Madrid, 23 de abril de 2025

Organizado por el Área Delegada de Turismo, reúne hoy a más de 550 profesionales del sector en el hotel Meliá Castilla

Almeida presenta la Estrategia de Descentralización y Movilidad Turística de la capital en el III Foro de Turismo Ciudad de Madrid

- **El Plan de Descentralización Turística se lanza con 22 zonas turísticas**
- **La Estrategia de Movilidad Turística nace para mejorar los servicios ofrecidos a los visitantes y el sistema de transportes de la ciudad**
- **Madrid es el segundo destino más atractivo del mundo con más de 16.117 millones de euros en gasto internacional y 23,3 millones de pernoctaciones**

El alcalde de Madrid, José Luis Martínez-Almeida, ha inaugurado la tercera edición del Foro de Turismo Ciudad de Madrid, organizado por el Área Delegada de Turismo. Bajo el lema 'Claves para gestionar un destino urbano global', el alcalde ha presentado los nuevos planes de descentralización y de movilidad turística de la capital ante los más de 550 asistentes del sector turístico a este foro, que se celebra hoy en el hotel Meliá Castilla.

Almeida ha destacado el momento excepcional que vive la capital como destino turístico internacional: "En un entorno global de incertidumbre, Madrid se ha constituido como un referente de estabilidad en el ámbito turístico", un logro que es fruto del compromiso conjunto entre la administración, el sector privado y los propios madrileños.

Durante su intervención, el alcalde ha puesto en valor los resultados obtenidos en 2024, con más de 16.117 millones de euros en gasto internacional y 23,3 millones de pernoctaciones, lo que consolida el modelo de turismo sostenible y de calidad que impulsa el Ayuntamiento. "Estos datos nos permiten elegir el tipo de turismo que queremos: uno que se enamore de Madrid, que respete nuestras tradiciones y que genere riqueza y bienestar para todos", ha señalado, sin olvidar que el Consistorio tiene el foco puesto en el turismo de largo recorrido y larga duración.

Almeida ha aprovechado la cita para avanzar los tres grandes ejes en los que trabaja el Ayuntamiento de Madrid para fortalecer ese modelo: el Plan RESIDE para controlar los pisos turísticos ilegales y la nueva Estrategia de Movilidad Turística,

Dirección General de Comunicación
Calle Montalbán nº1 Planta 3
Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es
twitter: @MADRID
facebook: @ayuntamientodemadrid

teléfono: +34 91 588 22 40
mail: prensa@madrid.es
web: madrid.es

presentada por el delegado de Urbanismo, Medio Ambiente y Movilidad, Borja Carabante, y el Plan de Descentralización Turística, liderado por la concejala delegada de Turismo, Almudena Maíllo, que ampliará el impacto positivo del turismo a todos los barrios de Madrid. “Madrid es hoy el segundo destino más atractivo del mundo y el primero en el ámbito de los negocios y nuestra responsabilidad es seguir creciendo en calidad, conservando el equilibrio que nos define”, ha subrayado Almeida. Para seguir en este “círculo virtuoso”, la mejor receta, según el alcalde, es “el talento inmenso que tenemos, la creatividad en el sector turístico y la generación de sinergias” para que Madrid siga siendo el referente que es ahora.

Madrid consolida su modelo turístico de calidad en 2024

Almudena Maíllo ha presentado en el foro una radiografía completa del sector turístico en Madrid en 2024, recogida en el Anuario de Turismo de Madrid 2024, una publicación clave que permite analizar con precisión la evolución del modelo turístico de la capital. “La mejor manera de pensar en el futuro es observar con lupa el presente”, ha señalado Maíllo, quien ha recordado que el turismo madrileño ha cerrado un año histórico con 11,2 millones de visitantes y 23 millones de pernoctaciones, cifras que reflejan una apuesta firme por el crecimiento en calidad.

La concejala delegada ha destacado un dato que pone en valor este salto en calidad: un millón más de pernoctaciones que han generado un incremento del 21 % en el gasto internacional. “Hemos superado los objetivos marcados en nuestro primer plan estratégico, desestacionalizando el turismo y mejorando la sostenibilidad del modelo”, ha señalado Maíllo, quien ha indicado que “Madrid supera los 900.000 viajeros mensuales en nueve de los doce meses del año”.

El éxito de esta estrategia se apoya en cuatro pilares clave: el turismo internacional, el de alto impacto, el de reuniones y congresos (MICE por sus siglas en inglés) y el turismo de experiencias. En estos seis años, Madrid ha sido capaz de consolidarse como una ciudad que atrae a los viajeros de alto impacto. Así, el número de viajeros del consorcio Virtuoso que eligen Madrid ha aumentado un 88 % desde 2019, con un gasto medio de 12.867 euros por persona. La capital ha sido reconocida durante seis años consecutivos como el mejor destino del mundo en congresos y reuniones por los World Travel Awards. Este turismo de negocio ha permitido aumentar la estancia media de los asistentes internacionales hasta las 4,5 noches con un gasto medio de 1.686 euros, más del doble que el del visitante nacional.

Madrid ha sabido también explorar su ventaja competitiva como capital mundial de las experiencias. Su amplia agenda cultural y deportiva, con eventos como el Mutua

Dirección General de Comunicación
Calle Montalbán nº1 Planta 3
Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es
twitter: @MADRID
facebook: @ayuntamientodemadrid

teléfono: +34 91 588 22 40
mail: prensa@madrid.es
web: madrid.es

Madrid Open, los Premios Laureus, y las futuras llegadas de la NFL y la Fórmula 1 han generado un impacto directo de 1.539 millones de euros en la economía local. A ello se suma la oferta gastronómica.

La consolidación del modelo turístico de calidad ha destacado la atracción inversora de Madrid, que se ha traducido en un incremento del 30 % en la planta hotelera de cinco estrellas en los seis últimos años, situando a la ciudad como el destino de inversión hotelera más importante de Europa. Este desarrollo se traduce en empleo y bienestar para la ciudad: el sector hotelero da trabajo a más de 13.000 familias y cada cama en un hotel de cinco estrellas genera hasta 35 puestos de trabajo.

La conectividad aérea se ha confirmado como una palanca esencial para el modelo turístico de Madrid. La capital aspira a consolidarse como el gran *hub* del sur de Europa, siendo un puente entre Latinoamérica y Asia. Con 14 rutas con Norteamérica, 37 frecuencias semanales con China, las nuevas rutas con Tokio y Doha y una estrecha colaboración entre administraciones y sector privado a través de *Madrid Turismo by IFEMA*, “Madrid ha conseguido diversificar sus mercados emisores de turismo”, ha destacado Maíllo.

Madrid presenta su Plan de Descentralización Turística

Maíllo ha detallado, además, el Plan de Descentralización Turística, una ambiciosa hoja de ruta que busca ampliar y diversificar la experiencia del visitante más allá de los enclaves tradicionales de Madrid, promoviendo una distribución equilibrada de los flujos turísticos por toda la capital. “Madrid tiene margen para crecer sin tensionar su modelo”, ha subrayado, “ya que la ciudad cuenta con una presión turística inferior a la de otros destinos urbanos globales y eso la coloca en una posición estratégica”.

La responsable municipal de Turismo ha destacado que este plan nace de un “riguroso ejercicio de análisis y escucha, con el apoyo de herramientas de inteligencia artificial como MadridChatGPT, que tiene presencia en 125 países”, lo que ha permitido identificar los atributos únicos de cada zona, conocer mejor las motivaciones reales de los visitantes y construir un relato turístico barrio a barrio, dando voz a cada rincón de la ciudad.

La estrategia persigue tres grandes objetivos: redistribuir los beneficios del turismo para que lleguen a más barrios, consolidar a Madrid como un destino que se disfruta los 365 días del año y mejorar la convivencia entre madrileños y visitantes. “En Madrid, cada barrio es un destino por descubrir y vivir, por eso, proponemos una nueva forma de mirar la ciudad”, ha señalado Maíllo.

Dirección General de Comunicación
Calle Montalbán nº1 Planta 3
Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es
twitter: @MADRID
facebook: @ayuntamientodemadrid

teléfono: +34 91 588 22 40
mail: prensa@madrid.es
web: madrid.es

El despliegue del plan incluye una identidad visual diferenciada para cada zona turística, con campañas digitales, mupis, *branded content*, *merchandising*, vídeos promocionales y eventos. La campaña de lanzamiento, que se inicia la próxima semana, se presenta bajo el lema 'Te faltan calles', un guiño cercano y reconocible con el que se invita a visitantes y madrileños a descubrir las calles con historia, sabor y vida local de los barrios de Madrid. Las primeras zonas protagonistas de esta campaña serán Carabanchel, El Capricho y la Casa de Campo. En total, la primera fase del plan abarcará 22 zonas turísticas, entre las que se encuentran Salamanca, Lavapiés, Usera, Madrid Río, Las Quintas, Chueca, Chamberí o Gran Vía. Posteriormente, se sumarán nueve zonas más, como Paseo del Arte, Villaverde, Ventas, Moratalaz, San Blas, Pacífico, Prosperidad, Ciudad Universitaria y Delicias.

La Estrategia de Movilidad Turística de Madrid

El delegado de Urbanismo, Medio Ambiente y Movilidad, Borja Carabante, ha presentado en el foro la Estrategia de Movilidad Turística que mejorará los servicios ofrecidos a los visitantes y el sistema de transportes de la ciudad. Este ambicioso conjunto de medidas, desarrolladas en el marco de la Estrategia Madrid 360, tendrá como objetivos ofrecer a los visitantes la mayor variedad posible de alternativas con un elevado nivel, que las iniciativas aplicadas redunden positivamente en la economía de la ciudad y que todo ello sea compatible con el respeto al medio ambiente y al sistema de movilidad que utilizan los propios madrileños en su rutina diaria.

En lo que concierne a la movilidad, los turistas son protagonistas en la ciudad de Madrid de medio millón de desplazamientos diarios de media, siendo mayor este dato en los meses de otoño e invierno. Barajas, Chamartín, Centro, Retiro y Arganzuela son los distritos que registran un mayor volumen de desplazamientos. La mayoría de ellos (un 78 %) llegan a la ciudad en avión, frente al 18 % que lo hace en tren y el 4 % que accede por carretera. En su desplazamiento hasta el lugar en el que se alojan, las opciones preferidas son el Metro y el taxi (con un 32 % cada una), seguidos de los VTC (15 %), vehículo privado (6 %), autobús urbano (4 %), autobús discrecional (4 %), Cercanías (1 %) y autobús interurbano (1 %). Un 5 % se desplaza caminando hasta el alojamiento. Una vez establecidos en la capital, el 40 % de los desplazamientos los realizan caminando, el 29 % en Metro y el 8 % en autobús urbano de la EMT Madrid. El resto de los desplazamientos los completan en taxi (7 %), VTC (4 %), vehículo privado (4 %), autobús turístico (2 %), Cercanías (2 %) y autobús discrecional (2 %).

Dirección General de Comunicación
Calle Montalbán nº1 Planta 3
Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es
twitter: @MADRID
facebook: @ayuntamientodemadrid

teléfono: +34 91 588 22 40
mail: prensa@madrid.es
web: madrid.es

Entre las principales novedades se encuentra la nueva regulación del servicio de autobuses turísticos, que limitará las rutas que saturen las vías principales de la ciudad, incorporando criterios ambientales estrictos. Las nuevas rutas 'Madrid Histórico', 'Madrid Moderna Bernabéu' y 'Madrid Moderna Ventas' sustituirán a las actuales, y solo podrán operar vehículos con categoría CERO emisiones o ECO. Además, se exigirá a las empresas informar sobre el número de viajeros transportados y la franja horaria y rutas completadas.

La estrategia también prevé la creación de nuevas rutas peatonales turísticas bajo la iniciativa 'Anda Madrid', con seis itinerarios conectados a los principales puntos turísticos y zonas verdes de la ciudad, y accesibles desde códigos QR, la web municipal y oficinas de turismo. Se reforzarán además las rutas ya existentes, como la del Paisaje de la Luz, la Castellana o la de Chinatown-Usera.

Otras medidas destacadas incluyen la optimización del servicio de taxi y VTC en áreas de alta demanda turística; la reforma de las paradas de autobuses turísticos y discrecionales; un control intensivo del estacionamiento indebido de los vehículos 'tuk tuk'; una nueva regulación de las paradas de hoteles; la petición a Adif para que diseñe un plan para los nuevos aparcamientos de taxis en Atocha y Chamartín; y una mejora de la comunicación y señalización turística para moverse de forma sostenible por Madrid. La estrategia contempla, asimismo, un nuevo plan de información sobre los efectos de los grandes eventos en la movilidad de la ciudad, con el objetivo de minimizar su impacto y mejorar la planificación de los desplazamientos por parte de los visitantes.

Los retos de los destinos urbanos, tendencias turísticas y sostenibilidad

La tercera edición del Foro de Turismo Ciudad de Madrid ha reunido a grandes referentes del sector para reflexionar sobre los principales desafíos que afronta la capital en su consolidación como destino urbano global. En dos mesas redondas, el foro pone el foco en aspectos clave como la conectividad aérea, la oferta hotelera, la identidad de marca y el papel de la cultura en la proyección internacional de la ciudad.

La primera mesa, titulada 'Madrid y los retos del turismo', ha contado con la participación del CEO de IBERIA, Marco Sansavini, y el presidente de Sancus Capital y propietario del Hotel Villa Magna, Borja Escalada. Moderados por la directora de Business Insider España, Yovanna Blanco, ambos ponentes han analizado cómo impulsar un turismo de calidad que potencie la competitividad de Madrid a través de una mejor conectividad aérea, de la sostenibilidad y de la excelencia en la oferta turística.

Dirección General de Comunicación
Calle Montalbán nº1 Planta 3
Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es
twitter: @MADRID
facebook: @ayuntamientodemadrid

teléfono: +34 91 588 22 40
mail: prensa@madrid.es
web: madrid.es

A continuación, la mesa ‘Marcas culturales, identidad y destinos’ abordará el papel de la relevancia cultural en el posicionamiento estratégico de los destinos urbanos. En este diálogo participan el vicepresidente de IFEMA, Daniel Martínez; el presidente del Consejo Asesor de Transformación Digital de la Comunidad de Madrid, Juan Pedro Moreno, y el General Manager Iberia de LOEWE, Pablo Pastor, moderados por el presidente del Consejo de Turismo de CEOE. Juan Cierco. Los expertos debatirán sobre la necesidad de construir una identidad diferenciadora que combine cultura, creatividad y valores locales para reforzar la proyección internacional de Madrid.

El programa incluye también dos bloques de ponencias breves bajo el formato ‘Trends in Ten: claves que marcarán el turismo urbano’, donde destacados profesionales abordarán las principales transformaciones que están moldeando el futuro del sector.

La Head of Data & AI en Accenture, Eva García San Luis, se centrará en el impacto de la inteligencia artificial en las experiencias turísticas, mientras que el VP Public Sector CoE & Global Tourism Segment Lead en MasterCard, Quim Martínez Bosch, reflexionará sobre las nuevas necesidades y motivaciones del nuevo viajero. Posteriormente, el CEO de SPSG Consulting, Carlos Cantó, abordará las principales tendencias del *sportainment*, mientras que la CMO de Movistar Plus+, Purificación González, desgranará el auge del turismo de pantalla.

Además, con el objetivo de concienciar sobre la importancia de generar un legado positivo y duradero con el turismo MICE en Madrid, el foro acoge las intervenciones de la directora de comunicación, RSC y RRII de Envera, Virginia Ródenas, y la directora gerente de Cruz Roja y Donación de Sangre Madrid, Trinidad Rodríguez Martín, quienes pondrán en valor las oportunidades de integrar la sostenibilidad en sus eventos en Madrid. Durante el foro, los asistentes han podido realizar donaciones de sangre en un espacio habilitado por la Cruz Roja.

El Foro de Turismo Ciudad de Madrid concluirá con la intervención del cofundador y CEO de TOTEM Branding, Andy Stalman, quien defenderá la importancia de construir una marca coherente y diferencial que conecte con las emociones del visitante y refuerce la identidad de Madrid como ciudad abierta y auténtica. /

Dirección General de Comunicación
Calle Montalbán nº1 Planta 3
Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es
twitter: @MADRID
facebook: @ayuntamientodemadrid

teléfono: +34 91 588 22 40
mail: prensa@madrid.es
web: madrid.es