



Madrid, 23 de diciembre de 2024

Según el estudio de gasto con tarjeta Mastercard de Mad Cool, los conciertos de Taylor Swift y Bruce Springsteen, el Open de Golf y el Mutua Madrid Open

Los grandes eventos celebrados en Madrid en 2024 incrementaron el gasto en la ciudad y favorecieron la descentralización turística

- El gasto total durante la semana de celebración de Mad Cool aumentó un 18 % respecto a la misma semana del año anterior, siendo el evento con mayor incremento seguido de los conciertos de Taylor Swift (13 %) y Bruce Springsteen (12 %)
- El gasto total en hoteles creció un 31 % durante los días del concierto de Taylor Swift respecto al mismo periodo de 2023
- Los principales mercados por volumen de gasto internacional durante las semanas de celebración de los cinco eventos fueron Reino Unido, Estados Unidos, Alemania, Países Bajos y México
- Los distritos de Centro y Salamanca concentraron el mayor volumen de gasto internacional en estas citas, seguidos por Tetuán, Retiro y Villaverde

Las grandes citas musicales y deportivas que acogió Madrid en 2024 tuvieron un impacto positivo en la economía y el turismo de la capital, según el estudio de gasto con tarjeta Mastercard realizado para el Área Delegada de Turismo de cinco grandes eventos: el festival Mad Cool, los conciertos de Taylor Swift y Bruce Springsteen, el Open de Golf y el Mutua Madrid Open.

Durante la semana de celebración de estos eventos, el gasto total nacional y extranjero en Madrid aumentó respecto a la misma semana de 2023. El mayor incremento se produjo durante el Mad Cool (18 %), seguido por los conciertos de Taylor Swift (13 %) y Bruce Springsteen (12 %). También se registró una variación positiva en los datos de gasto total del día del evento respecto a la misma jornada del año anterior, con un aumento del 23 % para Mad Cool (13 de julio), un 15 % para Bruce Springsteen (17 de junio), un 24 % para Taylor Swift (30 de mayo), un 12 % para el Open de Golf (29 de mayo) y un 35 % para el Mutua Madrid Open (29 de abril).

La concejala delegada de Turismo, Almudena Maíllo, ha destacado que “Madrid ha demostrado su capacidad para ofrecer grandes eventos que refuerzan el atractivo turístico de la ciudad, especialmente para el visitante internacional”. Maíllo ha

Dirección General de Comunicación

Calle Montalbán nº1 Planta 3

Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es

twitter: [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)

facebook: [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

teléfono: +34 91 588 22 40

mail: prensa@madrid.es

web: madrid.es



señalado que “este estudio pone en valor cómo estos eventos impulsan un turismo de experiencias y de calidad, dinamizan la economía de la ciudad y permiten la descentralización de los flujos turísticos entre los distritos de Madrid”. Según ha afirmado la concejala delegada de Turismo, “todos estos ingredientes afianzan a Madrid como un destino turístico de primer nivel”.

Maíllo ha subrayado que “la respuesta del turismo internacional, con mercados clave como Reino Unido, Estados Unidos, Alemania, Países Bajos y México, demuestra el atractivo de Madrid como ciudad de experiencias. Estos datos nos reafirman en nuestro modelo de turismo equilibrado y sostenible, que prioriza la calidad y el respeto a la comunidad local. Seguiremos trabajando -ha asegurado- para que Madrid sea mucho más que un destino, un lugar donde vivir experiencias memorables que dejen una huella positiva en nuestra ciudad.”

El alojamiento fue, en general, el subsector turístico con mayor incremento de gasto total, con aumentos de entre el 10 % y el 25 % respecto a la misma semana de 2023. Además, destaca el crecimiento del 31 % de gasto total en hoteles durante los días del concierto de Taylor Swift en comparación con los mismos días del año anterior.

Atractivos para el turismo internacional

Estas destacadas citas suponen un gran atractivo internacional para Madrid, estimulando la atracción de turismo extranjero en la capital y elevando la calidad de la experiencia en el destino. Los principales mercados por volumen de gasto internacional durante las semanas de celebración de los cinco eventos fueron Reino Unido, Estados Unidos, Alemania, Países Bajos y México. Excepto Países Bajos, todos estos mercados se sitúan en el top 10 de emisores de visitantes internacionales a la capital.

La evolución del volumen de gasto internacional por países respecto a la semana previa al evento fue especialmente favorable en el mercado estadounidense con incrementos de entre el 16 % y 18 % en Mad Cool y los conciertos de los dos artistas estadounidenses. Estados Unidos fue también uno de los países con mejor *ticket* medio en las semanas de los cinco eventos, con un importe por encima de los 50 euros por encuentro.

La restauración y el alojamiento fueron las partidas a las que se dirigió la mayor parte del gasto internacional en todas estas citas, con un 16-18 % y un 12-14 % de volumen de gasto, respectivamente. En mercados como el estadounidense, el mexicano, el británico y el alemán el gasto también se destinó a compras (moda y

Dirección General de Comunicación

Calle Montalbán nº1 Planta 3

Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es

twitter: [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)

facebook: [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

teléfono: +34 91 588 22 40

mail: prensa@madrid.es

web: madrid.es



supermercados) y, en el caso de Italia y Países Bajos, a ocio. Al margen de estas categorías, es significativo el crecimiento de gasto en joyería para los eventos de Bruce Springsteen (41 %), Taylor Swift (40 %) y el Mutua Madrid Open (9 %).

Descentralización del turismo

Otro de los grandes beneficios de la celebración en Madrid de estos eventos musicales y deportivos es la desestacionalización y descentralización del turismo en la capital. Un objetivo alineado con la estrategia turística municipal que promueve un modelo turístico de calidad con un desarrollo equilibrado, sostenible y respetuoso con la comunidad local.

Los distritos de Centro (21-23 %) y Salamanca (16-18 %) fueron los que concentraron el mayor volumen de gasto internacional en los cinco eventos analizados, seguidos por Tetuán, que aparece tercero en citas como Mad Cool y el concierto de Bruce Springsteen debido al aumento de la presencia de viajeros de Reino Unido y Alemania. En el resto de los eventos aparece Retiro (9 %), a consecuencia del incremento de visitantes de Estados Unidos, Italia y México. En quinto lugar, se sitúa el distrito de Villaverde para todos los encuentros. /

Dirección General de Comunicación

Calle Montalbán nº1 Planta 3
Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es

twitter: [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)

facebook: [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

teléfono: +34 91 588 22 40

mail: prensa@madrid.es

web: madrid.es