estancia total en cuanto a compras en la que Venezuela tiene un mayor período de estancia entre la primera y la última compra. La segunda tabla refleja el ritmo de compras, es decir, el número de horas que un consumidor tarda entre unas compras y otras. En este sentido por ejemplo, los japoneses o los coreanos, tardan mucho menos en repetir compra que los españoles.

Para realizar este análisis, se han considerado únicamente las tarjetas cuya primera transacción no distó más de 15 días de la primera, tanto para extranjeros como para españoles (es decir, se refleja el turismo de corta estancia, incluido el caso de España).

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

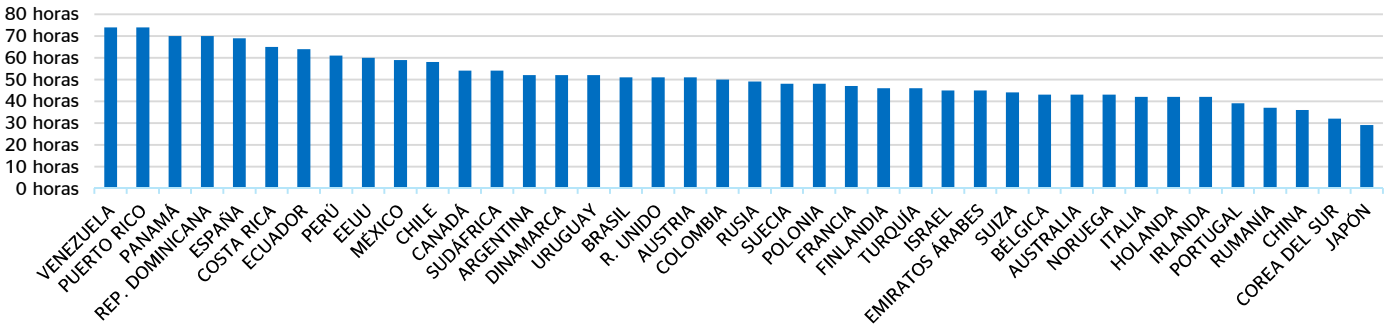
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

6.8.1 Estancia por nacionalidad

Para deducir la estancia media por nacionalidad se ha calculado la diferencia entre la primera y la última compra en alguna de las 8 zonas definidas en este estudio. No se han tenido en cuenta para este cálculo las personas cuya diferencia entre la primera y la última compra ha superado los 15 días.

Nota: no se ha de dejar de tener en cuenta que se está ilustrando la estancia no en la provincia de Madrid, sino única y exclusivamente en el espacio definido en las 8 zonas de estudio de esta sección.

ESTANCIA - Nº DE HORAS ENTRE LA PRIMERA Y LA ÚLTIMA COMPRA EN ALGUNA DE LAS 8 ZONAS
40 NACIONALIDADES CON MÁS TARJETAS EN 2011 Y 2012

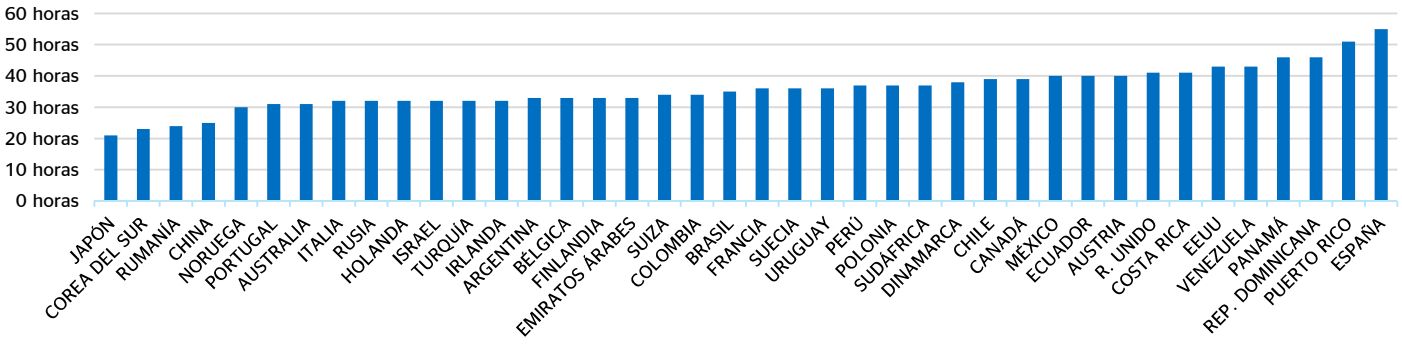


6.8.2 Intervalo (ritmo de compra) por nacionalidad

En este punto, para deducir el ritmo de compra por nacionalidad se ha dividido la estancia por el número de veces que se ha comprado durante ese período en alguna de las 8 zonas definidas en este estudio.

Nota: Como en la gráfica del punto anterior, no se ha de olvidar que se está ilustrando el intervalo de compra medio no en la provincia de Madrid, sino única y exclusivamente en el espacio definido en las 8 zonas de estudio de esta sección.

RITMO DE COMPRA - Nº DE HORAS ENTRE COMPRAS EN ALGUNA DE LAS 8 ZONAS
40 NACIONALIDADES CON MÁS TARJETAS EN 2011 Y 2012



Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

7. Análisis del impacto de eventos en la actividad comercial

7.1 Análisis del impacto del evento MADO (Madrid Orgullo) 2011

Gracias a la granularidad de los datos –gran tamaño de la muestra y alta frecuencia de pagos- es posible estudiar los efectos de un determinado evento en la actividad económica de la ciudad mediante los procedimientos de análisis estadístico y herramientas Big Data empleadas en el presente proyecto. Este análisis se centró en MADO, un evento de gran interés turístico para la ciudad por el número de visitantes que atrae todos los años.

La principal conclusión extraída del análisis fue que **el impacto positivo sobre la actividad comercial de la zona de la celebración del evento es de aproximadamente un 24% en gasto** respecto al periodo de comparación (misma semana, un mes antes).

Comparando el impacto del evento en **2011** (objeto de este análisis), con su edición de **2012,** se observa una **evolución positiva interanual del 9%**, es decir, MADO tiene un gran impacto en la ciudad, y además ese impacto sigue una tendencia creciente.

Pero no todos los comercios ni todas las áreas se han beneficiado por igual. Así por ejemplo, los bares, restaurantes, los hoteles, el transporte, las tiendas de ropa y moda o el pequeño comercio son los grandes beneficiados del evento. Sin embargo, las grandes superficies se resienten.

Son especialmente interesantes las gráficas dedicadas a los pulsos del evento según las actividades concretas, en las que puede apreciarse como se elevan o descienden las actividades comerciales en los alrededores.

7.1.1 Zonas y fechas del estudio MADO 2011

Los datos están basados en transacciones realizadas con **tarjetas BBVA** mediante operaciones realizadas en comercios que utilicen terminales tanto propios como ajenos. Por lo tanto, retrata exclusivamente el mercado nacional.

- **Periodo de tiempo analizado:** Las fechas del evento (del 29 de junio al 3 de julio de 2011) se han comparado con un intervalo similar (miércoles-domingo) del mes anterior, del 1 al 5 de junio.

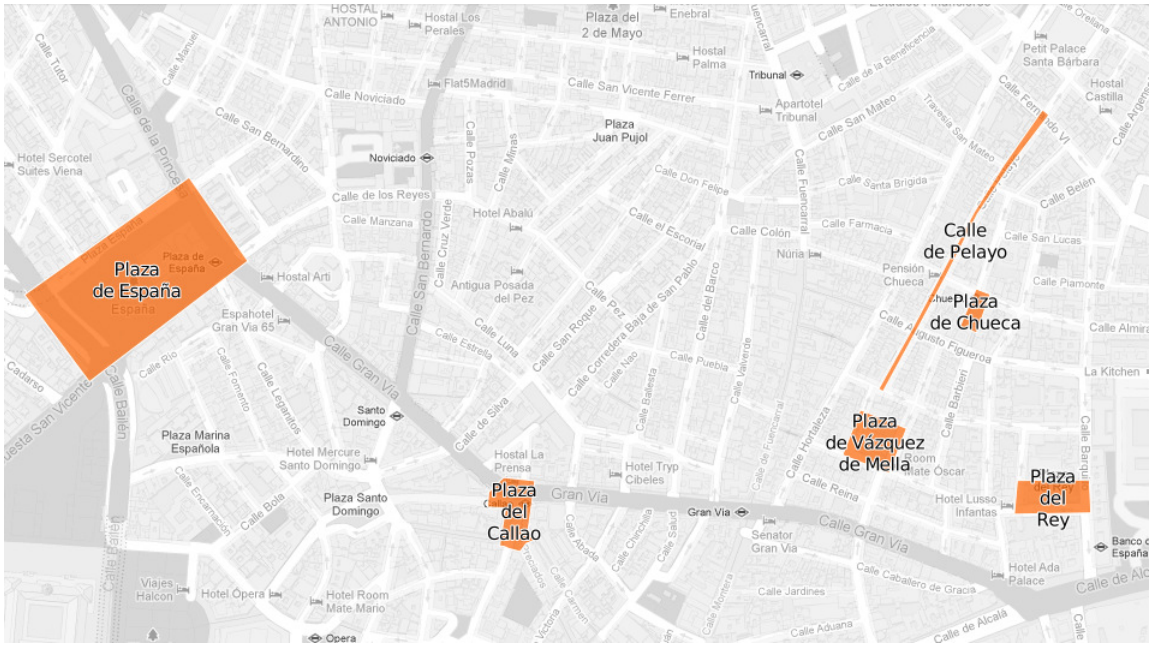
- **Comercios estudiados:** los que se encuentran ubicados en torno a las áreas con iniciativas durante MADO 2011, que fueron las siguientes:

- Plaza de Chueca
- Calle Pelayo
- Plaza de España
- Plaza de Callao
- Plaza del Rey
- Plaza de Vázquez de Mella

En el siguiente gráfico se definen las zonas referidas y que sirven de base al estudio.

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

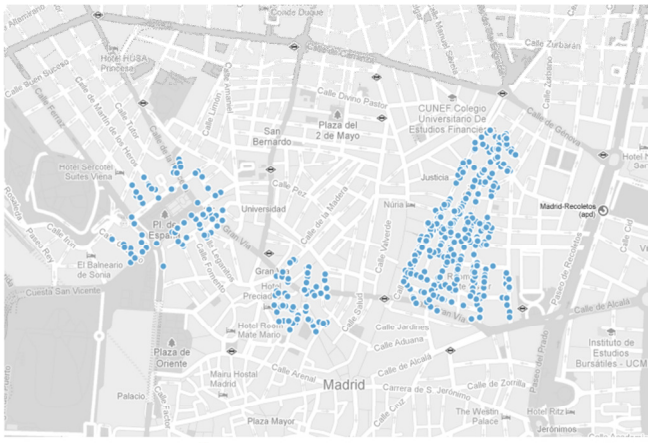
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.



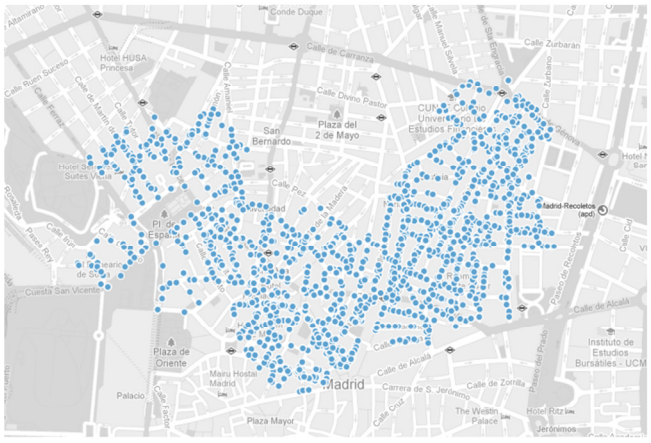
Áreas con iniciativas durante MADO 2011

Para el análisis se han tomado como referencia las fechas del evento comparándolas con la misma semana del mes anterior, es decir, el periodo del 29 de junio al 3 de julio de MADO se compara con el del 1 al 5 de junio.

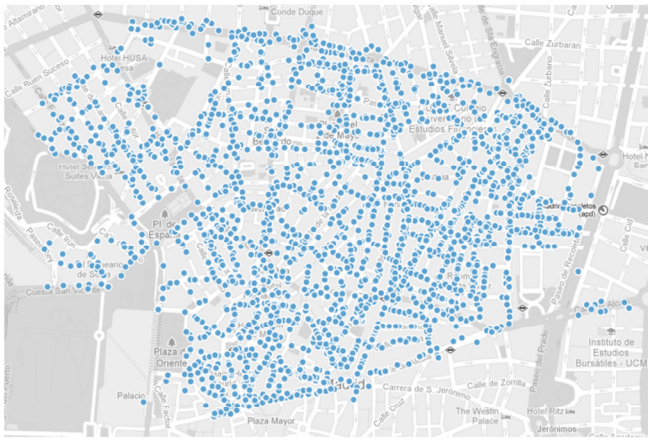
Ámbito 1: 314 TPVs



Ámbito 2: 1178 TPVs



Ámbito 3: 3478 TPVs



Ámbito 4: 5445 TPVs

Niveles de zoom definidos para el estudio

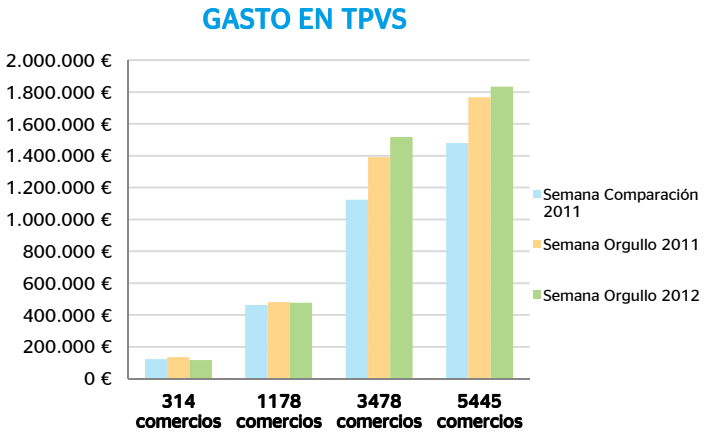
Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

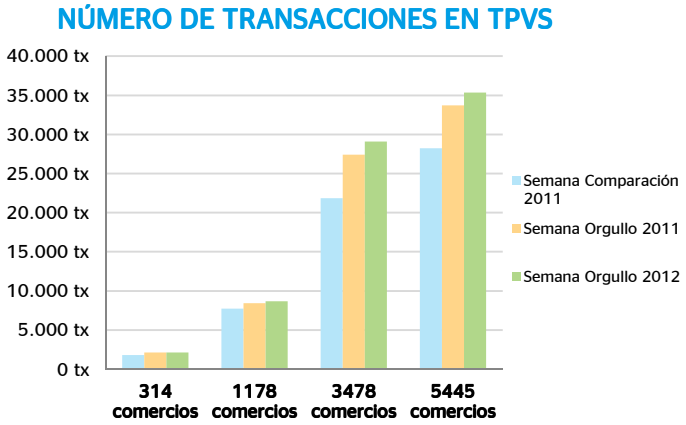
El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

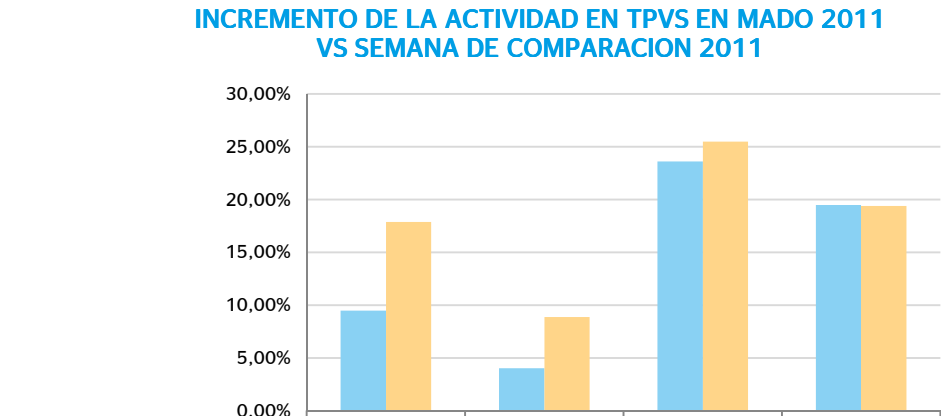
Aunque el análisis se llevó a cabo para diferentes escalas centradas en el entorno de estos nodos (ámbito 1 a ámbito 4), daremos las grandes cifras resumen para estos cuatro niveles de aproximación, pero expondremos solamente el detalle de dos de estas escalas (ámbitos 2 y 4).

7.1.2 Resumen del impacto del evento MADO 2011

En las siguientes gráficas se presentan los datos obtenidos comparando la semana del evento con la misma semana del mes anterior. Se pueden observar de forma evidente los incrementos y el impacto positivo de la celebración.







	314 comercios	1178 comercios	3478 comercios	5445 comercios
Incremento del gasto	9,48%	4,01%	23,62%	19,48%
Incremento nº transacciones	17,87%	8,87%	25,47%	19,38%

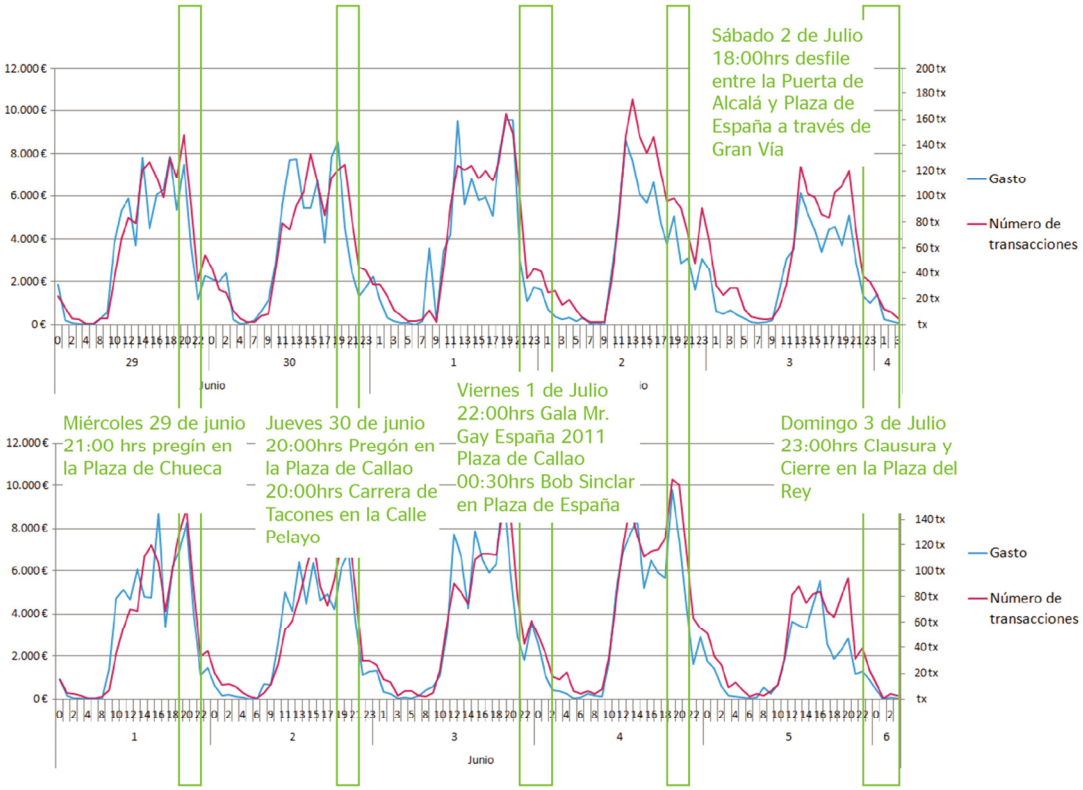
Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

7.1.3 Evolución temporal de las compras en el ámbito 2

En la siguiente gráfica, se muestra el pulso horario de la actividad comercial en el ámbito 2 del análisis, que abarca los 1.178 TPVs más cercanos a las seis áreas con iniciativas.

Nota: La gráfica superior muestra la semana del evento mientras que la inferior se refiere a la semana del mes anterior. Destacamos igualmente los momentos clave de la semana en cuanto a actos y celebraciones a fin de comparar su impacto.

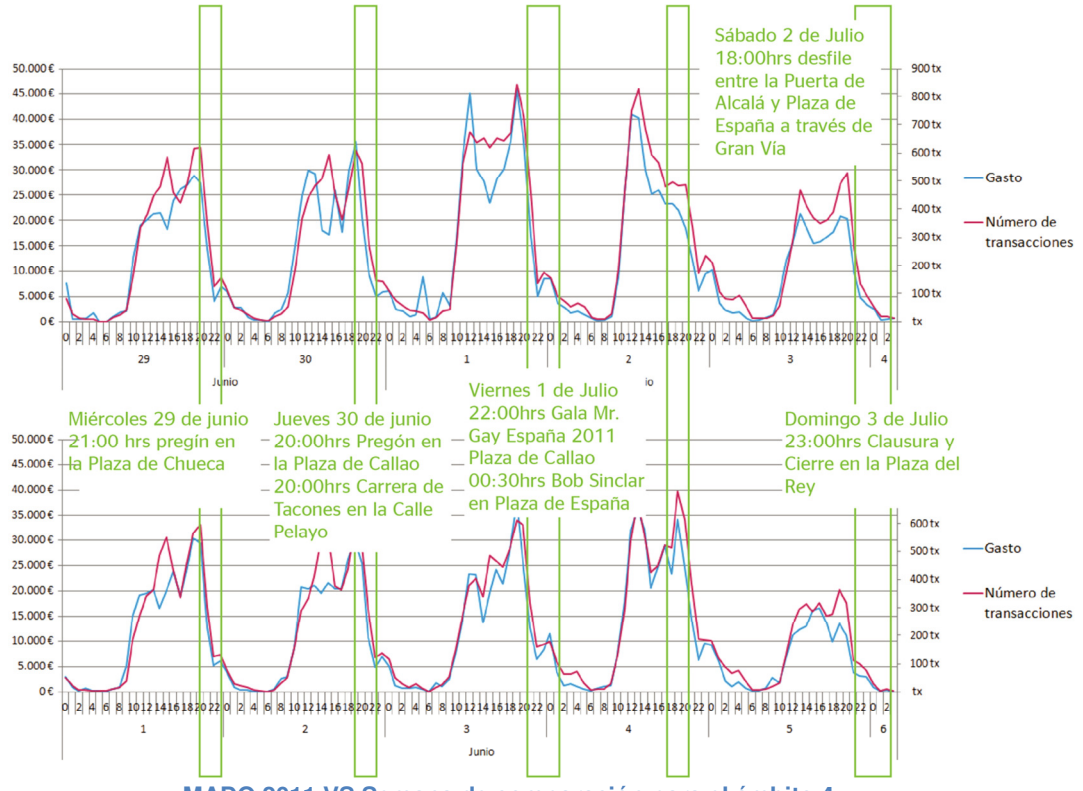


MADO 2011 VS Semana de comparación para el ámbito 2

7.1.4 Evolución temporal de las compras en el ámbito 4

A continuación ampliamos el área de estudio al ámbito 4 del análisis, que abarca 5.445 TPVs.

Nota: De nuevo se muestra la evolución horaria y por días de la actividad comercial. La gráfica superior muestra la semana del evento, mientras que la inferior se refiere a la semana del mes anterior. Destacamos igualmente los momentos clave de la semana en cuanto a actos y celebraciones a fin de comparar su impacto,



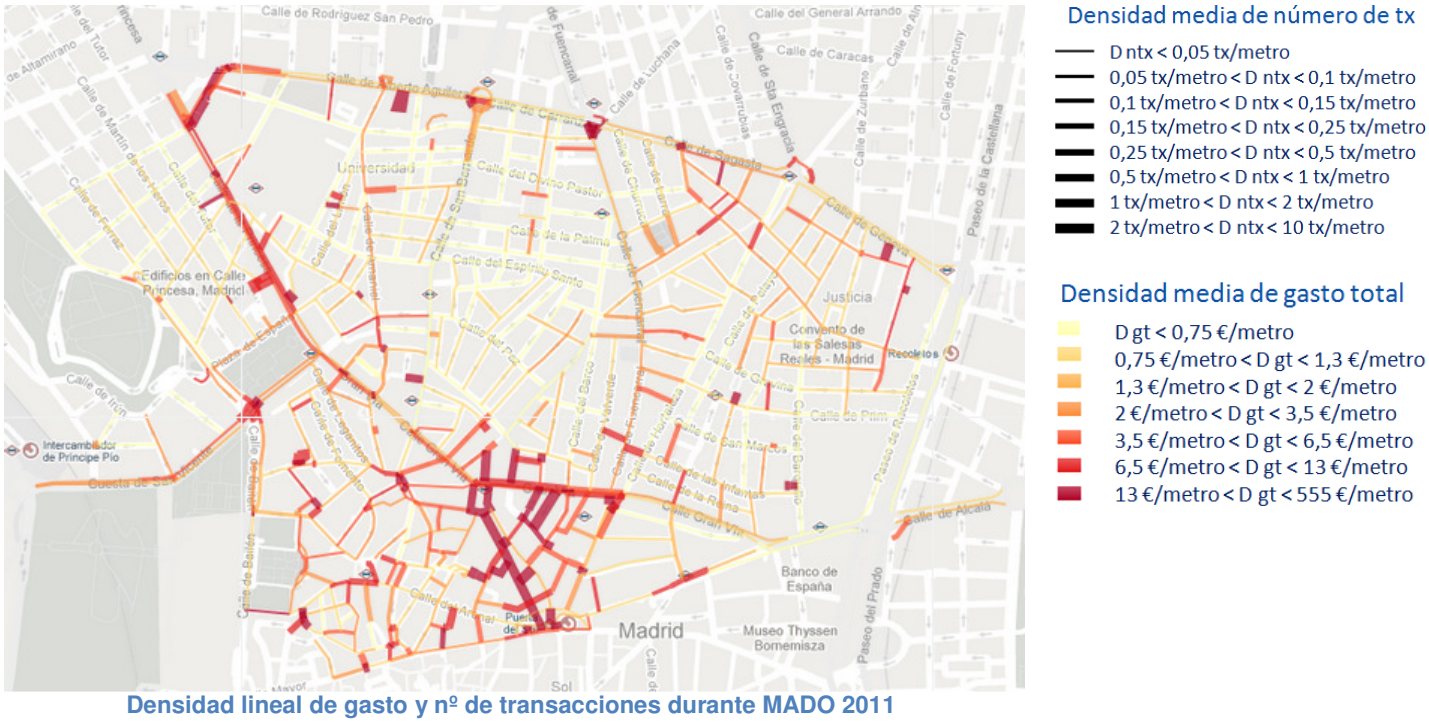
MADO 2011 VS Semana de comparación para el ámbito 4

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

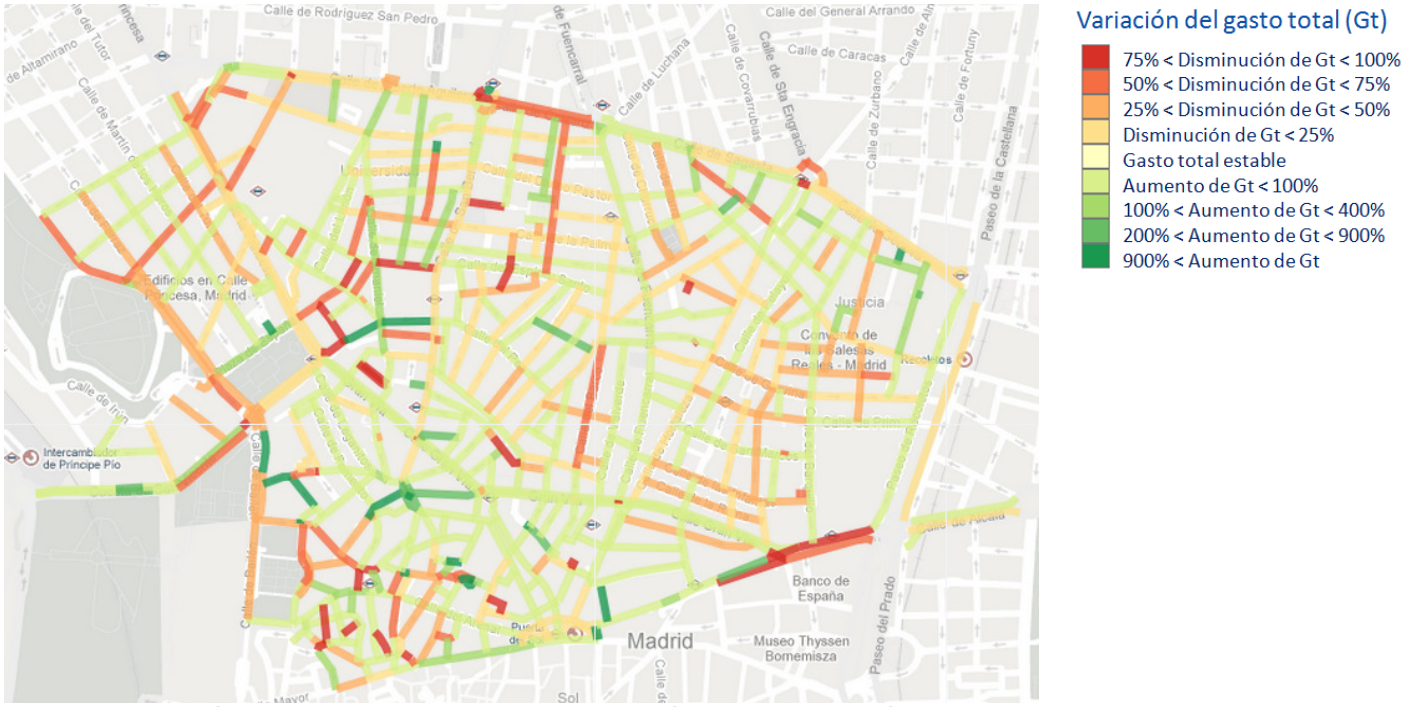
7.1.5 Estudio por calle del impacto del evento

El siguiente plano representa la densidad de gasto por calles, registrado durante los cinco días completos correspondientes a MADO 2011, mediante dos dimensiones; escala de color según la densidad del gasto absoluto por metro lineal de calle, y grosor, según el número de transacciones también por metro lineal de calle.



Densidad lineal de gasto y nº de transacciones durante MADO 2011

El siguiente plano representa la variación relativa por calle del gasto, con objeto de identificar las zonas con mayor y menor incidencia económica del evento. Como se observa, las escalas no son homogéneas, pues los 4 niveles de impacto negativo abarcan la horquilla de disminución de gasto de 0 a 100%, mientras que los 4 niveles que representan impacto positivo no tienen techo, y su penúltimo escalón es el 900%.



Variación del gasto en MADO 2011 frente al período de comparación

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

7.2 Análisis del impacto del Puente de la Constitución 2012

7.2.1 Características generales

Por último aquí se muestra un extracto del análisis realizado para medir el impacto en la actividad comercial del **Puente de la Constitución (6 de diciembre 2012)** en las mismas **8 zonas** definidas en la sección de este mismo informe dedicada al estudio del año 2012.

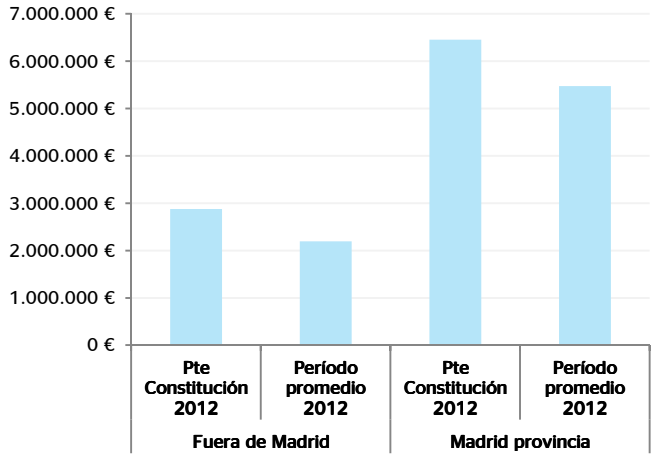
Para ello se han definido dos períodos temporales, por un lado el intervalo de **todo el puente** (considerado de viernes a domingo de la semana siguiente), y por otro el **día festivo en cuestión (6 de diciembre).** Es decir, se considera el intervalo total del evento en 2012 desde el viernes 30 de noviembre al domingo 9 de diciembre. El objetivo es facilitar la comparación con el evento en 2011, donde el 6 de diciembre fue martes y el jueves 8 también festivo, siendo el efecto del puente más extenso en el tiempo y afectando a los fines de semana anterior y posterior.

Para ambos períodos temporales se han comparado los valores del año 2012 en primer lugar con los **valores promedio** para períodos similares (elaborados en base a datos del mismo año 2012) y en segundo lugar con los valores del **puente de 2011**.

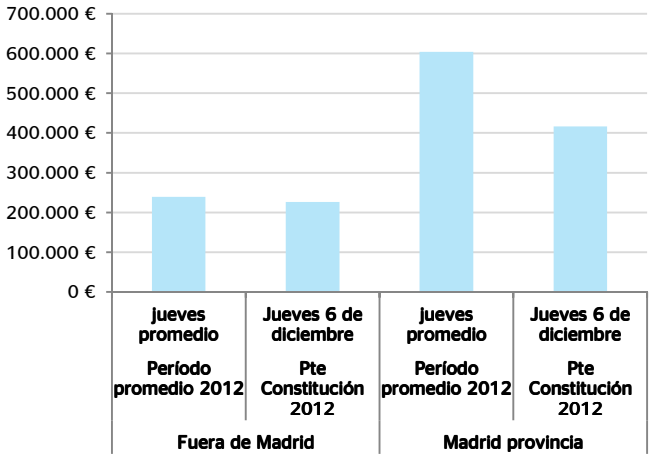
Respecto al origen del gasto, para todo este apartado se han dividido las gráficas en dos, distinguiendo el gasto proveniente de compradores **residentes en Madrid provincia**, frente al gasto realizado por los **visitantes de fuera de la provincia**.

7.2.2 Medición del impacto del puente 2012 frente a periodos promedio de comparación

GASTO TOTAL PTE.CONSTITUCIÓN 2012 VS PERÍODO PROMEDIO EN LAS 8 ZONAS



GASTO TOTAL 6 DICIEMBRE 2012 VS JUEVES PROMEDIO EN LAS 8 ZONAS



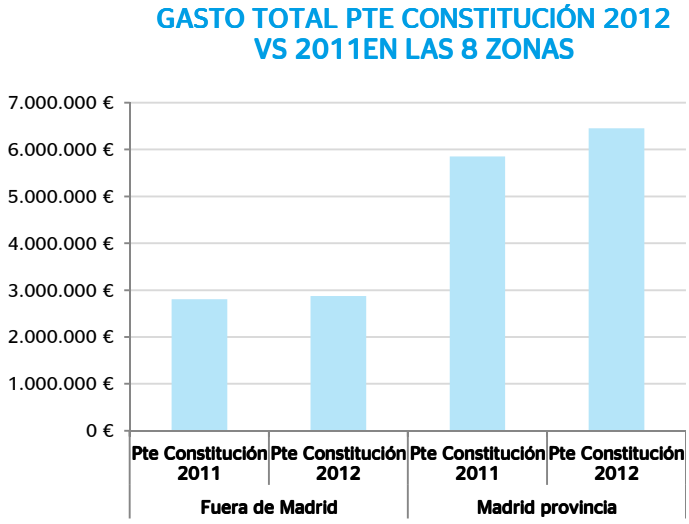
Se observa que, frente al periodo promedio establecido como patrón de comparación, el gasto realizado por los residentes en Madrid aumenta un 17% durante el puente, y el llevado a cabo por los visitantes nacionales un 31%.

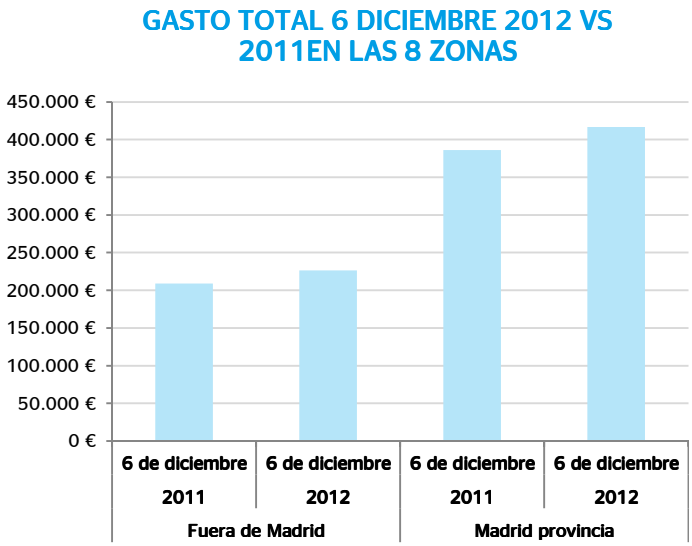
Poniendo el foco en el jueves 6 de Diciembre, el gasto realizado por los residentes en Madrid disminuye un 31%, pero el llevado a cabo por los residentes en otras zonas del país tan sólo bajó un 6%.

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

7.2.3 Medición del impacto del puente 2012 frente al puente 2011





Comparando 2011 y 2012, en primer lugar vemos que en los periodos de 10 días que abarcan los puentes de ambos años (intervalos de 10 días de viernes a domingo), el gasto realizado por los residentes en Madrid aumentó un 10% de un año a otro, en tanto que el efectuado por visitantes de fuera de Madrid aumentó un 2%,

Comparando los días 6 de Diciembre de ambos años vemos que el gasto tanto de los residentes en Madrid como de los visitantes aumentó un 8%.

Las conclusiones mostradas se basan en los datos recabados por los sistemas de pago electrónico BBVA. No se han aplicado coeficientes que extrapolen a la totalidad de los pagos realizados por otros medios. El estudio se basa en datos agregados y anónimos, en cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de su reglamento RD 1720/2007.

El presente Informe es titularidad Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y del Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. No se permite la copia o difusión sin consentimiento expreso de BBVA y Excmo. Ayuntamiento de Madrid y el reconocimiento y mención de su autoría.

Dinámicas del turismo en la ciudad de Madrid,
un estudio basado en la actividad comercial real del año 2012

BBVA

¡MADRID!