



10 años en el corazón de Madrid

Informe sobre el impacto de la *flagship* de Primark en Gran Vía durante los últimos diez años



Índice

<u>Resumen ejecutivo</u>	3
<u>Introducción</u>	5
1. <u>La <i>flagship</i> store de Primark en la Gran Vía de Madrid</u>	9
2. <u>Relevancia socioeconómica de la tienda de Primark Gran Vía</u>	12
3. <u>Primark: en el origen de la revitalización de la Gran Vía</u>	19
4. <u>El futuro de Primark como referente comercial del centro de Madrid</u>	25
<u>Referencias y fuentes de datos</u>	28
<u>Anexo: Glosario de términos</u>	31



La *flagship store* de Primark Gran Vía: referente comercial para Madrid

- + La emblemática tienda de Primark en Gran Vía 32 **abrió sus puertas en octubre de 2015**. Diez años después, en 2025, es la tienda más concurrida de la marca en España, con más de cinco millones de transacciones anuales.
- + La tienda, localizada en **un histórico edificio**, combina ubicación estratégica; singularidad arquitectónica; gran dimensión; experiencia de compra completa y alto volumen de actividad.
- + Durante esta década Primark Gran Vía ha contribuido al **dinamismo económico y laboral de Madrid** a través de su impulso comercial.



Relevancia socioeconómica de la tienda de Primark Gran Vía

- + Sumando su impacto directo, el impacto indirecto sobre su cadena de proveedores y su impacto inducido sobre el consumo, la **contribución económica total** de la tienda alcanzó los **83 millones de euros en 2024**.
- + Adicionalmente, se estima que el conjunto de la actividad ligada a la tienda de Primark Gran Vía propició la recaudación de más de **42 millones de euros en impuestos** y cotizaciones sociales en 2024.



Las personas detrás de Primark Gran Vía

- + Con un equipo de más de **1.000 personas de 28 nacionalidades y de diversas generaciones**, Primark Gran Vía está plenamente comprometida con la inclusión y la retención del talento.
- + Además de los empleos en la tienda, la actividad de Primark Gran Vía propicia el mantenimiento de cerca de **500 puestos de trabajo adicionales** de manera indirecta e inducida.
- + En la tienda hay personas trabajando las **24 horas del día, más de 360 días al año** para garantizar el correcto funcionamiento de un establecimiento de esas dimensiones, lo que evidencia el compromiso del equipo humano con la empresa y los clientes.



Primark: en el origen de la revitalización de la Gran Vía de Madrid

- + La llegada de **Primark en 2015** generó un **efecto imitación en el retail textil** de la Gran Vía, reflejado en la proliferación de grandes tiendas insignia, consolidando a este eje comercial como **referente de compras para turistas y escaparate mundial del comercio**.
- + **Las *flagships stores* han estimulado el crecimiento de otras actividades en la Gran Vía.**
 - El número de locales activos en la Gran Vía **se ha duplicado** desde la llegada de Primark, impulsado por los comercios, los restaurantes y los hoteles.
 - La creciente oferta de ocio atrae cada vez a más personas a la Gran Vía, reflejado tanto en el número de peatones como en la llegada de viajeros a las estaciones de metro más cercanas.
- + El auge de la actividad comercial aceleró la **reforma urbanística de la Gran Vía en 2018**, que conllevó la ampliación de aceras, la mejora de la accesibilidad y la creación de zonas de descanso, situando al **peatón en el centro** lo que propició un nuevo incremento de la afluencia diaria.



El futuro de Primark como referente comercial en el centro de Madrid

- + Primark Gran Vía seguirá **invirtiendo en la modernización de sus espacios y en la mejora de la experiencia de compra**, combinando la **renovación del edificio** con mejoras en probadores, equipamiento y eficiencia energética, conservando la **identidad arquitectónica del inmueble y la propuesta de valor** que atrae a clientes y contribuye al empleo y la economía local.
- + Y en 2026 se **cumplirán 20 años desde la apertura de la primera tienda de Primark en España** (en el centro comercial Plenilunio de Madrid), que actualmente cuenta con una red de 67 establecimientos en nuestro país.



Introducción

Diez años latiendo en el corazón de Madrid

Hace diez años abrimos las puertas de Primark Gran Vía con la ilusión de formar parte del pulso de esta ciudad, en una de sus calles más icónicas y vibrantes. Queríamos contribuir a su dinamismo ofreciendo un espacio donde la moda y la experiencia en tienda se encontraran, donde el ritmo de Madrid se sintiera en cada rincón, en cada conversación y en cada visita.

Inauguramos nuestra primera tienda en España en 2006, también en Madrid, en el centro comercial Plenilunio. El próximo año, 2026, celebraremos 20 años de actividad en el país, durante los cuales hemos seguido creciendo hasta abrir 67 tiendas más, entre ellas nuestra flagship en Gran Vía.

Vimos en esta calle algo más que una ubicación privilegiada: reconocimos su carácter abierto, su vitalidad y su conexión con las personas, valores que también forman parte de nuestra identidad. Apostar por un espacio de gran formato en el corazón de Madrid fue una declaración de intenciones y una muestra de confianza en el potencial de esta calle emblemática. Aquella apuesta contribuyó a consolidar la Gran Vía como un referente indiscutible del comercio en la ciudad.

El primer paso fue preservar la historia del edificio centenario que hoy nos acoge y devolverle el esplendor con el que nació. La obra de rehabilitación, que iniciamos en 2011, respetó sus elementos originales, como la escalera imperial y la majestuosa cúpula, recuperando la luz del gran patio central, y al mismo tiempo adaptó el espacio a las necesidades de una tienda del siglo XXI. Cada decisión se tomó con profundo respeto por su valor patrimonial y con el propósito de ofrecer a nuestros clientes una experiencia única, en la que historia y modernidad conviviesen. Hoy, ese diálogo entre pasado y presente sigue vivo en cada planta, mientras seguimos desarrollando planes para mejorarlas y renovarlas sin perder nunca su esencia histórica.

A lo largo de estos diez años, esta edificación de cinco plantas y 12.500 metros cuadrados se ha convertido en un referente para Primark y para la propia ciudad. Ha sido testigo del paso de millones de personas, de distintas nacionalidades e historias: desde quienes nos acaban de descubrir hasta aquellos que regresan una y otra vez.

Como refleja este informe independiente elaborado por la consultora económica Afi, Primark Gran Vía ha impulsado, desde su apertura oficial en 2015, la actividad económica de la capital, dinamizado otros sectores y generado un impacto que va mucho más allá de sus muros. trabajamos cada día con proveedores externos y colaboradores que nos acompañan en este camino y hacen posible que todo funcione con precisión. Nuestro crecimiento ha ido de la mano del de ellos, de la Gran Vía y de la propia ciudad de Madrid.

Diez años latiendo en el corazón de Madrid

La clave de este éxito está en quienes cada día hacen posible que todo funcione con ilusión y dedicación: las más de mil personas que forman el equipo de Primark en esta tienda. Detrás de cada prenda colocada y de cada gesto de atención hay un engranaje perfectamente coordinado que se enriquece con la diversidad de quienes lo integran: jóvenes que aportan frescura y dinamismo, y profesionales con experiencia que ofrecen su conocimiento. Nuestro dinámico equipo es capaz de superar cualquier reto con creatividad, compromiso y entusiasmo, en un entorno inclusivo donde todos pueden desarrollarse y compartir ideas que marcan la diferencia. Y lo hacemos juntos, porque así aprendemos más, reímos más y logramos más.

Y es que, en Primark Gran Vía, como en el resto de nuestras tiendas, priorizamos a las personas, cuidamos de ellas y apoyamos su desarrollo para que alcancen, junto a nosotros, su máximo potencial. Incluso cuando las puertas se cierran al público, hay personas preparando, revisando y cuidando cada detalle para que todo vuelva a empezar con la misma energía del primer día, porque Primark Gran Vía es realmente la tienda que nunca duerme.

Ese esfuerzo silencioso es lo que ha dado vida a este edificio y se refleja en la confianza de nuestros clientes, que nos visitan cada día y nos impulsan a seguir evolucionando.

Durante esta década hemos visto cómo la Gran Vía se transformaba y cómo nosotros lo hacíamos con ella. Celebrar estos diez años es, sobre todo, dar las gracias: al equipo Primark, nuestros colegas, por su dedicación y orgullo de pertenencia; a nuestros clientes, por llenar cada rincón de la tienda de vida; a nuestros proveedores y colaboradores, por acompañarnos y apoyarnos para que todo funcione; y, por supuesto, a la Gran Vía de Madrid, por acogernos desde el primer día y compartir con Primark su diversidad y su energía contagiosa.

Carlos Inácio

Director General de Primark Iberia

Informe de impacto de la *flagship store* de Primark de la Gran Vía de Madrid

En octubre de 2025 se cumplen 10 años desde la apertura de la *flagship store* de Primark en el número 32 de la Gran Vía de Madrid. Este establecimiento, el mayor en tamaño y volumen de actividad de la compañía en España y uno de los más emblemáticos a nivel internacional, se encuentra en un edificio histórico completamente rehabilitado, característica que potencia su singularidad y atractivo. Su inauguración en otoño de 2015 marcó un hito tanto para la firma como para uno de los ejes comerciales más representativo de la capital española.

Durante los últimos diez años, este establecimiento no solo ha consolidado su posición como destino comercial de referencia, sino que ha contribuido activamente a la dinamización económica, urbanística y social de su entorno. La elevada afluencia de visitantes, su capacidad de atracción turística, su impacto sobre las comunidades a través de la generación de empleo y su efecto tractor sobre otros operadores del *retail* ubicados en locales de su entorno, han convertido a esta tienda en un catalizador de la modernización de la Gran Vía.

Coincidiendo con el décimo aniversario de la inauguración de la *flagship store* de Primark en Gran Vía, este informe independiente tiene como objetivo analizar el impacto económico, social y urbanístico derivado de su apertura, presencia y actividad en la Gran Vía madrileña.

El estudio se estructura en torno a cuatro bloques de contenido que permiten capturar la huella global del establecimiento, tanto en su entorno más cercano como en el conjunto de la economía local y regional a través de distintas vías:

La actividad de Primark en Gran Vía. Análisis del aterrizaje de la marca en el centro de Madrid, la historia del emblemático edificio y la elección del formato *flagship*, claves de su posicionamiento como icono comercial.

La relevancia socioeconómica de la tienda. Estimación del valor generado a través de la actividad directa de la tienda, así como, de los efectos indirectos de las compras de bienes y servicios necesarios para su funcionamiento y los efectos inducidos derivados del consumo de sus empleados directos junto con los de sus proveedores.

El impulso a la revitalización de la Gran Vía. Estudio del papel de la *flagship* como motor del dinamismo urbano y comercial de la principal arteria comercial madrileña.

Las perspectivas del establecimiento como referente comercial. Prospectiva de las estrategias a implementar por la marca para mantener el liderazgo y la competitividad en el eje comercial madrileño.



01.

La *flagship store* de Primark en la Gran Vía de Madrid

De símbolo histórico a icono comercial

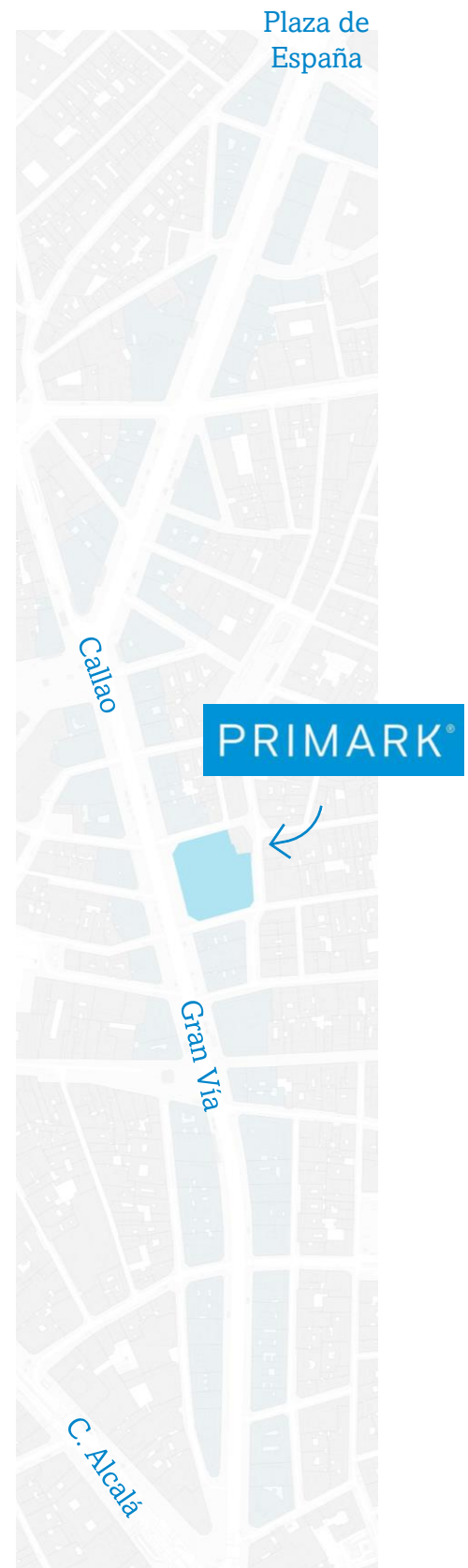
El edificio que alberga la tienda de Primark en el número 32 de la Gran Vía de Madrid fue inaugurado hace más de 100 años, concretamente en 1924, como los Grandes Almacenes Madrid-París, siendo uno de los primeros rascacielos de la ciudad y un símbolo de modernidad en su época. Su presencia introdujo en la Gran Vía un nuevo modelo arquitectónico inspirado en los grandes almacenes europeos, pensado para acoger intensos flujos de público y exhibir la pujanza comercial de la capital.

Tras la quiebra de Madrid-París, el inmueble pasó a albergar a SEPU (Sociedad Española de Precios Únicos), que consolidó su carácter como espacio de referencia para el comercio popular durante décadas. Posteriormente, el edificio evolucionó hacia otros usos: acogió oficinas y medios de comunicación, con un papel destacado como sede del Grupo PRISA, que continúa ocupando las plantas superiores.

En 2015, después de casi diez años de actividad en el mercado español, Primark inauguró en el edificio su primera *flagship store* en España. Tras un proceso de rehabilitación y transformación, que se extendió durante más de cuatro años, el espacio recuperó parte de sus elementos singulares del pasado como la cúpula *art déco* rematada con una estructura metálica, la escalera imperial, el patio central y la herrería histórica, devolviéndole su esencia inicial como gran espacio comercial. Años después, la exhaustiva restauración implementada en el edificio valió a Primark el premio EuroShop Retail Design Award en la categoría de diseño de interiores.

La inauguración de la tienda se convirtió en todo un acontecimiento para la ciudad de Madrid. Miles de personas se congregaron ante sus puertas durante los primeros días, generando colas que se mantuvieron durante más de tres meses. El impacto fue tal que atrajo visitantes de otras áreas del país y del mundo, consolidando a la *flagship store* de Primark como un fenómeno social y comercial sin precedentes en España.

Diez años después, en 2025, la tienda de Primark en Gran Vía es la tienda más concurrida de la marca en España, con más de 5 millones de transacciones anuales.



Las *flagships stores*: donde la experiencia supera a la compra

¿Qué es una *flagship store*?

Es un establecimiento que no se plantea exclusivamente como un espacio funcional para la venta, sino como un entorno donde el diseño, la innovación y la estética tienen un peso tan relevante como el propio producto. A una *flagship store* no se va solo a comprar, sino a disfrutar de una experiencia.

¿Cómo es la tienda de Primark en Gran Vía?



Ubicación estratégica

La tienda de Primark en **Gran Vía 32** se ubica en una de las calles más icónicas y concurridas de Madrid, con un alto valor simbólico y comercial. Esta localización estratégica refuerza la exposición de la marca, maximiza la atracción de tráfico y convierte al establecimiento en un auténtico destino en sí mismo dentro de la ciudad.



Arquitectura y diseño

Ubicado en uno de los edificios más emblemáticos de la principal arteria comercial de Madrid, que cuenta a su vez con un largo recorrido en el sector de la moda ya que albergó los **Almacenes Madrid-París** desde 1924 hasta su cierre. La tienda conserva la esencia arquitectónica de la fachada y aprovecha el diseño interior histórico del edificio, ofreciendo una experiencia de compra única que la distingue de una tienda convencional.



Gran dimensión

Primark se caracteriza por su tamaño excepcional, con aproximadamente **12.500 m² distribuidos en cinco plantas**, el equivalente a dos campos de fútbol, muy superior al de una tienda convencional. Además, cuenta con un espacio adicional destinado a oficinas, que permite gestionar eficientemente la operativa de la tienda y en el que se ubica la **oficina regional de Primark Iberia** desde la cual se toman las decisiones de la compañía para España y Portugal.



Experiencia de compra completa

La tienda ofrece una experiencia única que combina moda, innovación y entretenimiento. Reúne **todas las colecciones de la marca**, incluidas líneas exclusivas y colaboraciones especiales. Su **innovadora instalación digital con 11 videowalls LED** transparentes y sonido envolvente crea una atmósfera inmersiva que refuerza la conexión con la marca. Además, actividades y elementos especiales, como decoraciones temáticas (por Navidad, Halloween, etc.), transforman cada visita en una experiencia memorable.



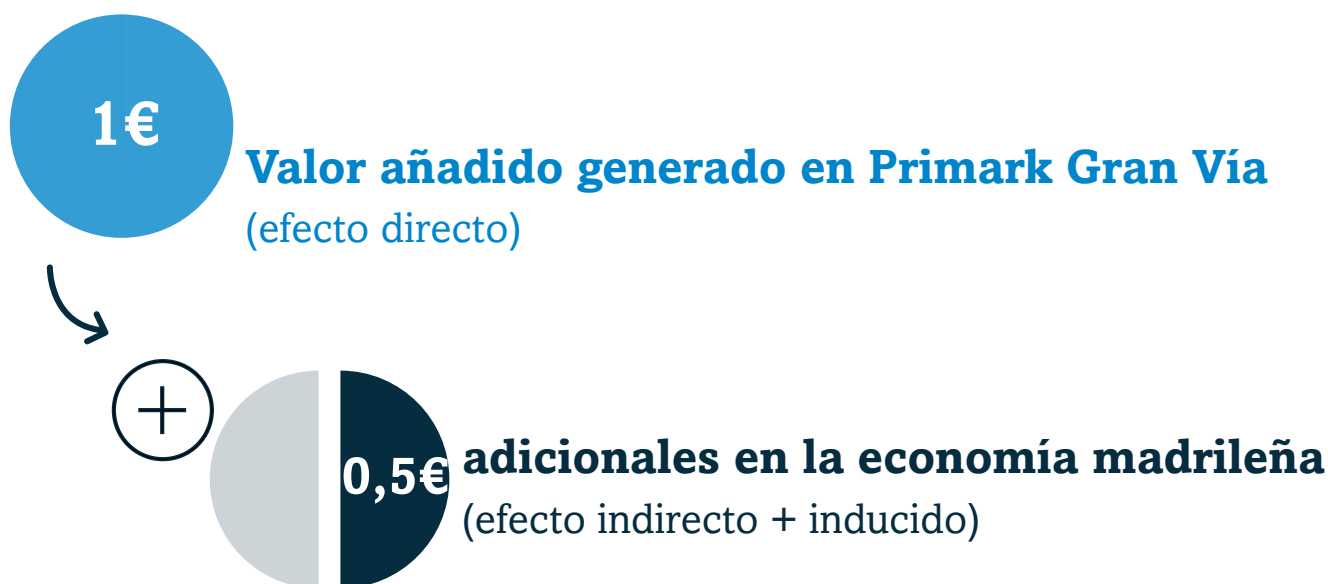
02.

Relevancia socioeconómica de la tienda de Primark Gran Vía

Primark Gran Vía contribuyó con más de 83 millones de euros al PIB en 2024

El **impacto económico total de Primark Gran Vía alcanzó un récord histórico en 2024**, superando los 83 millones de euros, al aunar el impacto económico en términos directos, indirectos e inducidos.

Así, **cada euro de valor añadido** generado directamente en la tienda de Primark Gran Vía **propicia la creación de 0,5€ adicionales** de manera indirecta e inducida sobre el conjunto del tejido empresarial.



El impacto de Primark Gran Vía también se refleja en términos de recaudación fiscal

La actividad comercial genera valor económico, y ese valor también se traduce en ingresos públicos. Como resultado de la intensa actividad económica de Primark Gran Vía, **se estima que el impacto total en los ingresos fiscales superó los 42 millones de euros en 2024** (suma de los efectos directos, indirectos e inducidos).



Las personas detrás de Primark Gran Vía

Una década de crecimiento, solo interrumpido por la pandemia

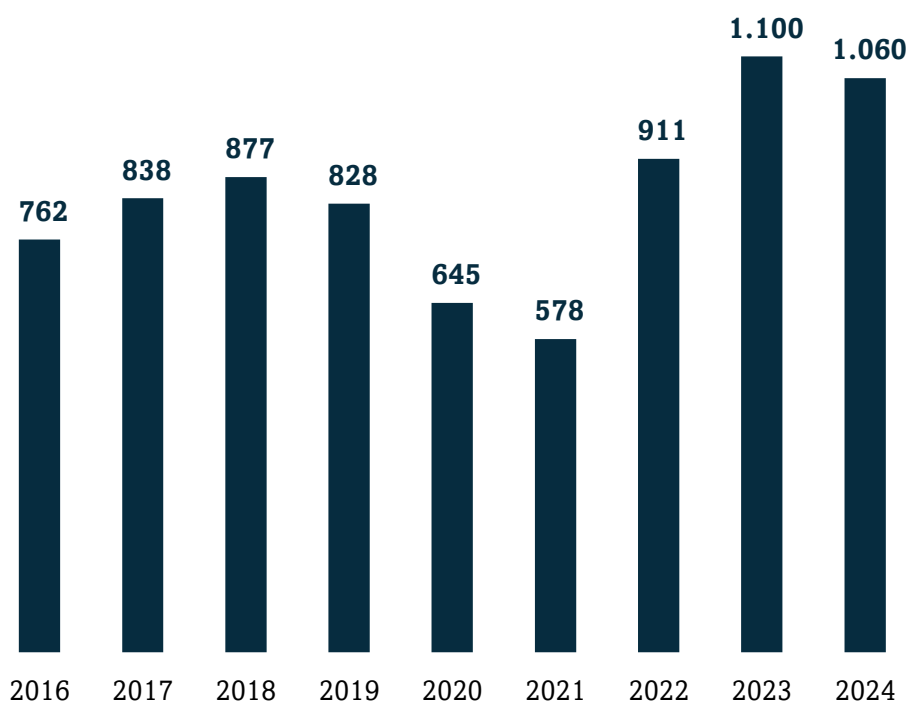
Durante sus diez años de presencia en la Gran Vía, la tienda de Primark ha contribuido de manera creciente al dinamismo laboral de la ciudad de Madrid.

Desde su apertura, el establecimiento ha incrementado el número de contrataciones en un 39%.

Únicamente las restricciones de actividad ligadas a la pandemia de COVID-19 supusieron un freno temporal a su expansión durante 2020 y 2021.

El establecimiento alcanzó en 2024 niveles máximos de empleo: más de 1.050 personas conformaron su plantilla (el equivalente al 0,7% de los afiliados en el distrito Madrid Centro).

Trabajadores de la tienda de Primark en Gran Vía



Fuente: Afi a partir de datos de Primark

Un equipo humano diverso y comprometido impulsa el funcionamiento de Primark Gran Vía

Actualmente, 1.060 personas trabajan en la tienda Primark de Gran Vía. El equipo es diverso en cuanto a género, generaciones, y nacionalidades, y destaca por su compromiso con la inclusión en el lugar de trabajo, un valor que también se refleja en su gama de moda asequible para todo tipo de consumidores, así como en su política de retención de talento. De forma que, 122 personas que formaron parte de la plantilla de apertura de la tienda de Gran Vía continúan trabajando en la compañía, algunas en puestos de dirección, otras en distintas tiendas de la marca y otras en funciones dentro de los equipos centrales.

3 de cada 4 personas empleadas en la tienda son mujeres y ocupan el 63% de los puestos de liderazgo

Superando al resto del comercio minorista (~60%) y al promedio de la economía (<50%).

49% Generación Z

Aportando juventud, experiencia y una diversidad generacional que enriquece el día a día de la tienda.

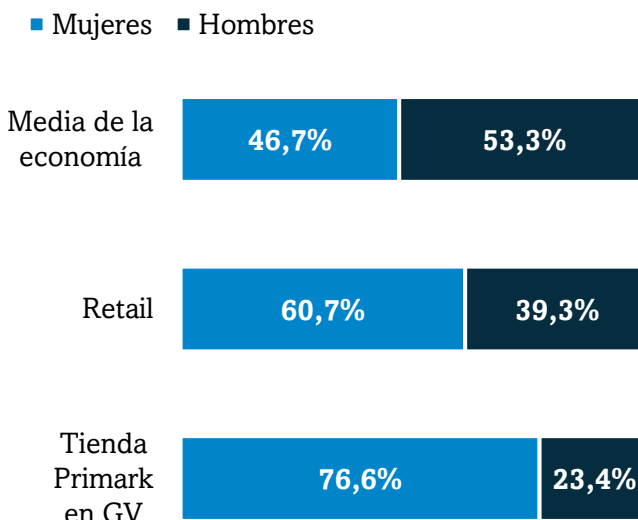
28 nacionalidades

Sumando diversidad cultural, experiencias y perspectivas de todo el mundo.

Inclusión de personas con talento diverso

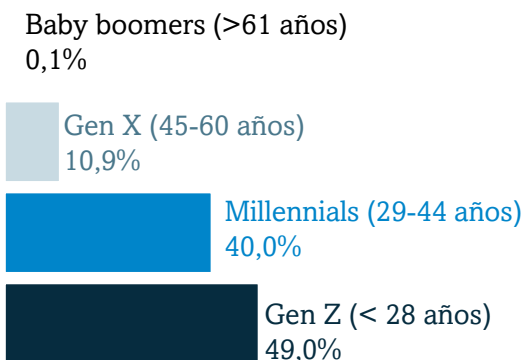
En colaboración con entidades especializadas y con el reconocimiento de organizaciones sociales.

Participación en el empleo (2025)



Fuente: Afi a partir de datos de Primark e INE

Edad de los empleados de Primark en Gran Vía (% sobre el total, 2025)



Fuente: Afi a partir de datos de Primark

El engranaje humano que impulsa la *Flagship* de Gran Vía

La combinación de su gran dimensión, el elevado flujo de clientes y una actividad que permanece las 24 horas del día más de 360 días al año, hacen que la estructura organizativa de la tienda de Primark en Gran Vía sea única dentro de la compañía.



Mayor equipo humano dedicado a gestión de tienda

General manager + 4 store managers, uno por cada planta de la *Flagship*, que se organizan según las áreas de producto vs. modelo habitual en otras tiendas: director de tienda + 1 único store manager



El reto y el éxito de todos ellos pasa **por trabajar de forma coordinada y dinámica** para garantizar el funcionamiento diario de un espacio que enfrenta situaciones diferentes cada día.

La **capacitación de los empleados** resulta esencial para formarles en herramientas y recursos útiles que les permita desempeñarse en la operativa de la tienda. Entre 2024 y 2025 los trabajadores han recibido **más de 3.850 horas en formación**.

A esta estructura de liderazgo singular se suman otros rasgos operativos característicos



50.000 horas anuales en tareas logísticas y de gestión de residuos, dedicadas por personal de empresas proveedoras cada noche: acceso de camiones a Gran Vía, descarga, distribución de palés por plantas, recogida y agrupación de residuos en menos de 3 horas.



Primer operador en utilizar camiones de gas natural bio-licuado para la reposición de stock y el reciclaje de residuos en la tienda en la zona centro de Madrid.



100 empleados propios trabajan cada noche para asegurar que todos los productos estén correctamente organizados y expuestos en cada planta para la apertura del día siguiente.



+ 7.300 horas dedicadas a mantenimiento de forma permanente, a diferencia de otras tiendas donde se recurre a servicios externos puntuales en caso de incidencia.



+ 36.500 horas de limpieza en horario nocturno.



Personal de seguridad permanente todos los días del año.

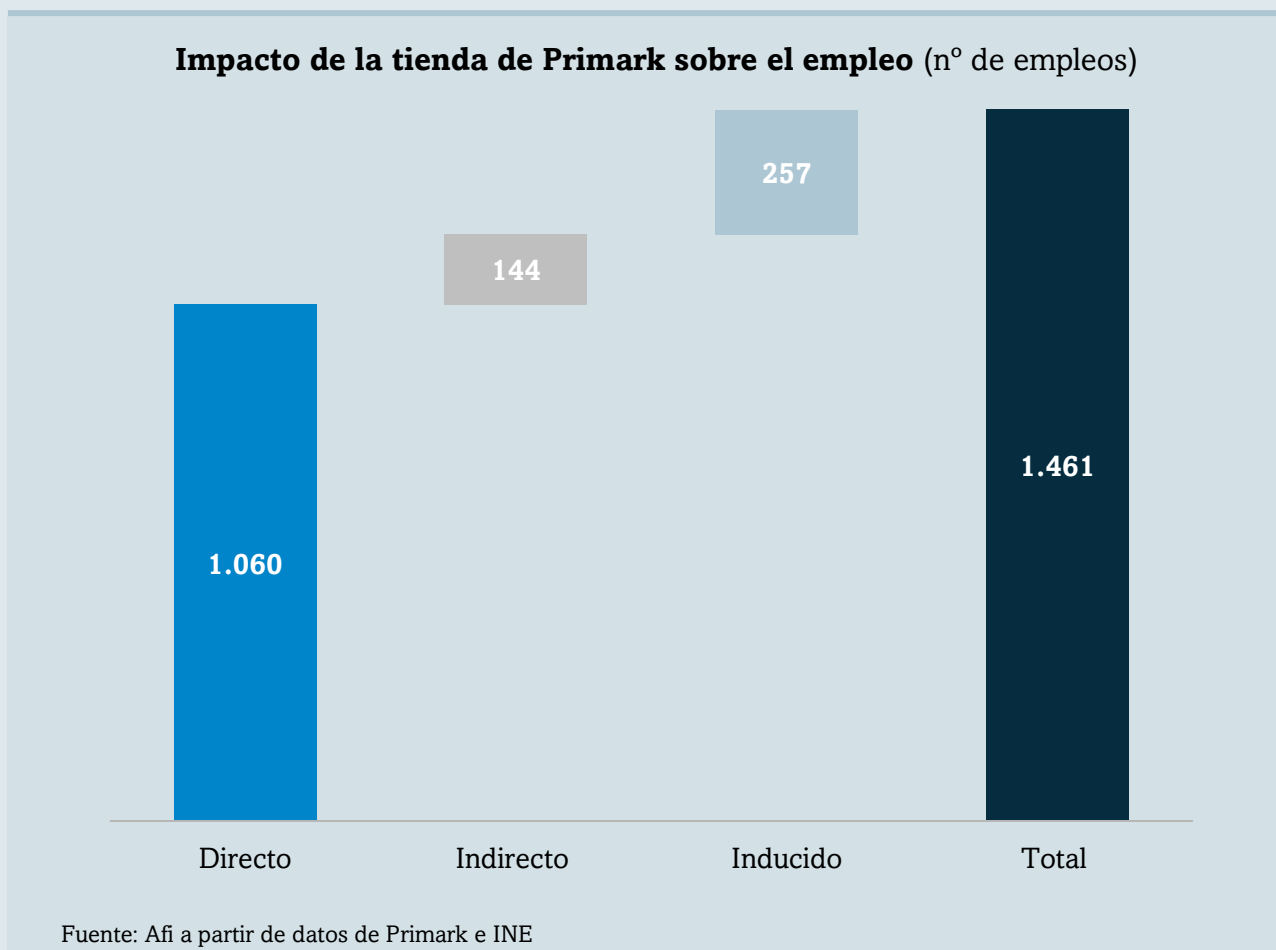
Cerca de 1.500 trabajadores dependen de la actividad de Primark Gran Vía

El aumento sostenido de la actividad de Primark en Gran Vía se ha traducido en un incremento de su plantilla directa. Al mismo tiempo ha favorecido el mantenimiento de puestos de trabajo en las empresas proveedoras (efecto indirecto) y en otros sectores de la economía a través del consumo de los trabajadores (efecto inducido, generado por el gasto de empleados en bienes y servicios que impulsan el empleo en otras actividades económicas).

De forma agregada, **se estima que durante el año 2024 alrededor de 1.460 empleos dependían directa, indirecta e inducidamente de la actividad de la tienda.** Esta cifra refleja la capacidad de un gran establecimiento comercial para dinamizar el mercado laboral más allá de su perímetro inmediato, generando efectos positivos en la cadena de valor y en el entorno económico urbano.

1  **empleo en Primark Gran Vía (efecto directo)**

1,4  **empleos en el mercado laboral madrileño (efecto directo + indirecto + inducido)**





03

Primark: en el origen de la revitalización de la Gran Vía de Madrid

Primark: pionera en el auge de las *flagships* en la Gran Vía madrileña

¿Cómo era la actividad comercial de la Gran Vía antes de la llegada de Primark?

El tramo de la Gran Vía situado entre Callao y Montera siempre ha sido uno de los principales ejes comerciales de la capital.

El panorama de esta calle en la víspera de la llegada de Primark mostraba una especialización de los locales en el ámbito textil, de restauración y otro tipo de ocio (libros, tecnología). Estos comercios contaban con un tamaño medio y ofrecían una experiencia de compra básica.

Cabe destacar el impacto que la crisis económica de 2008-2013 generó en la Gran Vía, lo que propició el cierre de establecimientos comerciales, muchos de los cuales aún permanecían en desuso en 2015.

¿Cómo Primark transformó esta importante arteria comercial?

La inauguración en la Gran Vía madrileña de la mayor tienda de moda de Primark en España marcó un punto de inflexión en el eje comercial más emblemático de la capital.

El éxito de la apertura de la tienda de Primark en 2015 trajo consigo un efecto imitación por parte de otras empresas del *retail* textil, que apostaron por este modelo de tienda ubicado en esta calle emblemática.

Desde entonces, y sobre todo tras la pandemia, en la Gran Vía han proliferado este tipo de establecimientos insignia, reforzando el papel de esta arteria como escaparate mundial del *retail*, atrayendo un gran flujo de visitantes, especialmente llegados desde fuera de la Unión Europea. Primark Gran Vía es la tienda española de la marca con mayor número de transacciones TaxFree. Así, desde hace más de una década la Gran Vía es un referente de compras para los turistas que acuden a la capital.



1987 – Zara

Hotel Alfonso XIII
Gran Vía, 34



2003 – H&M

Almacenes Madrid-París
Gran Vía, 32
Reforma en 2025



2015 - Primark

Almacenes Madrid-París
Gran Vía, 32



2022 - Uniqlo

Cine Avenida y Pasapoga
Gran Vía, 37



2023 – Urban Outfitters

Cine Rex
Gran Vía, 43



2023 – Nike

Teatro Fontalba
Gran Vía, 30

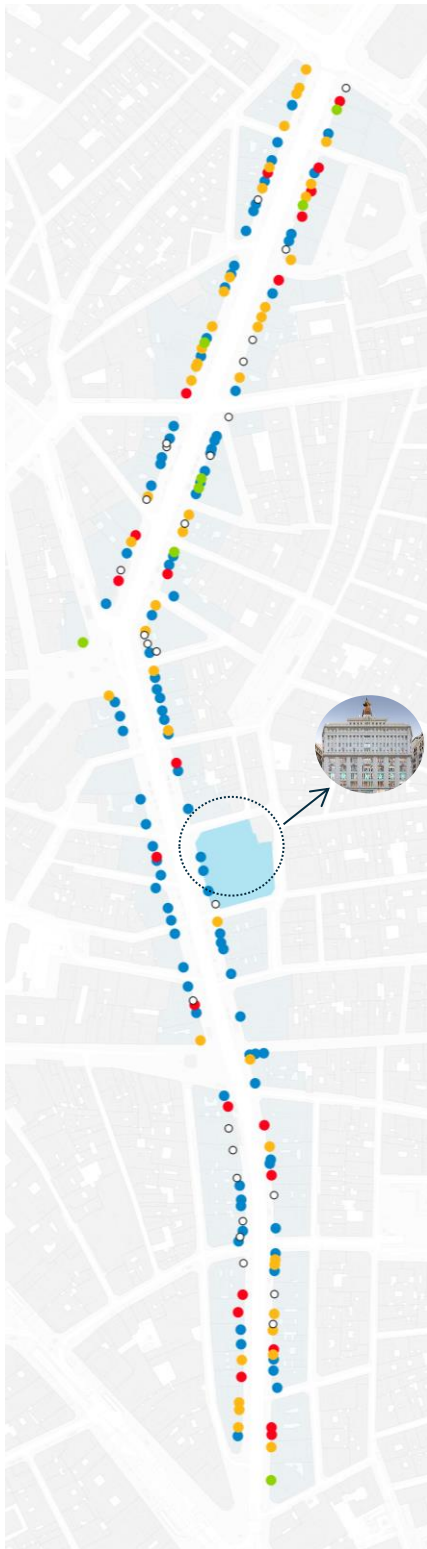


2024 – reforma Benetton

Edificio Capitol
Gran Vía, 41

Las *flagships stores* han estimulado el crecimiento de otras actividades en la Gran Vía

Locales en la Gran Vía (2025)



La modernización de la oferta de *retail* textil de la Gran Vía propiciada por las *flagships store* ha beneficiado al conjunto del tejido empresarial de la Gran Vía, que ha experimentado una expansión sin precedentes.

Restaurantes y Comercios

El número de comercios y de restaurantes en la Gran Vía ha crecido notablemente entre 2015 y 2025. Los restaurantes han duplicado su presencia, pasando de 46 a 90 locales. Por su parte, el sector comercial ha incrementado su representación incrementándose de los 101 hasta los 186 locales en 10 años. Conjuntamente ocupan dos tercios de los locales abiertos.

Hoteles

El número de hoteles en la Gran Vía se ha multiplicado por cuatro desde 2015, pasando de 12 a 46 establecimientos en esta arteria. Además del alojamiento, los hoteles de la Gran Vía destacan por su oferta de ocio y experiencias, en gran parte gracias a las terrazas en azoteas (*rooftops*) que hoy en día generan un gran interés tanto a turistas como a residentes.

94%

crecimiento del número de locales activos en la Gran Vía entre 2015 y 2025

Actividades de los locales en la Gran Vía

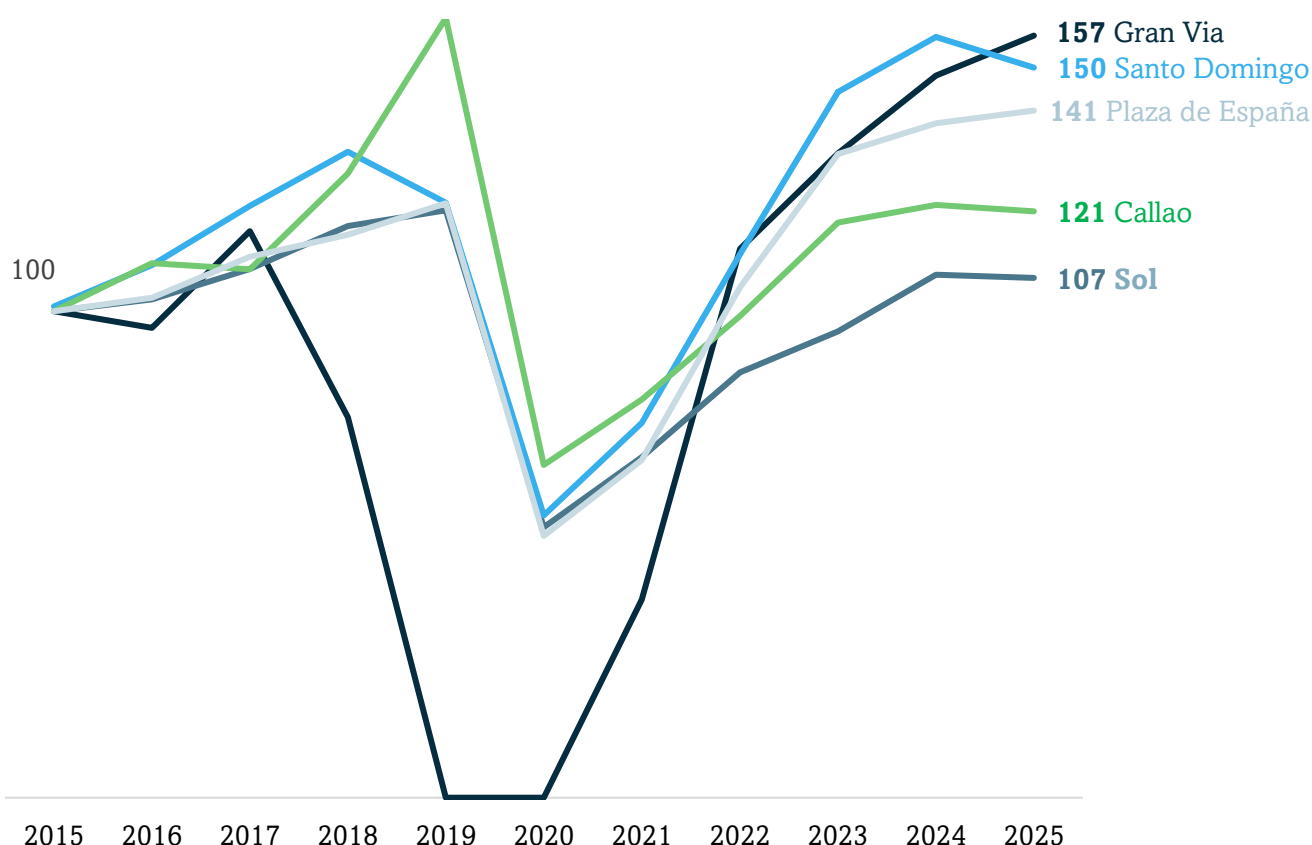
- Comercio
- Espectáculos
- Restauración
- Hoteles
- Otros

La creciente actividad comercial atrae cada vez a más personas a Gran Vía

La Gran Vía resulta atractiva para los residentes cercanos, pero sobre todo para aquellos ciudadanos que carecen de estas tiendas y restaurantes en sus barrios. Así, el transporte público resulta clave para conectar la oferta comercial de la Gran Vía con la demanda del conjunto de la población (tanto turistas como residentes).

Los datos disponibles apuntan a un incremento notable del volumen de pasajeros en todas las estaciones del centro de la capital. No obstante, entre las estaciones analizadas destaca el caso de la Gran Vía (estación más cercana a Primark), cuyos viajeros han aumentado un 57% desde la apertura de la tienda. Esto resulta más llamativo a pesar de haber sufrido una importante reforma durante dos años.

Tráfico en una selección de estaciones de metro de Madrid (2015=100)



Notas:

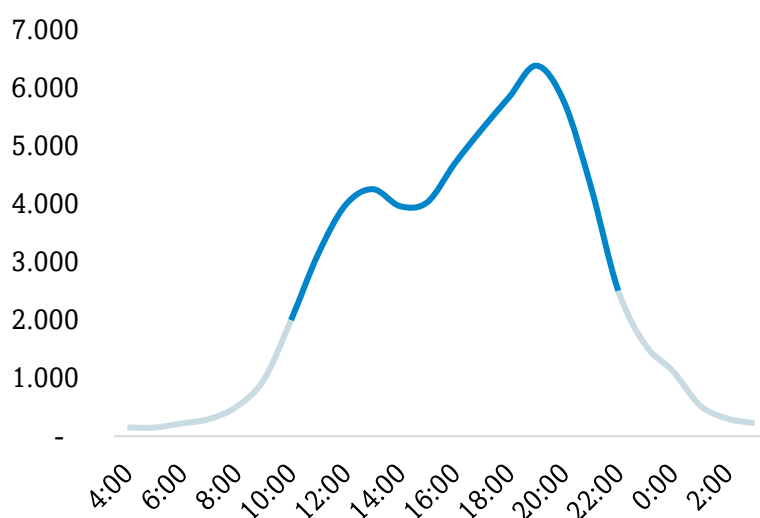
- (1) Entre junio de 2018 y septiembre de 2021, la estación de Gran Vía permaneció cerrada por obras.
- (2) Las cifras de 2025 corresponden a los meses entre enero y junio.

Fuente: Afi a través de Metro de Madrid

Los peatones por Gran Vía se concentran durante el horario comercial

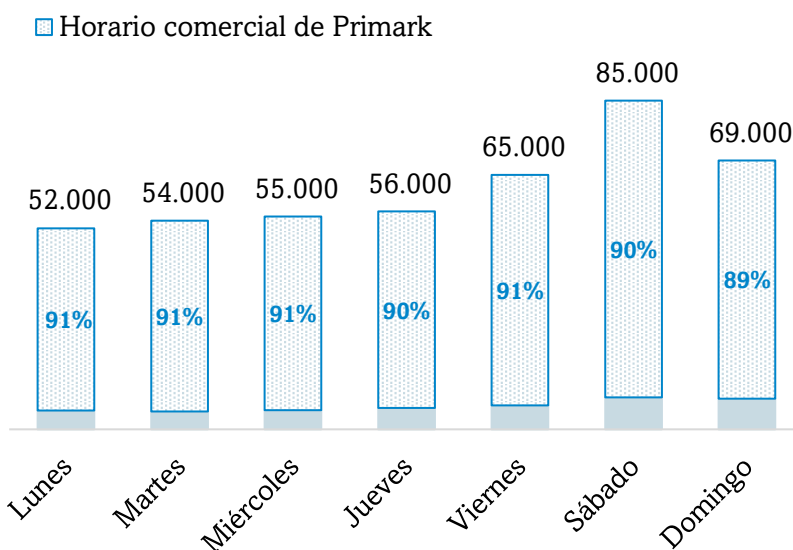
El interés arquitectónico, comercial y de ocio convierten a la Gran Vía madrileña en un referente tanto para turistas nacionales como internacionales. Actualmente ocupa el primer puesto entre las calles comerciales europeas con mayor afluencia media².

Distribución de los peatones por Gran Vía 34 en un día promedio (personas, 2024)



Nota: En azul, el horario comercial de Primark Gran Vía

Peatones diarios por Gran Vía 34 (personas, 2024)



Fuente: Afi a través del Ayuntamiento de Madrid

+ 62.200 peatones diarios

~ equivalente al total de asistentes al Estadio Metropolitano cada dos semanas

El 90% de este flujo se concentra en el horario comercial

Más de 150.000 personas acuden a la Gran Vía en fin de semana

35% del total de peatones que transita esta calle cada semana

El **sábado a las 19.00 de la tarde** se posiciona como el momento de la semana con mayor afluencia

² Análisis comparativo de Madrid a escala internacional (Madrid Futuro, 2024)

La actividad comercial ha impulsado la reforma urbana de la Gran Vía

El incremento del atractivo de la Gran Vía como destino de compras, ocio y hostelería, entre otros fenómenos, impulsado por la llegada de *flagships*, junto con la consiguiente afluencia de personas, hicieron necesaria una modernización del entorno urbano de la calle, con el objetivo de mejorar la experiencia de tránsito por esta arteria.

Así, el Ayuntamiento de Madrid impulsó en 2018 una reforma urbanística de la Gran Vía que se reflejó en:



La **ampliación de las aceras en 6.800 m²** (+31% de espacio peatonal), redistribuyendo el espacio urbano para priorizar el tránsito peatonal. Esto implicó una reducción y reordenación de los carriles de carretera, que pasaron de seis a cuatro en la mayor parte de la calle.



La habilitación de **seis nuevos pasos de peatones** a lo largo de la avenida, mejorando el tránsito peatonal entre aceras y la accesibilidad a personas con movilidad reducida.



La **instalación de nuevos bancos, fuentes y árboles** para crear zonas de descanso en puntos estratégicos de la calle.

Esta reconfiguración del espacio público situó al viandante en el centro y generó un nuevo impulso sobre la afluencia de peatones. Tras la reforma, la Gran Vía alcanzó una media diaria superior a los 90.000 viandantes entre las dos aceras de la arteria, con picos de hasta 180.000 peatones por día en las navidades inmediatamente posteriores a la reforma.



04.

El futuro de Primark como referente comercial en el centro de Madrid

Primark Gran Vía continuará invirtiendo para mejorar la experiencia del consumidor

Con el objetivo de mantenerse como referente en el sector de la moda tanto en Madrid como a nivel internacional, Primark busca ofrecer a sus clientes una propuesta de valor positiva, que tiene su origen en sus productos pero que incluye también el ambiente de la tienda, su entorno y la contribución a la generación de empleo local, que juntos construyen la experiencia de compra completa.

En este sentido, la *Flagship* de Gran Vía no se queda atrás y ya ha planteado un ambicioso proyecto de mejora que combina la renovación de sus espacios con la modernización de la experiencia de compra, preservando la estética y el carácter único del edificio.



Mantenimiento y renovación del edificio

Dentro del proyecto de modernización, se busca conservar las singularidades del edificio, adaptándolo a las necesidades actuales

- Instalación de nuevas puertas, orientadas a mejorar la eficiencia energética.



Mejoras en la experiencia del cliente

El proyecto contempla optimizar la experiencia de compra mediante la modernización de los espacios y equipamientos de la tienda.

- Reacondicionamiento de probadores, incorporación de elementos clave de equipamiento con el objetivo de agilizar la atención y mejorar la comodidad del cliente.
- La tienda seguirá ofreciendo colecciones completas, colaboraciones especiales y líneas cápsula, asegurando que los visitantes disfruten de novedades y productos exclusivos en cada visita.

El futuro de Primark como referente comercial en el centro de Madrid

Y en 2026 Primark cumplirá 20 años en España

Inicio de la actividad en España y Madrid

Primark abrió su primera tienda en España en 2006, en el centro comercial Plenilunio de Madrid. En sus inicios sumó cinco establecimientos más en grandes complejos de la periferia, priorizando espacios amplios, accesibles y orientados a un público familiar y de proximidad.

La marca inaugura su primera *flagship*

En 2015, la compañía aterrizó en la Gran Vía madrileña, inaugurando así el formato *flagship* y marcando un hito en su trayectoria comercial en España.

Esta tipología de establecimiento, especialmente exitoso en el mercado español dada la predisposición al consumo en locales a pie de calle, no se limita a la venta, si no que persigue reforzar la presencia de la marca en un enclave estratégico.

Continúa la expansión

En los posteriores diez años, Primark ha continuado su expansión tanto en centros comerciales como en otras grandes calles del territorio nacional (Plaza de Cataluña en Barcelona, la Gran Vía de Bilbao, Conde de Peñalver en Madrid y Ruzafa en Valencia).





Referencias y fuentes de información



Referencias y fuentes de información

Literatura académica

Área de Gobierno de Medio Ambiente y Movilidad (2022)

Plan de Movilidad Sostenible Madrid 360. Hacia una movilidad sostenible, saludable, segura y “Smart” en la ciudad de Madrid.

Zárate M. A. y García F. A. (2016).

La Gran Vía madrileña, de reforma urbana a paisaje cultural para el ocio y el turismo. Boletín de la Real Sociedad Geográfica.

Ayuntamiento de Madrid y BBVA (2019).

Efectos del gasto Navidad 2018-19: Gran Vía y Madrid Central.

Madrid Futuro (2024).

Análisis comparativo de Madrid a escala internacional.



Referencias y fuentes de información

Fuentes de datos

Fuentes secundarias

Instituto Nacional de Estadística (INE).

Encuesta Estructural de Empresas (EEE), Encuesta de Población Activa (EPA), Tablas Input-Output, Contabilidad Nacional Anual, Contabilidad Nacional Regional.

Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid.

Tabla Input-Output, recaudación TGSS.

Ministerio de de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones (MISSM).

Datos de afiliación a la Seguridad Social e ingresos por Cotizaciones Sociales.

Ministerio de Hacienda.

Ingresos tributarios de la Agencia Tributaria.

Ayuntamiento de Madrid.

Cuentas económicas municipales, Censo de locales, Metro de Madrid, Aforos de peatones

Fuentes primarias

Datos propios de Primark



Anexo: glosario de términos

Glosario de términos

- **Materiales para su reventa:** Adquisición de prendas de vestir, calzado y accesorios por parte de Primark Gran Vía a su matriz. Operaciones intragrupo.
- **Producción: Diferencia** entre la facturación y la compra de materiales para su reventa. Mide la actividad real generada por la tienda de Primark Gran Vía.
- **Consumos intermedios:** Gastos en los que incurre la tienda de Primark en su operativa diaria: mantenimiento, suministros de luz, agua, internet, seguridad, limpieza, alquiler, etc).
- **Valor añadido: Diferencia** entre la producción y los consumos intermedios. Mide la contribución directa de la tienda de Primark Gran Vía, ignorando la contribución de sus proveedores (mantenimiento, limpieza, seguridad, etc.). Es equivalente al impacto económico
- **Impacto económico directo:** Equivalente al valor añadido generado por Primark Gran Vía.
- **Impacto económico indirecto:** Valor añadido generado por los proveedores de Primark Gran Vía gracias a sus operaciones con la tienda. Se obtiene mediante la diferencia entre los ingresos que obtienen los proveedores por los servicios ofrecidos a Primark Gran Vía y sus respectivos consumos intermedios. Mide el efecto de arrastre que Primark Gran Vía ejerce sobre su cadena de valor.
- **Impacto económico inducido:** Valor añadido generado en el conjunto de la economía gracias al consumo de los trabajadores de Primark y de los trabajadores empleados en las empresas proveedoras. Mide el impulso económico que el mantenimiento de empleo y el pago de salarios ejerce sobre otras actividades económicas.



Gracias