



Madrid, 12 de junio de 2025

**El Consejo Local de Turismo de la capital realiza balance del primer semestre de 2025**

## Madrid afianza su liderazgo como destino urbano con más de 3,4 millones de visitantes y cerca de 7,5 millones de pernoctaciones hasta abril

- La concejala delegada de Turismo, Almudena Maíllo, ha presidido la sesión a la que han asistido 48 representantes públicos y privados del sector
- En la cuarta sesión de este órgano asesor que impulsa el turismo en la capital, se han presentado los avances en descentralización y desestacionalización turística
- El Consejo ha conocido las acciones promocionales en mercados internacionales, el Plan RESIDE y las últimas iniciativas vinculadas a sostenibilidad, digitalización y turismo de pantalla
- Los puntos de información turística han atendido 570.000 consultas en lo que va de año

El Consejo Local de Turismo de la Ciudad de Madrid, presidido por la concejala delegada de Turismo, Almudena Maíllo, ha realizado esta mañana el balance del turismo en la capital durante el primer semestre de 2025. En la sesión, a la que han asistido 48 representantes del sector turístico madrileño, se han presentado los datos de visitantes, las principales líneas de actuación del área y los hitos más relevantes del año en materias de descentralización, desestacionalización, promoción internacional y digitalización, entre otras.

La concejala delegada ha destacado los principales datos turísticos de Madrid en los cuatro primeros meses del año (datos del INE disponibles), en los que Madrid ha recibido 3.464.402 visitantes, con un total de 7.436.623 pernoctaciones. Destaca el 61 % de viajeros internacionales, con subidas notables en mercados prioritarios como Estados Unidos (+5,1 %), Francia (+5,4 %) o Italia (+1 %). Especial mención merecen los mercados iberoamericanos como Argentina, con un crecimiento del 27,3 % y Brasil, con +21,2%.

Para Maíllo, “2025 nos demuestra que el turismo de Madrid se afianza como un modelo de calidad gracias a dos grandes ejes: la descentralización y la desestacionalización”. Para la concejala delegada de Turismo, “la capital se vive los 365 días del año y se descubre en todas sus zonas”, destacando que “la gran

**Dirección General de Comunicación**

Calle Montalbán nº1 Planta 3  
Código Postal 28014 Madrid

**diario:** [diario.madrid.es](http://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](mailto:prensa@madrid.es)

**web:** [madrid.es](http://madrid.es)



ventaja competitiva de Madrid reside en ofrecer experiencias auténticas a los visitantes, así como en la colaboración público-privada”.

Durante la sesión, Maíllo ha abordado los avances en la ejecución del Plan Estratégico de Turismo 2024-2027, centrado en la desestacionalización y descentralización del turismo. En este sentido, ha subrayado el papel clave de los eventos deportivos, musicales y populares para activar la ciudad los 365 días del año. Entre ellos, la concejala delegada ha destacado el Gran Premio de Fórmula 1, que se celebrará del 11 al 13 de septiembre, y el partido de liga regular de la NFL, que tendrá lugar en noviembre, además del liderazgo de Madrid como capital mundial de los musicales en español y la promoción de la Semana Santa, que aspira a ser declarada Bien de Interés Turístico Regional.

### Plan de descentralización turística de Madrid

En el ámbito de la descentralización, el Ayuntamiento de Madrid ha desplegado la campaña ‘Te faltan calles’ y ha definido 22 zonas turísticas prioritarias en una primera fase, a las que se sumarán otras nueve nuevas áreas. Esta estrategia se complementa con iniciativas como ‘Ven a vivirlo’ que, en su segunda edición, realizará cinco rutas de tapas, con la organización de Hostelería Madrid y Mahou San Miguel.

Durante el Consejo también se ha informado de la renovación de la estrategia conjunta Madrid Turismo by IFEMA Madrid, con una inversión de 38,4 millones de euros hasta 2027, que ha supuesto un aumento del 14 % en la llegada de turistas internacionales a la ciudad y un incremento del 12,5 % en el gasto medio diario desde 2019.

Además, el Ayuntamiento de Madrid ha reforzado su estrategia internacional en el mercado iberoamericano, con acciones promocionales en Ciudad de México, Lima, Río de Janeiro y São Paulo. Estas acciones incluyen la participación en ILTM Latin America 2025, el encuentro España Única de Turespaña y el acuerdo de promoción conjunta con Sevilla, que contempla un viaje institucional al mercado mexicano.

Maíllo ha señalado que “Madrid se consolida como el gran *hub* de conectividad aérea entre América Latina y Europa, con 66 rutas que la conectan con 32 destinos latinoamericanos, lo que refuerza su competitividad como destino de largo radio”.

En la sesión también se ha informado de la aprobación por parte del Ayuntamiento de Madrid del Plan RESIDE. Esta iniciativa pionera busca ordenar el fenómeno de las viviendas turísticas y proteger el comercio local y la convivencia vecinal.

#### Dirección General de Comunicación

Calle Montalbán nº1 Planta 3  
Código Postal 28014 Madrid

**diario:** [diario.madrid.es](http://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](mailto:prensa@madrid.es)

**web:** [madrid.es](http://madrid.es)



En materia de sostenibilidad e información turística, la concejala delegada de Turismo ha abordado la adjudicación de los trabajos de asistencia técnica para la medición, reducción y compensación de la huella de carbono del turismo madrileño, dentro del Plan de Sostenibilidad Turística financiado con fondos NextGenerationEU. Además, Maíllo ha hecho referencia al nuevo programa de Visitas Guiadas Accesibles y a la atención, en lo que va de año, de más de 570.000 consultas en los puntos de información turística municipales.

En el ámbito del turismo de pantalla, Madrid Film Office ha presentado la décima ruta turística titulada 'Imágenes sonoras de Madrid', en colaboración con el compositor argentino y ganador de dos Oscar Gustavo Santaolalla y la Escuela Universitaria de Artes TAI. Por su parte, el proyecto de inteligencia artificial VisitMadridGPT, presente ya en 125 países, continúa impulsando la digitalización turística con una media de tres preguntas por usuario y más de cuatro minutos de tiempo medio de navegación.

### **La Mesa de Turismo y Calidad de Vida de Usera**

Durante la sesión también se han presentado las conclusiones de la Mesa de Turismo y Calidad de Vida del distrito de Usera, en la que se recogieron propuestas del ámbito vecinal, comercial, académico y cultural. El Ayuntamiento de Madrid ha reafirmado su compromiso con un modelo de turismo sostenible, inclusivo, descentralizado y respetuoso con la identidad del distrito.

El consejo también ha conocido los avances del Grupo de Trabajo de Turismo Deportivo, coordinado por el Área Delegada de Deporte. Se ha destacado la creación de mesas específicas para coordinar los eventos deportivos para posicionar a Madrid como la capital del deporte.

Entre los próximos hitos deportivos, se ha presentado el plan para la Vuelta Ciclista a España, que celebra su 90º aniversario este año. Asimismo, se ha analizado el impacto del Maratón de Madrid, celebrado el 27 de abril, que congregó a 45.000 corredores de 118 países, con un 27 % de participación extranjera y un impacto económico estimado de 64,5 millones de euros. La carrera contó con una audiencia potencial de 400 millones de personas.

En la sesión han participado, además, la delegada de Cultura, Turismo y Deporte, Marta Rivera de la Cruz, y el concejal de Centro, Carlos Segura, así como asociaciones y empresas como CEIM-CEOE, AEHM, Hostelería Madrid, APIT, Las Llaves de Oro, ALSA, El Corte Inglés, Las Letras Street, Salamanca Distrito 41,

**Dirección General de Comunicación**

Calle Montalbán nº1 Planta 3

Código Postal 28014 Madrid

**diario:** [diario.madrid.es](http://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](mailto:prensa@madrid.es)

**web:** [madrid.es](http://madrid.es)



Madrid Convention Bureau, UCM, Universidad Nebrija, Museo Nacional Thyssen-Bornemisza Madrid, Academia Madrileña de Gastronomía y Asociación de Oficios Artesanos de Madrid.

Rivera de la Cruz, ha hecho referencia al programa 'Madrid, full of culture' que busca transmitir la oferta cultural al público internacional con el objetivo de posicionar a Madrid como destino cultural de referencia. Para ello, se va a desarrollar la formación específica de los informadores turísticos, la generación de boletines mensuales y la creación de contenidos audiovisuales. Además, se está trabajando con los directores artísticos de los espacios culturales municipales para identificar los espectáculos que sean más adecuados para las audiencias internacionales. /

**Dirección General de Comunicación**

Calle Montalbán nº1 Planta 3  
Código Postal 28014 Madrid

**diario:** [diario.madrid.es](http://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](mailto:prensa@madrid.es)

**web:** [madrid.es](http://madrid.es)