



Madrid, 17 de enero de 2025

La capital espera cerrar 2024 con 11,2 millones de visitantes y un gasto internacional de 16.141 millones de euros, un 21 % más que el año anterior

Madrid firma su mejor año turístico y refuerza su proyección internacional de cara a 2025

- Madrid, elegida como el segundo destino turístico más atractivo del mundo, ha implementado un modelo de turismo de calidad que le permite rentabilizar el incremento del turismo internacional
- Estados Unidos se confirma como el principal mercado emisor internacional, seguido de Italia y Francia, mientras China protagoniza el mayor crecimiento con un 78,77 % más de visitantes que en 2023
- La capital plantea un 2025 basado en la gestión turística, la innovación tecnológica y el turismo de experiencias
- La ciudad invita en su stand de FITUR a imaginar y vivir el Madrid de 2035, una ciudad dinámica, moderna, sostenible y orgullosa de su identidad, que combina tradición y vanguardia

La concejal delegada de Turismo del Ayuntamiento de Madrid, Almudena Maíllo, ha hecho balance turístico de Madrid en 2024, el mejor año de la historia de la capital con un cierre estimado de 11,2 millones de visitantes con un gasto internacional de 16.141 millones de euros, un 21 % más que en 2023. Estos resultados consolidan la proyección internacional de Madrid, que ha sido elegida como el segundo destino urbano más atractivo del mundo según Euromonitor.

Además, la concejal ha presentado las líneas maestras y novedades del área para 2025, un año que estará marcado por la gestión inteligente del destino, consolidando la desestacionalización y descentralización, así como por la innovación tecnológica, la puesta en valor de la Semana Santa, el inicio del proyecto del barrio chino de Madrid en Usera y la medición y compensación de la huella de carbono de la actividad turística.

En su presentación, Maíllo ha desvelado la propuesta de la capital en FITUR, que invita a imaginar y descubrir el Madrid de 2035, una ciudad dinámica, moderna, sostenible y orgullosa de su identidad.

El turismo internacional impulsa un crecimiento sostenible y de calidad

De acuerdo con las previsiones, Madrid alcanzará 11.211.373 visitantes, un 5,5 % más que en 2023, y 23.297.638 pernoctaciones, un 4,7 % más que el año anterior.

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



El gasto total internacional es de 16.141 millones de euros, un 21 % más que en 2023. Para Maílló, estos datos “consolidan un modelo de crecimiento sostenible y de calidad que convierte al turismo en uno de los sectores productivos más importantes de Madrid”.

El crecimiento del turismo internacional en visitantes, un 8,8 % más que en 2023, y en pernoctaciones, un 7,6 %, refuerza su importancia al suponer el 56 % del turismo que recibe Madrid. Entre los países, destaca Estados Unidos, seguido de Italia, Francia, Reino Unido, México, Alemania, Portugal y China.

Precisamente, el país asiático es el gran protagonista de 2024, con un incremento de visitantes de un 78,77 % más que el año anterior. Maílló ha destacado que “la apuesta estratégica de Madrid por los mercados asiáticos está funcionando”. En este sentido, la concejal delegada de Turismo ha señalado que “países como China, Japón o Corea del Sur son esenciales para Madrid al distinguirse por su turismo de alto impacto, ya que aprecian la oferta cultural, de ocio, el turismo de compras y el estilo de vida tan apasionante de Madrid”.

2025, el año de la gestión turística de Madrid

La concejal delegada de Turismo ha desvelado las líneas maestras del sector para este 2025, que se articulan sobre cuatro ejes denominados “365 días de Madrid”, “Esto también es Madrid”, “Madrid [re]imaginado” y “Tú y Madrid” que desarrollarán la desestacionalización, descentralización, innovación turística y el turismo de experiencias, respectivamente. Todo ello, siguiendo el modelo de colaboración público-privada entre el Ayuntamiento de Madrid, otras instituciones y empresas y asociaciones que permite involucrar a todo el sector en el desarrollo sostenible del turismo en la capital.

En el eje “365 días de Madrid”, Maílló ha destacado los grandes momentos en los que el visitante podrá descubrir Madrid a lo largo del año, que incluyen la Semana Santa, que tiene como objetivo ser declarada Bien de Interés Turístico Regional; las fiestas populares madrileñas, el Año Nuevo Chino o la Navidad, así como el inicio de la temporada de musicales en la ciudad.

Con el eje denominado “Esto también es Madrid”, el Ayuntamiento fomentará los activos turísticos de distritos como Usera, en el que después del verano se iniciará el proyecto del barrio chino de Madrid; Carabanchel, el espacio del arte madrileño; se fomentarán cinco nuevas rutas gastronómicas por distritos; así como la puesta en valor de las Quintas de recreo.

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



En “Madrid [re]imaginado”, se desarrollará un nuevo ecosistema digital para ofrecer una experiencia personalizada al visitante, incluyendo una nueva web. Asimismo, Madrid continuará implementando, con los Fondos Next Gen UE, un destino más sostenible, con el programa de medición y compensación de la huella de carbono de la actividad turística; y la adopción de la Inteligencia Artificial, después del éxito de la plataforma VisitMadridGPT, que fue premiada en los galardones Smart Travel.

Por último, “Tú y Madrid” abordará el turismo de experiencias con grandes eventos como la Fórmula 1, que será protagonista del stand madrileño en FITUR; el partido de la liga regular de la NFL, el Mutua Madrid Open o la Vuelta a España; los festivales musicales como Mad Cool, Tomavistas o los conciertos de verano; y Madrid Unique Destination, el club de turismo de alto impacto que cuenta ya con 52 socios entre empresas y asociaciones y que desplegará sus primeras acciones a lo largo del año.

Un stand de FITUR para proyectar el Madrid del futuro

Asimismo, la concejal delegada de Turismo, Almudena Maíllo, ha presentado las principales novedades del stand madrileño en la Feria Internacional de Turismo, FITUR, que este año se celebra del 22 al 26 de enero y que reunirá a 250.000 asistentes y a 156 países participantes. El stand del Ayuntamiento y la Comunidad de Madrid promocionará en el pabellón 9 de IFEMA MADRID el Madrid de 2035, dinámico, moderno, sostenible y orgulloso de su identidad.

En este espacio expositivo de 1.848 metros cuadrados el visitante podrá descubrir la visión del futuro de la ciudad bajo un cielo cálido que será el protagonista al actuar como nexo de unión entre el pasado, presente y futuro de Madrid. El stand incorpora experiencias inmersivas con la Fórmula 1 como protagonista.

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