

Madrid, 3 de julio de 2026

Esta plataforma es un movimiento sectorial impulsado por Exceltur junto a más de 80 entidades públicas y privadas de toda España

Almeida presenta 'Turismo que Suma', la iniciativa que defiende el valor del turismo responsable en las ciudades

- Nace para poner en valor la contribución del turismo al bienestar social, la convivencia y la calidad de vida en los destinos
- Madrid impulsa medidas alineadas con los cinco ejes del manifiesto como el Plan RESIDE para la ordenación de las viviendas turísticas y la estrategia de descentralización 'Te faltan calles'
- La ciudad participa en la primera campaña de 'Turismo que Suma' con el lema 'Aquí se vive'
- El gasto turístico internacional en mayo de 2026 alcanzó los 2.174 millones de euros, un 22,2 % más que el año anterior

El alcalde de Madrid, José Luis Martínez-Almeida, ha presentado esta mañana en el Palacio de Cibeles 'Turismo que Suma', la iniciativa impulsada por Exceltur para poner en valor la contribución del turismo al bienestar social y la calidad de vida en las ciudades. La campaña cuenta con la adhesión de 80 entidades públicas y privadas de toda España, entre ellas ciudades y organismos que, como el Ayuntamiento de Madrid, comparten su visión de un turismo que suma valor a los destinos.

Almeida ha reivindicado el turismo como "un sector de valor añadido para la economía española y madrileña" y ha defendido un modelo en el que lo importante sea "cuál es el impacto positivo de los que vienen" y no únicamente el número de visitantes. Asimismo, ha asegurado que Madrid se identifica "plenamente con el espíritu de la campaña" y ha subrayado la importancia de preservar la identidad de la ciudad, porque "perder nuestras raíces es perder nuestra riqueza" y Madrid debe seguir siendo "una ciudad con personalidad propia".

Los representantes de Exceltur han destacado a Madrid como el mejor lugar para lanzar la iniciativa por su trayectoria como referente de buena gestión turística pública. La ciudad combina un modelo de turismo de alto impacto económico con una apuesta decidida por la convivencia entre visitantes y residentes. Su ratio de 3,17 visitantes por habitante es el segundo más bajo entre los grandes destinos urbanos europeos, demostrando que se puede aumentar el valor del turismo y preservar la calidad de vida de los madrileños.

Dirección General de Comunicación
Montalbán 1 - 3ª planta
28014 Madrid

 +34 915 882 240

 prensa@madrid.es

 madrid.es

 diario.madrid.es

 @MADRID

 @madrid

 @ayuntamientodemadrid

 @ayuntamiento-de-madrid-directo

Asimismo, el Ayuntamiento de Madrid desarrolla una serie de iniciativas turísticas alineadas con los cinco ejes del manifiesto lanzado por 'Turismo que Suma' como la preservación de la identidad cultural de las ciudades, la reducción de la huella ambiental y el impulso de nuevas fórmulas de gobernanza público-privada.

La presentación de 'Turismo que Suma' se ha acompañado del lanzamiento de la primera campaña de comunicación de la iniciativa, 'Aquí se vive'. El objetivo de esta campaña es concienciar a los visitantes sobre la importancia de adoptar un comportamiento responsable en las comunidades locales. Madrid es una de las ciudades en las que se difundirá la campaña que se inicia este viernes.

Madrid, referente en ordenamiento de los pisos turísticos

Una de las medidas más valoradas del Ayuntamiento de Madrid es el Plan RESIDE, que ordena las viviendas de uso turístico y protege el acceso a la vivienda residencial. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), los pisos turísticos se han reducido un 40 % en la capital frente al 15 % del conjunto de España, entre agosto de 2024 y mayo de 2026, pasando de 22.435 a 13.431.

También destaca la campaña de descentralización turística 'Te faltan calles', que ha redistribuido los flujos turísticos a 22 zonas de la ciudad más allá del centro, como es el caso de Carabanchel, Usera o La Quinta de los Molinos. Esta iniciativa ha sido reconocida con diversos galardones como los dos Premios Plata AMPE.

En defensa de la identidad de la ciudad, destaca la bonificación del IBI para los 170 establecimientos centenarios de Madrid, que ha sido elevada hasta el 95 %, preservando de esta manera el comercio histórico.

Madrid consolida su modelo de turismo de calidad en mayo

El gasto turístico internacional total en mayo alcanzó los 2.174,02 millones de euros en Madrid, con un incremento interanual del 22,22 %, mientras que el gasto acumulado en lo que va de año se sitúa en 8.147 millones de euros, un 12,42 % más que en el mismo periodo de 2025.

Asimismo, la ciudad de Madrid recibió en mayo de 2026 un total de 1.050.835 viajeros, lo que supone un incremento del 5,7 % respecto al mismo mes del año anterior. De ellos, 663.839 fueron viajeros internacionales (+6,9 %) y 386.996, nacionales (+3,8 %).

Estados Unidos se mantiene como primer mercado emisor, con 126.964 viajeros en el mes (+16,83 %), seguido de Italia y Reino Unido, mientras que Brasil destaca como el mercado con mayor crecimiento porcentual (+34,9 %). En cuanto a las pernoctaciones, la ciudad registró 2.238.984 en mayo, un 3,6 % más que el año anterior.

En el acumulado de enero a mayo, Madrid suma 4.609.578 viajeros (+3,63 %) y 9.844.299 pernoctaciones (+3,13 %), reafirmando la tendencia de crecimiento sostenido en la capital. Estos datos confirman la capacidad de generación de desarrollo económico asociado al turismo, con Estados Unidos, Italia y Francia como principales mercados internacionales tanto en viajeros como en pernoctaciones.

Los visitantes internacionales generaron 17.896 millones de euros de gasto en 2025, un 11 % más que el año anterior, con un gasto medio de 1.964 euros por visitante. Por su parte, el sector alojativo emplea a 14.375 trabajadores en la ciudad, un 8,2 % más que en 2024. /