



Madrid, 13 de junio de 2024

Almeida ha expuesto las claves del modelo que aplicará la capital para impulsar este sector durante los próximos años en el II Foro de Turismo del Ayuntamiento

Madrid apuesta por un desarrollo turístico equilibrado estacional y geográficamente, sostenible y respetuoso con sus habitantes

- El modelo de gestión sostenible del turismo madrileño se centrará en tres líneas: redefinir, redistribuir y regenerar y se desarrollará desde una perspectiva económica, social y medioambiental
- La implantación de sistemas de análisis de inteligencia turística, la intervención para realzar el valor turístico de Usera o la medición, reducción y compensación de la huella de carbono derivada del turismo son algunas de las medidas contempladas en las líneas estratégicas de la política turística municipal entre 2024 y 2027
- Maíllo ha resaltado la gran competitividad y el atractivo del turismo en la capital, destacando la relevancia del sector en la economía, el alto índice de satisfacción y percepción de seguridad por parte de los viajeros o su buen posicionamiento en sostenibilidad
- El foro ha incluido paneles temáticos sobre temas de máxima actualidad en la industria turística y la presentación del [Anuario de Turismo 2023](#)

El alcalde de Madrid, José Luis Martínez-Almeida, ha presentado las líneas fundamentales de la estrategia turística de la capital de cara a los próximos cuatro años en el II Foro de Turismo, organizado hoy en el Hotel Meliá Castilla por el Área Delegada de Turismo. El Ayuntamiento apuesta por un desarrollo equilibrado y sostenible de esta industria para continuar consolidando la ciudad como un destino preferente a nivel internacional de manera responsable, con un crecimiento controlado y en armonía con los ciudadanos y el entorno.

Durante su intervención, el alcalde ha subrayado “el orgullo” que siente Madrid hacia el sector turístico, que los “ciudadanos conocen, valoran y aprecian” por su importancia y que es “clave en el proceso de crecimiento de la ciudad”. Un sector que se desarrolla “en armonía y buena convivencia” con los vecinos y que ha contribuido “de manera extraordinaria al incremento en la calidad de vida de los madrileños”, favoreciendo “medidas de regeneración urbana y de mejora del espacio público”. Madrid, es, en la actualidad, el tercer destino urbano del mundo, el primer destino de negocios por quinto año consecutivo y, en los últimos años, ha pasado de tener seis hoteles de cinco estrellas a 39.

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



Para lograr que este Madrid “no sea una moda pasajera” ni que el modelo “muera de éxito”, Almeida ha destacado tres líneas maestras en torno a las que vertebrar la estrategia turística municipal entre 2024 y 2027: redefinición, regeneración y redistribución.

La redefinición del sector, según Almeida, se hará potenciando las fortalezas de la capital como la ciudad con mejores “alternativas de ocio, cultura y oferta de eventos deportivos”, actuando “más intensamente desde el Ayuntamiento junto al sector privado en el turismo de largo radio, mejorando la conectividad con el aeropuerto de Barajas” y haciendo medición de indicadores turísticos que contemplen factores como “las políticas de sostenibilidad, la innovación o la transformación digital” en la experiencia y satisfacción de los viajeros.

La regeneración del modelo turístico de la capital se basará, en palabras del alcalde, en la “adaptación a un mundo cambiante” en acontecimientos, oferta y expectativas, con mejora de las infraestructuras y la exploración de nuevas oportunidades como la de erigir la capital en un ‘hub de la salud’.

Por último, el alcalde ha hecho hincapié en la redistribución del turismo en “términos estacionales y geográficos”, consolidando los indicadores favorables de afluencia de turistas en la capital en los meses tradicionalmente más flojos como julio y agosto y mostrando y potenciando “los atractivos que tienen todos los distritos y que merecen ser visitados”, ha subrayado Almeida, más allá del centro de la ciudad como es el caso de Usera y el proyecto de regeneración con la comunidad china o la nueva oferta en torno al parque de El Capricho, en Barajas.

Sostenibilidad económica, social y medioambiental

La sostenibilidad en el destino va a trabajarse desde una triple perspectiva: económica, social y medioambiental. Desde el punto de vista económico, se buscará el aumento de la estancia y el gasto medio y la redistribución de la concentración turística. El objetivo es potenciar los eventos, el turismo de reuniones y pantalla o la creación de sistemas de transformación digital. Para ello, se realizarán actuaciones como la creación de una nueva web de turismo, la implantación de sistemas de análisis de inteligencia turística o la creación de oferta turística de alto valor y un club de producto que aglutine a este segmento.

En el ámbito de lo social, se hará seguimiento del control de la presión turística y el grado de satisfacción del viajero, a través de la descentralización y la cohesión territorial, la convivencia de un turismo responsable con el ciudadano, la colaboración público-privada, la puesta en valor del talento del sector o la

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



promoción de la artesanía y el producto local como polo de atracción. Entre las acciones que se articularán para conseguirlo destaca la intervención en el distrito de Usera, referente de la comunidad china en Madrid, o la creación de un nuevo centro de experiencia turística en la calle de Bailén.

En el eje medioambiental, se medirán las emisiones de CO₂ de las actividades de las empresas turísticas y las generadas por los visitantes, se promoverá la compensación de CO₂ generado por los grandes encuentros y la certificación ecológica de establecimientos, mediante un programa de acciones de reducción de emisiones, la promoción de la movilidad activa y el fomento de eventos sostenibles. Todo ello se conseguirá gracias a la medición, reducción y compensación de huella de carbono de la actividad turística vinculada a las empresas hoteleras y a los visitantes; a la implantación de instalaciones y tecnologías competitivas eficiencia energética y energías renovables en la Caja Mágica; la rehabilitación de la Casa Palacio de los Vargas; la mejora sostenible y eficiencia energética de la Casa de Campo y el lanzamiento de campañas de sensibilización e información.

El proceso de creación de las líneas estratégicas de la política turística municipal entre 2024 y 2027 comenzaron con la convocatoria de unas sesiones participativas a las que acudieron diversos representantes de los principales subsectores vinculados al turismo madrileño: hotelero, ocio, gastronómico, cultural, compras y audiovisual, entre otros. Las conclusiones resultantes han guiado la configuración final de las líneas, garantizando una planificación inclusiva y colaborativa.

Madrid, destino competitivo y atractivo

La concejala delegada de Turismo, Almudena Maíllo, ha sido la encargada de inaugurar esta jornada haciendo un diagnóstico turístico de la ciudad, demostrando la gran competitividad y atractivo del destino. La capital continúa su camino para convertirse en un referente en esta industria, que supone el 12 % del PIB de la ciudad y ocupa a 444.533 personas en la capital (según datos del primer trimestre de 2024). Madrid registró un total de 13.352 millones de euros de gasto turístico en 2023, con un gasto medio diario de 293 euros y un gasto medio por persona que ha crecido en todos los mercados del largo radio del *top ten* de mercados emisores, y se ha posicionado como uno de los tres destinos más atractivos para la inversión hotelera.

Maíllo ha destacado el excelente posicionamiento de la capital como sede de grandes eventos recordando que la ciudad es "líder en turismo de reuniones y congresos de Europa y del mundo y referente en la acogida de grandes citas deportivas y musicales, que conllevan una gran repercusión económica para el

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



destino e impulsan su visibilidad, al igual que el afianzamiento de Madrid como plató de rodaje y centro de producción audiovisual”. La concejala ha apuntado que el turismo de alto impacto también ha ganado peso en la ciudad y ha señalado la importancia de este segmento recordando que “solo el 2 % de los hoteles de alta gama de Madrid representan el 29 % de gasto de todo el turismo que recibe la capital y generan el 15 % de empleo del sector”.

A lo largo de su intervención, Maíllo ha mencionado aspectos como la presión turística de Madrid, que se mantiene estable con 1,8 pernoctaciones por cada 100 habitantes; el alto índice de satisfacción y percepción de seguridad del destino por parte del visitante; y la apuesta por el apoyo y la promoción de lo local. En el ámbito medioambiental, ha recordado que Madrid es una de las mejores ciudades del mundo para vivir y encabeza el *ranking* europeo de ciudades sostenibles, con una puntuación de 77 sobre 100, la reducción de la estacionalidad con la mejora destacada en los meses de verano por el aumento del turismo internacional, o su condición de cuarta ciudad del mundo en número de árboles.

Por último, Maíllo ha dado a conocer los datos del estudio realizado por el Área Delegada de Turismo que compara Madrid con algunos de sus principales destinos competidores, como Londres, París, Nueva York, Ámsterdam y Roma y detecta aquellas prácticas positivas del modelo de estas ciudades que pueden aplicarse a la capital, aspectos a mejorar, fortalezas y oportunidades. La concejala ha concluido destacando el gran objetivo por el que trabajará el Ayuntamiento: “convertir Madrid en un modelo líder de gestión del destino sostenible, apoyado en la descentralización y la integración de la comunidad local y que asegure la generación de riqueza para toda la cadena de valor y la retención de talento”.

Paneles temáticos y Anuario de Turismo

El II Foro de Turismo del Ayuntamiento ha incluido una serie de paneles y ponencias sobre temas de máxima actualidad en el sector, como la sostenibilidad, innovación, digitalización o turismo inteligente. En ellos han intervenido reconocidos profesionales y expertos de la industria, como Natalia Bayona, directora ejecutiva de ONU Turismo; Mar de Miguel, vicepresidenta ejecutiva de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM); Bea Sajón, directora general para Latinoamérica y Caribe de Virtuoso; Emérito Martínez, Advisor Director en JAKALA; Federico J. González Tejera, CEO de Radisson Hotel Group y Louvre Hotels; y Juan Cierco, director corporativo de IBERIA y presidente del Consejo de Turismo de CEOE.

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 el transcurso de esta jornada se ha presentado, además, el [Anuario de Turismo de la ciudad de Madrid 2023](#), que ha editado el Área Delegada de Turismo con información sobre indicadores y segmentos turísticos de la capital y un balance acciones desarrolladas por el Consistorio./

Dirección General de Comunicación

Calle Montalbán nº1 Planta 3
Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es

twitter: @MADRID

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

teléfono: +34 91 588 22 40

mail: prensa@madrid.es

web: madrid.es