

Madrid
2024

ANUARIO

TURISMO



Madrid
Destino



Madrid atraviesa su mejor momento. La transformación de nuestra ciudad la ha posicionado como un referente internacional de primer orden, consolidándola como una auténtica ciudad global. Así lo avalan los más prestigiosos *rankings* internacionales: ocupamos el segundo lugar como destino urbano más atractivo del mundo según *Euromonitor* –un salto notable desde el puesto 47 en 2019–, somos el mejor destino mundial de reuniones y congresos por sexto año consecutivo según los *World Travel Awards*, y nos situamos entre las cinco mejores ciudades del mundo para disfrutar del deporte, de acuerdo con *Burson*. Estos logros son el resultado de un robusto ecosistema turístico y de una colaboración público-privada modélica que lo impulsa.

A nivel turístico, Madrid ha hecho bien sus deberes. Hemos definido un modelo claro para nuestra ciudad: un turismo con propósito, que aporte valor real tanto a los madrileños como a quienes nos visitan. En 2024, esta visión se tradujo en un récord histórico de gasto turístico internacional, alcanzando los 16.141 millones de euros, un 21,1 % más que en 2023. Este éxito se sustenta en una estrategia de diversificación centrada en mercados estratégicos de largo alcance, como Estados Unidos, Asia e Hispanoamérica, y en una oferta de experiencias turísticas disponibles los 365 días del año.

Con el objetivo de garantizar un crecimiento sostenido, el Ayuntamiento de Madrid ha impulsado iniciativas clave como el Plan Estratégico de Turismo 2024-2027. Este plan prioriza un modelo de calidad basado en la descentralización, la desestacionalización y el fomento del turismo de experiencias.

Madrid mira al futuro con ambición. Aspiramos a consolidarnos como la principal puerta de entrada del turismo en España y como un puente entre Iberoamérica y Asia. Queremos que la vida siga fluyendo en Madrid, que los visitantes se emocionen con grandes eventos musicales y deportivos –como la Fórmula 1 o la NFL– y que descubran nuestra incomparable oferta cultural, gastronómica y la vibrante energía de nuestros barrios.

Este anuario refleja la vitalidad, el optimismo y la capacidad de Madrid para transformarse y sorprender al mundo. El camino está trazado y el horizonte se presenta prometedor. Juntos, continuaremos construyendo una ciudad abierta y dinámica, capaz de seguir cautivando a quienes la visitan y al mundo entero.

José Luis Martínez-Almeida

ALCALDE DE MADRID

Resumen ejecutivo

2024 ha sido el mejor año de la historia del turismo de la capital, con un cierre de más de 23 millones de pernoctaciones, siendo el 63 % del mercado internacional.

Para consolidar los excelentes datos de 2024 y promover un modelo turístico sostenible, el Ayuntamiento aprobó el Plan Estratégico de Turismo 2024-2027. La innovación, la digitalización y la descentralización son sus ejes principales.

Madrid, la capital de España, se erige como un destino turístico urbano vibrante, lleno de historia, cultura y modernidad. La ciudad, que ha cautivado a generaciones de viajeros de todo el mundo, firmó en 2024 su mejor año turístico y refuerza su proyección internacional de cara a 2025.

En 2024 Madrid ha continuado siendo un lugar al que siempre se quiere volver, un punto de encuentro entre lo tradicional y lo contemporáneo, un lugar que acoge. De día, de noche o al atardecer, en invierno o en verano, en solitario o en compañía, cada rincón invita a ser explorado, disfrutado.

En este anuario, un año más, recopilamos los indicadores más relevantes, analizamos el impacto del turismo en la ciudad, repasamos las principales experiencias y perfiles de nuestros visitantes, ahondamos en las iniciativas y retos de la ciudad en materia de sostenibilidad e innovación y revelamos algunas de las claves y tendencias para los próximos años.

El turismo es un motor económico sólido e imparable en la ciudad. El año pasado Madrid recibió más de 11 millones de visitantes. El mercado internacional representó el 56 % del total y generó un gasto superior a los 16.000 millones de euros, un 21 % más que en 2023. Estados Unidos se reafirma como el principal mercado emisor, seguido de Italia y Francia; China protagonizó el mayor crecimiento, con un 74 % más de visitantes que en 2023.

La capacidad de alojamiento registró en Madrid 91.905 plazas al cierre de 2024, con un promedio de personal empleado de 13.356 personas. Las pernoctaciones, más de 23 millones, crecieron un 5 % respecto a 2023 y el aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas cerró el ejercicio con datos históricos.

Este informe pone de manifiesto el crecimiento económico del sector, impulsado por la diversidad de experiencias que la ciudad ofrece. La oferta cultural y patrimonial es el principal reclamo turístico de Madrid, pero le siguen de cerca la gastronomía, las compras, la rica oferta de ocio y entretenimiento y los grandes eventos.

En 2024, conciertos como los de Taylor Swift, Karol G. o Bruce Springsteen, así como los principales festivales de la ciudad como MadCool, dejaron un impacto económico de más de 200 millones de euros.

La capital española vuelve a reinar en el turismo de reuniones y congresos y es uno de los destinos más competitivos en ese sentido, concentrando casi el 24 % del total del gasto turístico de reuniones a nivel nacional.

Los visitantes dan un notable alto a Madrid en cuanto a satisfacción general (8,6/10) y el 100 % recomienda visitar la ciudad.

Ha sido un año de récord en cantidad, pero también en calidad. Madrid es de todos y para todos. Y esto es un logro de la colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y todos los sectores implicados.

Además, la ciudad sigue demostrando su capacidad para adaptarse a los desafíos contemporáneos, con nuevos productos e hitos puestos en marcha gracias a los fondos europeos Next Generation EU. Proyectos e iniciativas con un fuerte enfoque en la sostenibilidad, la accesibilidad y la innovación tecnológica, que serán claves en el plan estratégico de los próximos años, junto a la desestacionalización y la descentralización. Se trata de consolidar Madrid como un destino urbano con esencia, redistribuyendo el turismo a lo largo de todo el año y en toda la ciudad. Se han puesto en marcha campañas que invitan a descubrir también sus zonas más desconocidas y menos frecuentadas, como Usera (donde se celebra el nuevo Año Chino) o Carabanchel (con galerías de arte y talleres creativos que no paran de crecer). El programa de rutas gastronómicas por barrios “Ven a vivirlo” o las visitas guiadas gratuitas “Pasea Madrid” son también un ejemplo de ello.

Y todo esto en un contexto en el que España es un destino líder, pero con una fuerte competencia. Más viajes que nunca, nuevos mercados origen, crecimiento en la demanda de turismo de lujo, hiperpersonalización... Estamos viviendo una transición económica, social, climática y tecnológica mundial que crea nuevas tendencias.

Madrid no solo es un destino; es una experiencia única. Este anuario refleja cómo en 2024 la ciudad no solo ha brillado en el universo del turismo, sino que ha abierto nuevas posibilidades para el futuro.

El objetivo es claro: que este crecimiento turístico se traduzca en bienestar para los madrileños y riqueza para toda la ciudad, protegiendo su esencia e identidad.

1
Carta Alcalde

2
Resumen ejecutivo



Principales datos de turismo

6
-
7

8
2024 en cifras

10
Mercados emisores

12
Viajeros, pernoctaciones y estancia media

14
Gasto turístico

18
Principales indicadores de alojamiento

24
Conectividad



Experiencia del visitante

28
-
29

30
Principales datos de percepción turística

34
Patrimonio cultural

38
Eventos deportivos

40
Madrid, todo un espectáculo

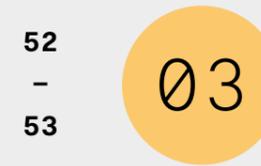
42
Los sabores de Madrid

44
Madrid, paraíso de las compras

48
Turismo de reuniones

50
El Madrid de los estudiantes

51
Orgullo de ciudad



Resumen actividad área de turismo

52
-
53

54
Atención al visitante

56
Travel trade y conectividad

58
Marketing estratégico

60
City marketing y relaciones públicas

62
Madrid Convention Bureau

64
Madrid Film Office



Sostenibilidad e innovación

68
-
69

70
Sostenibilidad

74
Madrid, un reclamo todo el año

76
Innovación



Tendencias y previsiones

78
-
79

80
El turismo mundial en cifras

82
Tendencias globales del sistema turístico

-

88
Notas sobre la investigación y listado de imágenes



01

Principales datos de turismo

Madrid ha registrado el mejor año turístico de su historia. Hoy, el sector es un motor económico sólido e imparable con un gran impacto en la ciudad. El mercado internacional es protagonista y supone el 56 % del total, con 6.271.904 de visitantes que generaron un gasto superior a los 16.000 millones de euros, un 21 % más que en 2023.

La capital cerró 2024 con datos históricos, consolidándose como uno de los destinos urbanos más atractivos del mundo (el segundo según *Euromonitor*, después de París) y siguiendo la estela de crecimiento de ejercicios anteriores. El sector del turismo generó en la región el 8,6 % de su Producto Interior Bruto (PIB), con más de 25.000 millones de euros (*EXCELTUR*) y 13.300 personas empleadas.

Más de 11 millones de personas visitaron Madrid según los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera y de la Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos del Instituto Nacional de Estadística (*INE*), un 5 % más que en 2023. La proyección internacional de Madrid se afianza, con un gasto de más de 16.000 millones de euros, un 21 % más que en 2023 y un 54 % más que en 2019, y un gasto medio diario de 305 euros (*EGATUR*).

Las pernoctaciones, más de 23 millones, crecieron igualmente respecto a 2023 (+ 5 %) y la evolución anual nos habla de que Madrid ya no es un destino estacional: se han mitigado los picos de demanda gracias a la diversificación a lo largo del año de la oferta cultural, deportiva, gastronómica, de ocio y eventos. Diciembre fue el mejor mes en cuanto a los visitantes nacionales y octubre lo

fue para los internacionales, siendo mayo el mes con mayor afluencia, con 1.021.521 viajeros (+ 9,2 % respecto a 2023), coincidiendo con la revolución que supuso la visita de la cantante Taylor Swift a la ciudad. La estancia media anual fue de 2,08 noches, siendo la estancia media internacional de 2,35 noches.

La diversidad de la oferta de alojamiento ha crecido y el sector destaca en la ciudad en calidad y excelencia en la atención. Madrid es uno de los destinos más reservados del mundo (según el informe "A year in Travel" de 2024, de *eDreams ODIGEO*). Con más de 850 establecimientos, la ciudad ofrecía un total de 91.905 plazas al cierre del 2024 (1.696 más que en 2023) y una tarifa media diaria por habitación (ADR) de 153,6 euros.

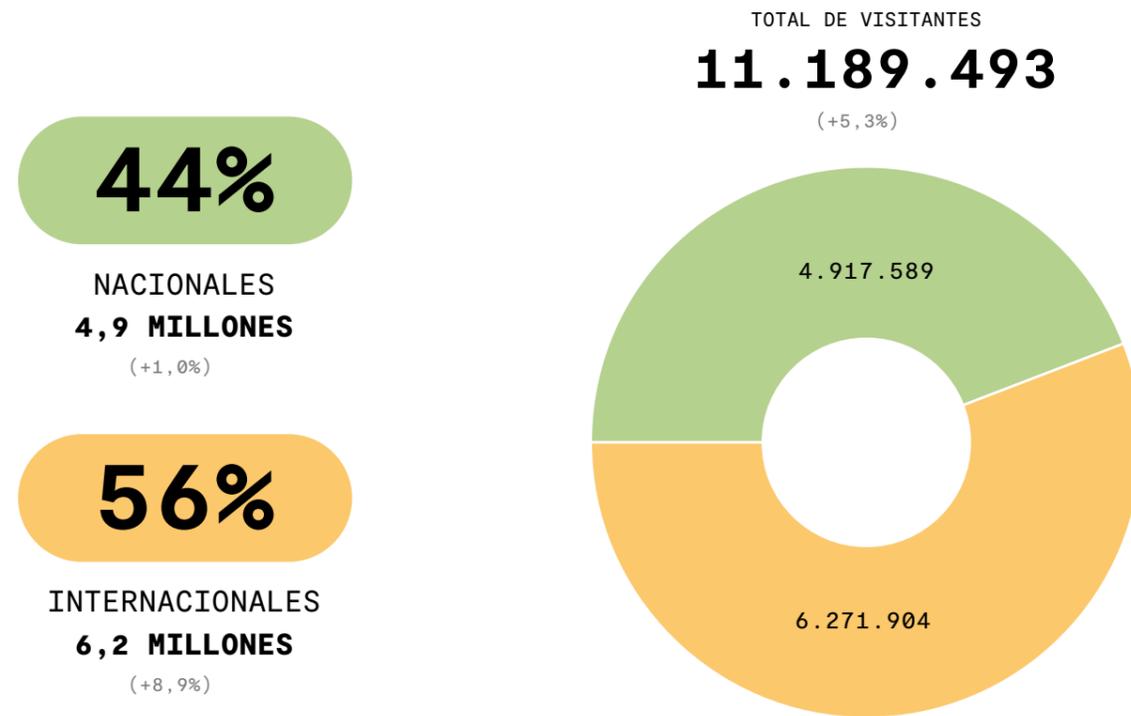
Reanudación de rutas, como Montreal y Tokio, nuevas conexiones y modernización de infraestructuras, reflejan el compromiso de Madrid con la conectividad y ofrecen una experiencia turística más accesible y de calidad.

Estos datos refuerzan un modelo de crecimiento sostenible, que convierte al turismo en uno de los sectores productivos más importantes de Madrid.

2024 en cifras

VISITANTES: NACIONALES E INTERNACIONALES

(Comparativa 2023)



GASTO VIAJEROS INTERNACIONALES

(Comparativa 2023)

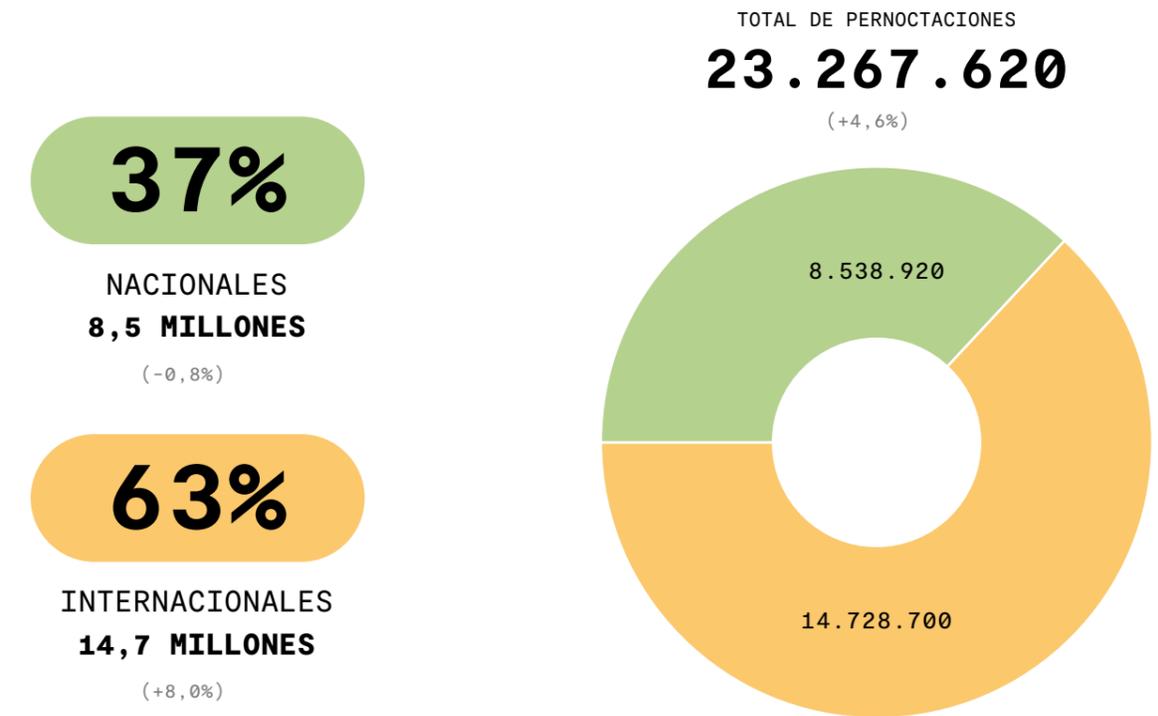


16.117 millones de euros en gasto turístico internacional en 2024, un 21 % más que en 2023.

En 2024 Madrid se ha posicionado como un enclave único y un destino urbano de calidad. Un año más, los viajeros internacionales adquieren un protagonismo especial, con un crecimiento interanual del 8,9 % y más de 16.000 millones de euros de gasto.

PERNOCTACIONES: NACIONALES E INTERNACIONALES

(Comparativa 2023)



ESTANCIA MEDIA



23 millones de pernoctaciones en 2024, un millón más que en 2023.

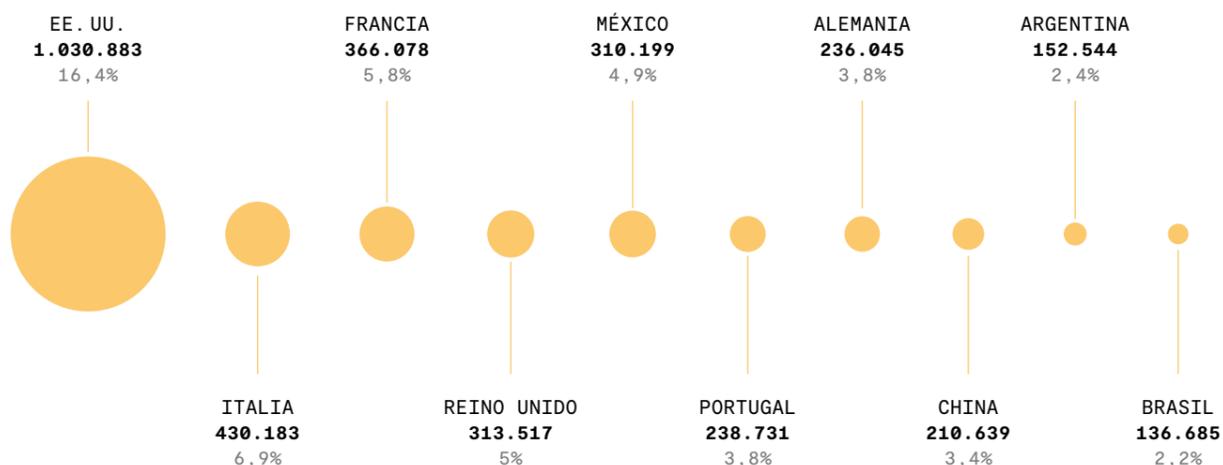
Mercados emisores

El turismo internacional ha impulsado el crecimiento de Madrid, con 6,2 millones de visitantes y con Estados Unidos, un año más, como principal mercado emisor, con 1.030.883 visitantes, seguido de Italia, Francia y Reino Unido. De los diez primeros mercados emisores de turismo internacional a la ciudad, cinco son de largo radio. El incremento más destacado fue el del mercado asiático (Japón, Corea del Sur y China), con un aumento del 60 % respecto a 2023. Supone un 5,2 % del total de emisores internacionales a Madrid.

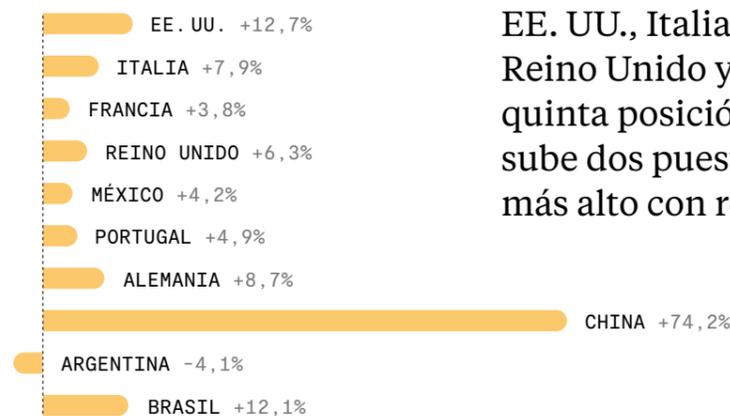
PRINCIPALES EMISORES INTERNACIONALES 2024

Pais | Total | % sobre el total

TOTAL
6.271.904



VARIACIÓN INTERANUAL



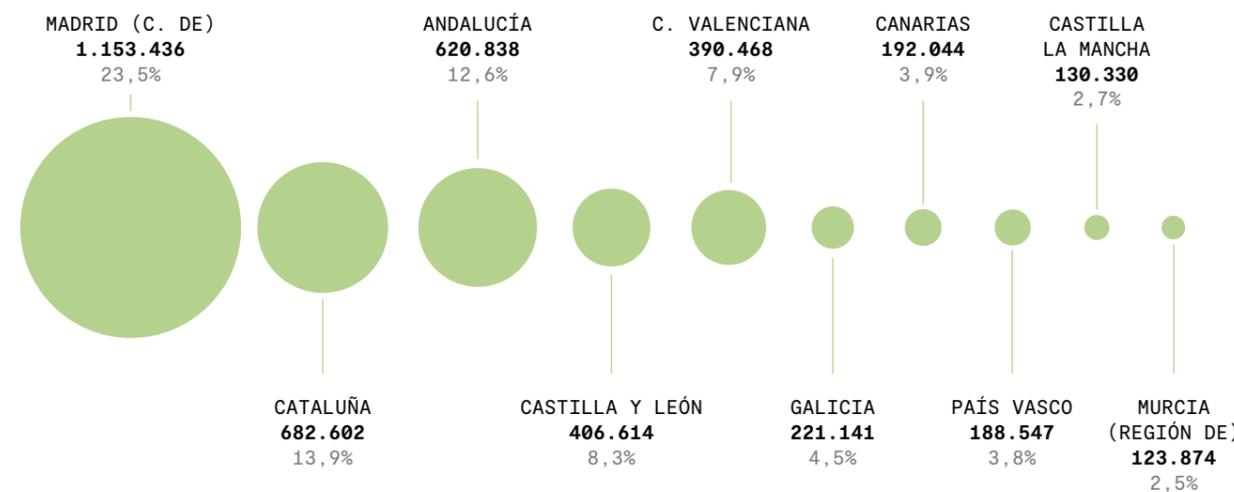
EE. UU., Italia y Francia lideran el *top 10*. Reino Unido y México suben a la cuarta y quinta posición respectivamente. China sube dos puestos y supone el crecimiento más alto con respecto a 2023.



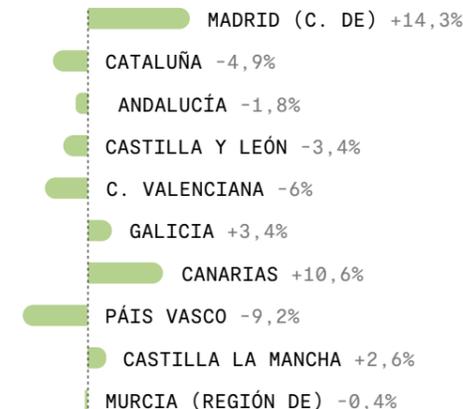
PRINCIPALES EMISORES NACIONALES 2024

Pais | Total | % sobre el total

TOTAL
4.917.589



VARIACIÓN INTERANUAL



La Comunidad de Madrid y Canarias son los emisores nacionales que más crecen, con una variación interanual del 14,3 % y del 10,6 % respectivamente.

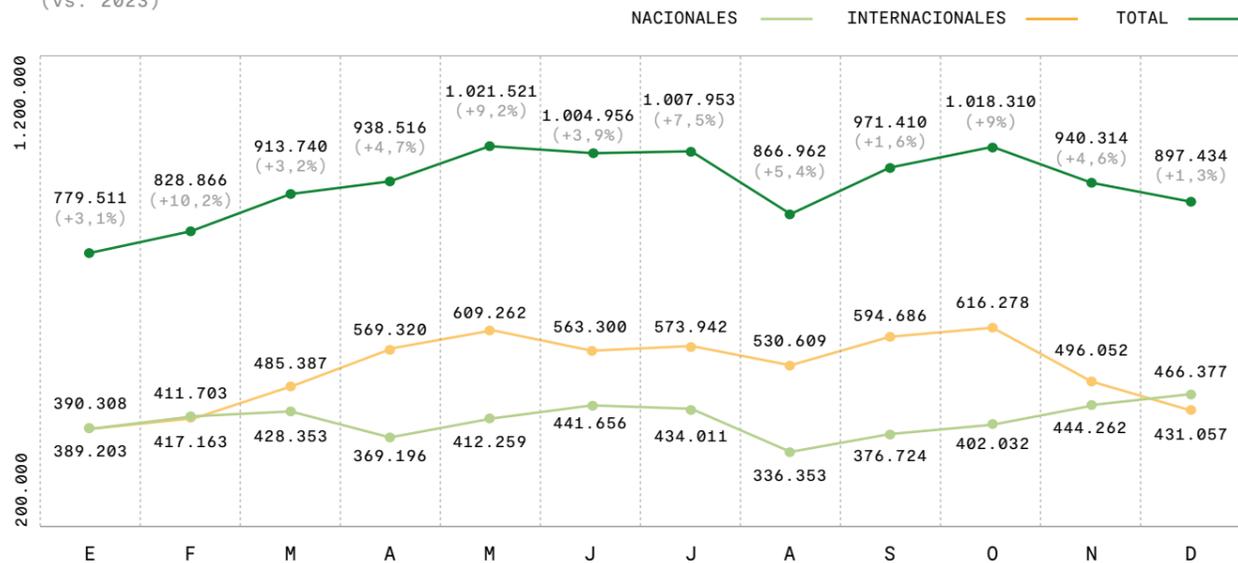
Viajeros, pernoctaciones y estancia media

Madrid afianza su liderazgo con una variación interanual de viajeros del 5,3%. Este incremento respecto al año anterior sitúa a la ciudad como una de las capitales más visitadas del mundo. Mayo fue el mes con mayor afluencia turística en 2024, con 1.021.521 visitantes (un 9,2 % más que en 2023), gracias a la celebración de sus fiestas patronales y a eventos internacionales que generaron un gran impacto en la ciudad.

La primavera sigue siendo la estación preferida por los viajeros para visitar la ciudad de Madrid.

EVOLUCIÓN MENSUAL DE VIAJEROS

(vs. 2023)



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos (EOAT) e Instituto Nacional de Estadística (INE).



El impacto en la ciudad de una pop star

Taylor Swift ofreció dos conciertos en el Santiago Bernabéu los días 29 y 30 de mayo, reuniendo a 130.500 personas en su gira *The Eras Tour*. El evento tuvo un impacto económico sin precedentes en Madrid, generando más de 45 millones de euros. Según Amadeus, la ocupación hotelera pasó del 70% el 27 de mayo al 90% en los días de los conciertos, muy por encima del 45%-52% del año anterior. Los asistentes permanecieron en la ciudad un promedio de dos días, con un gasto medio diario de 280 euros. Este fenómeno ha sido denominado el *Swift Lift*.

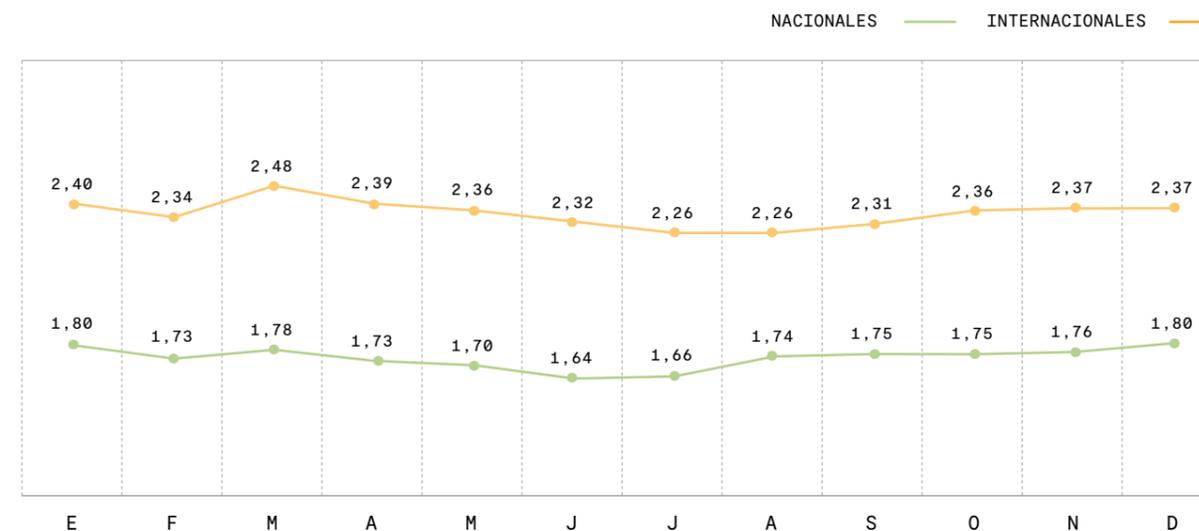
La desestacionalización es ya un hecho gracias al *mix* de visitantes, de diferentes orígenes, y a la distribución equilibrada de la actividad turística y cultural. El mejor mes de visitantes nacionales fue diciembre y en el caso de los visitantes internacionales fue octubre, siendo mayo el mejor mes en global.

PERNOCTACIONES

	NACIONALES 8.538.920	INTERNACIONALES 14.728.700	TOTAL (vs. 2023) 23.267.620
E	698.943	935.392	1.634.335 (+3,3%)
F	722.585	961.366	1.683.951 (+9,5%)
M	761.513	1.202.672	1.964.185 (+8,2%)
A	638.619	1.360.915	1.999.534 (0,0%)
M	701.220	1.439.836	2.141.056 (+7,5%)
J	726.399	1.305.716	2.032.115 (+2,9%)
J	719.254	1.298.452	2.017.706 (+4,4%)
A	585.977	1.200.922	1.786.899 (+3,5%)
S	658.293	1.370.878	2.029.171 (+1,9%)
O	703.802	1.456.045	2.159.847 (+7,2%)
N	781.950	1.173.677	1.955.627 (+6,1%)
D	840.365	1.022.829	1.863.194 (+1,4%)

2,35 noches es la estancia media de los turistas internacionales, por encima de la media total, de 2,08 noches.

ESTANCIA MEDIA POR ORIGEN DE VIAJERO



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos (EOAT) del Instituto Nacional de Estadística (INE).

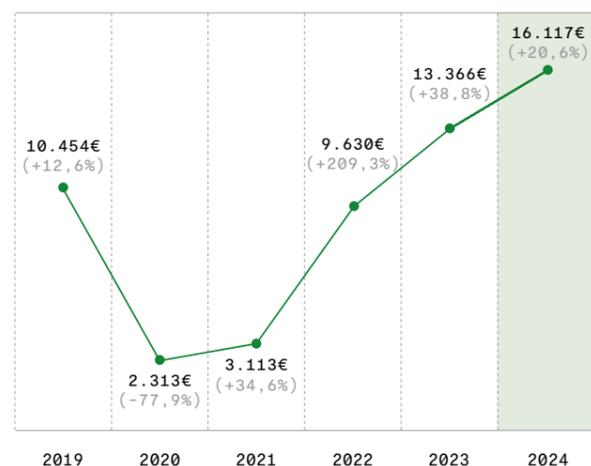
Gasto turístico

El impacto económico que genera el sector turístico en la región ha batido récords. Madrid ha implementado un modelo de turismo de calidad que hace que el retorno para la ciudad haya sido muy positivo: su contribución a la economía madrileña ha sido de 25.052 millones de euros, lo que supone alrededor del 8,6 % de su PIB (*EXCELTUR*).

Uno de los grandes logros de 2024 ha sido el crecimiento del gasto turístico internacional, que se ha disparado un 21 % respecto a 2023, con 16.117 millones de euros, superando ampliamente el crecimiento medio de España, que fue del 16 %.

GASTO TOTAL

(Variación interanual)



16.117 millones de euros en gasto turístico internacional en 2024, un 21 % más que en 2023 y un 54,2 % más que en 2019.

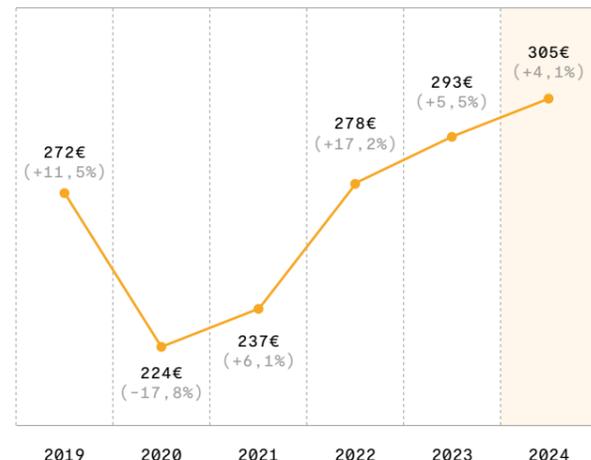
GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA

(Variación interanual)



GASTO MEDIO DIARIO POR PERSONA

(Variación interanual)



Fuente: Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) del Instituto Nacional de Estadística (INE).



Mercado latinoamericano

Madrid se ha convertido en un punto de referencia para este mercado por su posición como *hub* de conectividad aérea entre América Latina y Europa.

Según la Encuesta de Gasto Turístico (*EGATUR*), Chile, México, Brasil y Argentina encabezan la lista de principales mercados según su gasto medio diario, superando los 400 €, cifra más de 100 € superior al gasto medio diario del total de mercados internacionales (305 €). Destacan México y Colombia, con una subida respecto al 2023 de este indicador superior al 25 %. Estos datos muestran la importancia y el impacto positivo del mercado latinoamericano en la ciudad, que supone entre los tres países presentes en el *top 10*, México, Argentina y Brasil, el 9,6 % del total de visitantes internacionales.

	GASTO MEDIO DIARIO 2024	VARIACIÓN INTERANUAL
CHILE	499€	-9,5%
MÉXICO	482€	+25,4%
BRASIL	459€	+3,9%
ARGENTINA	402€	-4,1%
COLOMBIA	368€	+25,1%
VALOR MEDIO LATAM	417€	+12,1%
VALOR MEDIO TOTAL MERCADOS INTERNACIONALES	306€	+4,1%

Los estadounidenses son los viajeros que más gastan, con una variación interanual del 30,6 % respecto a 2023 y de un 69,6 % respecto a 2019. Su aportación supone el 16,4 % del total de gasto en Madrid. Fuera del *top 10* de visitantes internacionales, Japón registró el gasto medio por persona más alto entre todos los mercados emisores, alcanzando los 5.177 euros, un 70,7 % más que en 2023.

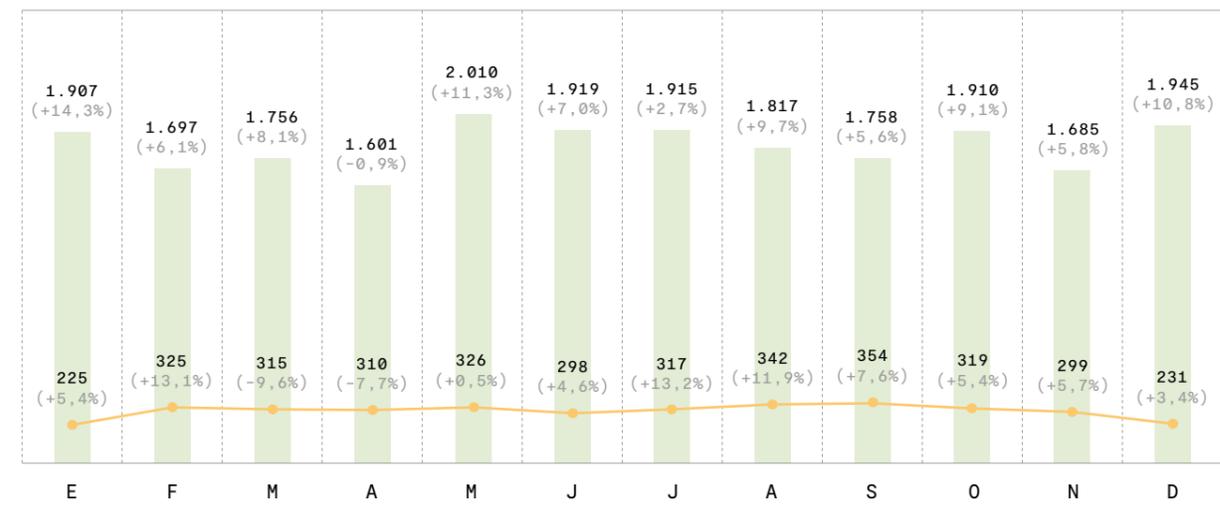
Fuente: Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) del Instituto Nacional de Estadística (INE).



EVOLUCIÓN MENSUAL GASTO TURÍSTICO VISITANTE INTERNACIONAL

Euros | (Variación interanual)

GASTO MEDIO POR PERSONA — GASTO MEDIO DIARIO



Fuente: EGATUR.

1.765 millones de euros en mayo, el mes con mayor gasto total en 2024, seguido de octubre y junio. Un impacto económico que coincide con la visita de Taylor Swift a Madrid.

1.827 euros es el gasto medio del visitante internacional en Madrid, la región de España con mayor gasto medio por persona (+ 7,5 % vs. 2023).

GASTO POR PARTIDAS



37%

GASTO TRANSPORTE INTERNACIONAL



12%

GASTO ALOJAMIENTO



12%

GASTO MANUTENCIÓN



29%

GASTO ACTIVIDADES



6%

OTROS GASTOS

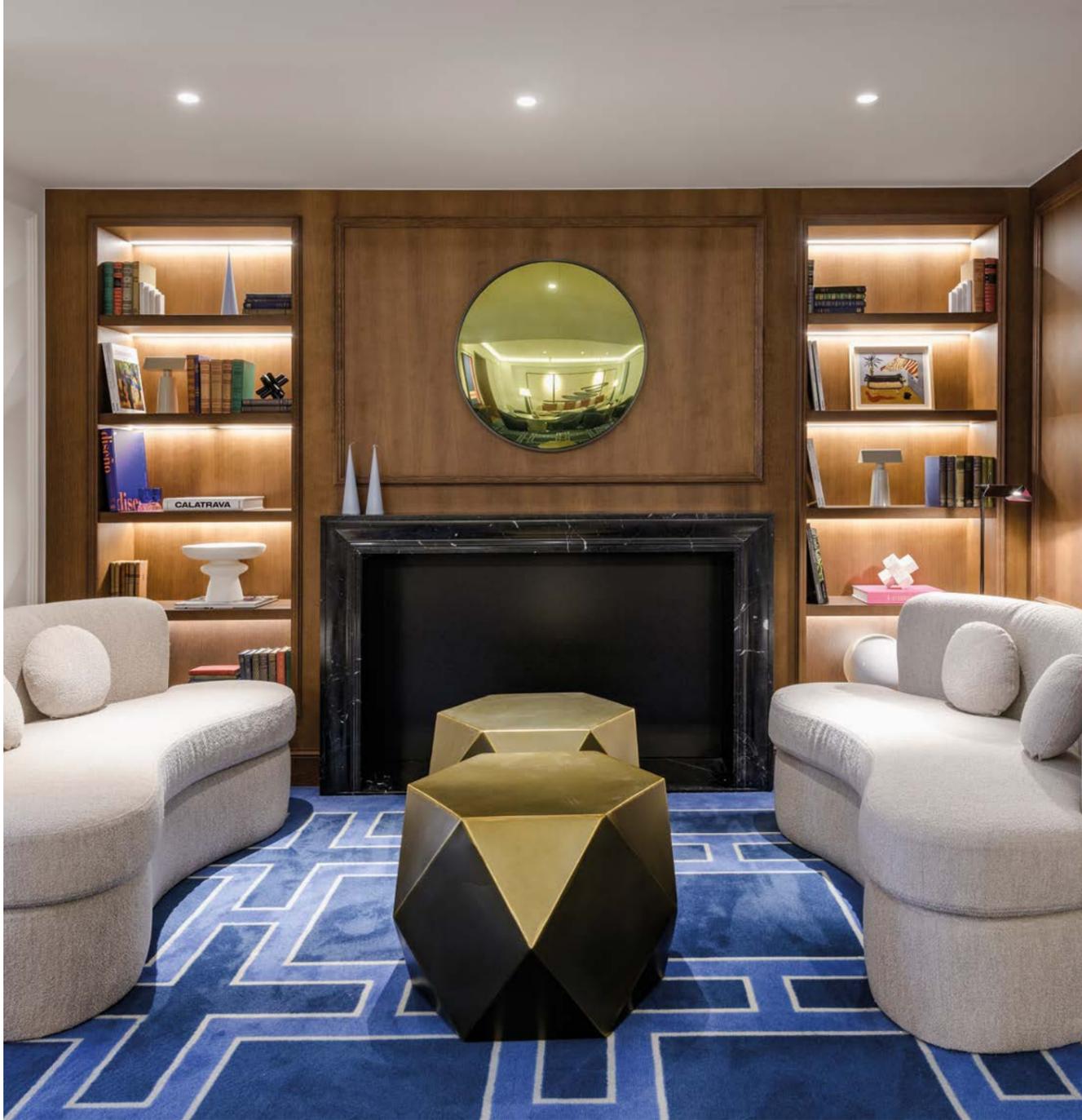


4%

GASTO INCLUIDO EN PAQUETE TURÍSTICO

Gasto en actividades, ocio, cultura y deporte

El gasto relacionado con actividades (ocio, cultura y deporte) supone la mayor partida de gasto en destino, algo que está directamente relacionado con la gran oferta de ocio y cultura que la ciudad ofrece (especialmente en enero y mayo, dos puntos por encima de la media, por los espectáculos navideños y los eventos internacionales celebrados en Madrid, como el concierto de Taylor Swift).



Principales indicadores de alojamiento

La posición de Madrid como destino predilecto para millones de visitantes también es palpable en su capacidad de alojamiento, que sigue ampliándose. La ciudad ofrece un total de 91.905 plazas, superando las 90.209 del año anterior. Esto tiene su reflejo en la creación de empleo: en 2024 el promedio de personal empleado en el sector

hotelero en Madrid fue de 13.356 personas, frente a las 12.818 del año anterior.

La capital registra uno de los mayores aumentos en ocupación y los indicadores RevPAR y ADR crecen significativamente.

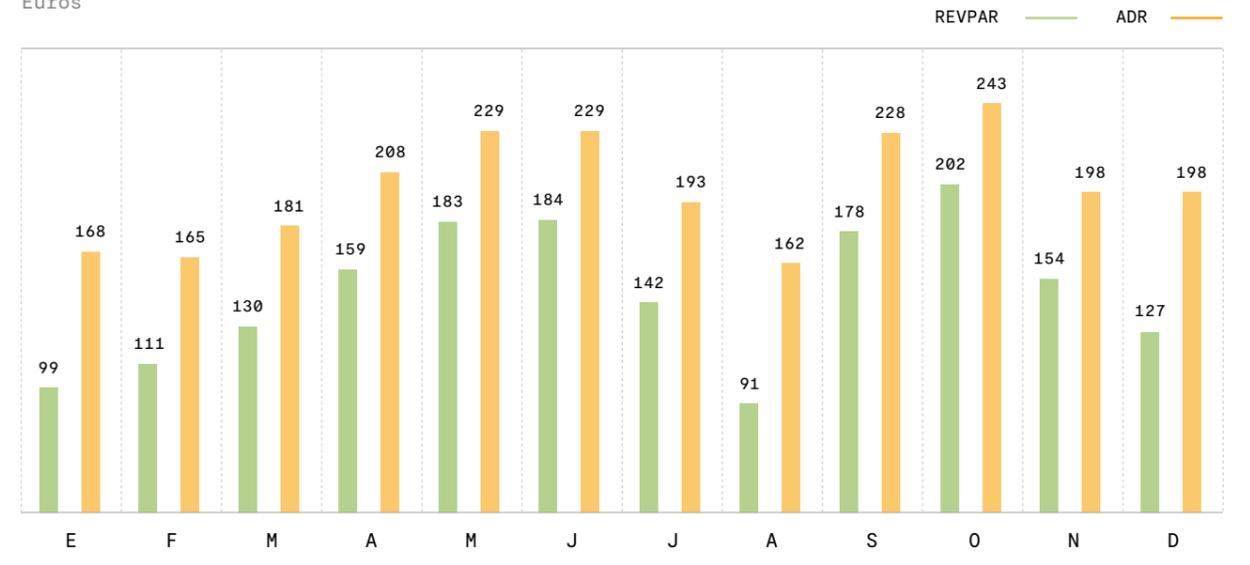
INFRAESTRUCTURA ALOJATIVA

(Variación interanual)



REVPAR Y ADR DE MADRID 5*/4*/3*

Euros



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) del Instituto Nacional de Estadística (INE).

DISTRIBUCIÓN POR CATEGORÍA DE HOTEL

Categoría | Número de habitaciones | Número de hoteles



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) del Instituto Nacional de Estadística (INE).

MADRID, UN LUJO

La capital española destacó por su oferta de hoteles de 5 estrellas, experiencias exclusivas, tiendas de lujo y restaurantes de alta gastronomía, consolidándose como un destino preferido para turistas de alto perfil.

En 2024, según datos del *INE*, más de un millón de viajeros (1.142.412) eligieron hoteles de cinco estrellas para su estancia en Madrid. El 72 % fueron visitantes internacionales (un 20 % más que en 2023), con una estancia media de 2,5 noches.

En los últimos cinco años la oferta de los hoteles 5 estrellas en la capital ha pasado de 36 establecimientos y 5.800 habitaciones a 39 establecimientos y 6.700 estancias. El 17 % del total de plazas hoteleras en Madrid corresponde a hoteles de cinco estrellas, con un total de 13.179 plazas. La tarifa media diaria de una habitación en esta categoría se ha duplicado en los últimos diez años: hoy es de 450 euros (según datos de *STR*, *CoStar Group*).

Madrid encabeza la lista de ciudades con mayor satisfacción del usuario en hoteles de lujo. Los establecimientos de 5 estrellas alcanzan un 91 % de satisfacción.

Fuente: Shiji ReviwPro 2024.



Madrid lidera la inversión hotelera en segmento urbano en España

Por tercer año consecutivo, Madrid vuelve a liderar en el segmento urbano la inversión hotelera con 20 transacciones y un volumen de 611 millones de euros, lo que supone un 18 % del total invertido en el segmento. Por primera vez el segmento urbano supera al vacacional (sol y playa) en inversión hotelera en España (52 % - 48 %).

Fuente: Colliers.

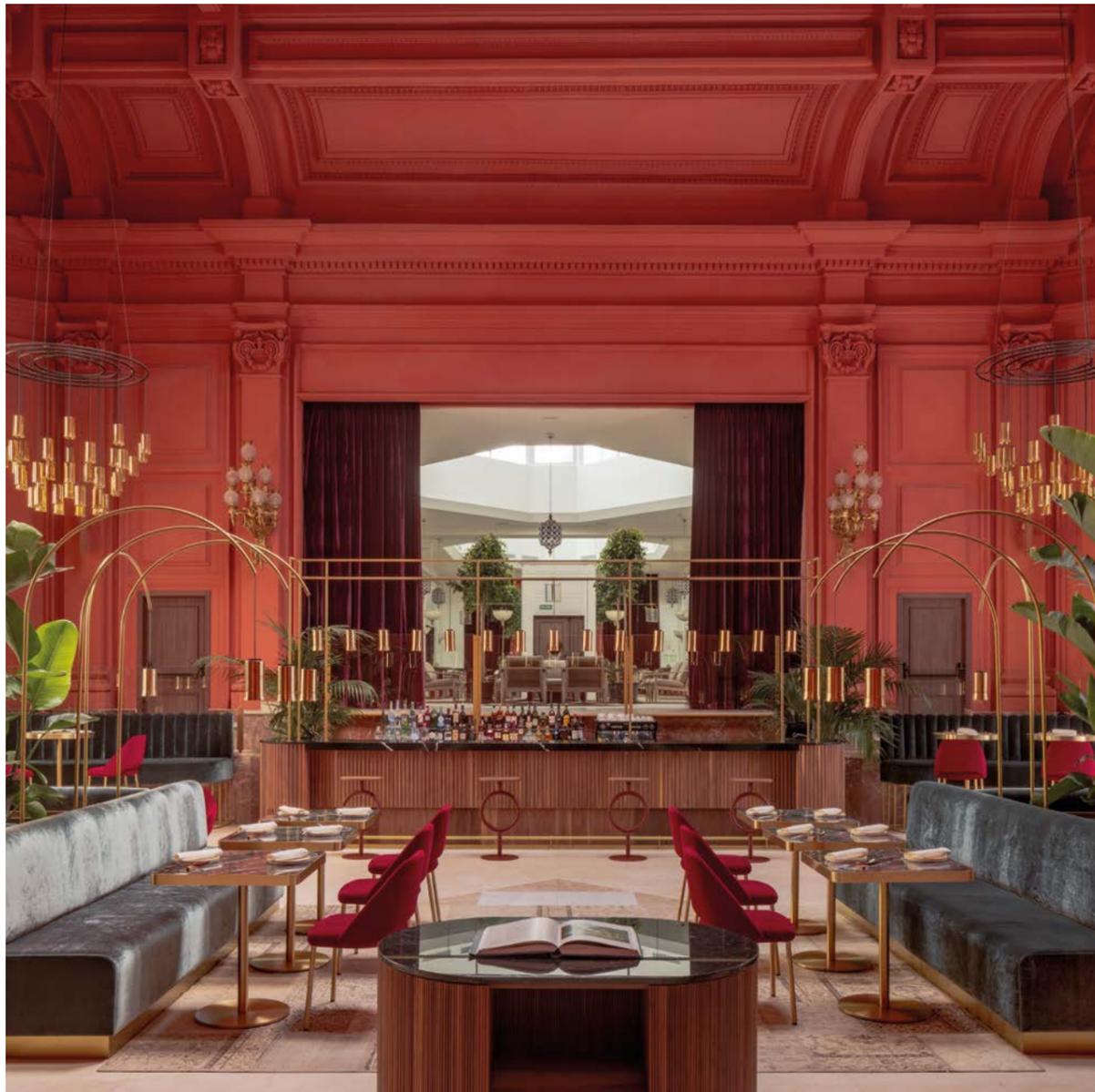
13 hoteles en la capital cuentan con la "Llave Michelin", una distinción estrenada en 2024 por la prestigiosa *Guía Michelin* para reconocer los establecimientos hoteleros más destacados.



NUEVOS HOTELES EN MADRID

La lista de nuevos hoteles en la capital no para de crecer y de situar a la ciudad en el mapa de mejores lugares para vivir una escapada y alojarte. Destacan las aperturas del Hotel Brach de Evok Collection en Gran Vía, con diseño de Philippe Starck, el Autor Hotel Madrid de la cadena Marriott, el reformado Casa de las Artes, adscrito al sello Meliá Collection, en la calle Atocha y el INNSIDE Valdebebas inaugurado recientemente.

En 2025 se espera la reinauguración de The Westin Palace, que pasa a llamarse The Palace Hotel, la apertura de un nuevo establecimiento 5 estrellas de la cadena Mercer Hoteles, en el barrio de los Jerónimos, y la proyección de un gran hotel en Valdebebas de la cadena filipina Double Dragon, cercano al futuro circuito urbano en el que se celebrará el gran premio de Fórmula 1 a partir de 2026.



BRANDED RESIDENCES, UNA NUEVA MODALIDAD DE ALOJAMIENTOS

Con la apertura de estos nuevos hoteles y residencias se incrementará la oferta de plazas de hospedaje y por tanto la capacidad para atraer turismo y eventos.

Una de las tendencias en auge dentro del segmento de los alojamientos es el de las *branded residences*, de hecho, a nivel global hay más de 1.300 proyectos en marcha y España se está consolidando como el nuevo epicentro europeo.

En la capital española ya operan residencias con servicios hoteleros, como es el caso de Hyatt Regency Residences, abierto en 2021. En 2025 la cadena Mandarin oriental contará con 30 residencias de lujo en Madrid tras un acuerdo con Pictet y Blassson Property. SLS Hotels & Residences, parte de Ennismore abrirá en 2025 también SLS Madrid Infantas Residences, en un edificio histórico de los años 20 diseñado por el arquitecto español Eduardo Sánchez Eznarriaga. Contará con 33 apartamentos y áticos con terrazas y piscinas privadas, servicios residenciales especializados y servicios de hospitalidad cuidadosamente seleccionados.



Conectividad

En 2024 Madrid ha experimentado avances significativos en conectividad, lo que ha contribuido a fortalecer la ciudad como destino turístico. El aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas, uno de los mejor conectados del mundo, junto con una sólida red de carreteras y líneas ferroviarias con cada vez más operadoras, convierten a Madrid en el enclave perfecto para la llegada de vistantes de ocio y negocio.

Conectividad aérea

El aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas ocupa el puesto 28 según el "OAG Megahubs Index 2024" (el ranking de los aeropuertos internacionales mejor conectados). Las cifras y los datos le han posicionado nuevamente entre los tres primeros aeropuertos de Europa, con una sólida red de rutas y 66.196.984 viajeros, lo que representa un incremento del 10 % respecto al año anterior. De la cifra total de pasajeros de vuelos comerciales, 48.768.415 fueron viajeros de desplazamientos internacionales, un 11,2 % más que en 2023.

Cabe resaltar que en 2024 la conectividad aérea ha seguido estando supeditada a la existencia de dos

grandes conflictos bélicos en las zonas de Ucrania y de Gaza, que siguen afectando los espacios y las rutas aéreas en general.

Dentro de las novedades de este año, hay que destacar la ampliación de la conectividad aérea de Madrid con mercados internacionales clave. Por ejemplo, en 2024 se abrió la ruta desde Montreal con Air Canada, se recuperó la conexión directa entre Madrid y Tokio, y se reactivó la que ofrece Hainan Airlines desde Shenzhen, fortaleciendo los lazos con Asia. Así, a finales de 2024 las conexiones con China sumaban 6 destinos y un incremento de pasajeros del + 147 % respecto 2023 y del 49 % respecto 2019.



AEROPUERTO ADOLFO SUÁREZ MADRID-BARAJAS

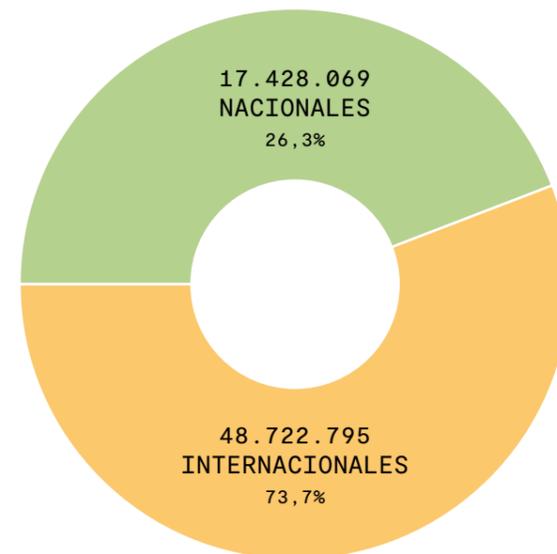
(Comparativa 2023)

TOTAL NÚMERO DE VIAJEROS
66.196.984
(+9,9%)

218
DESTINOS
(+9)

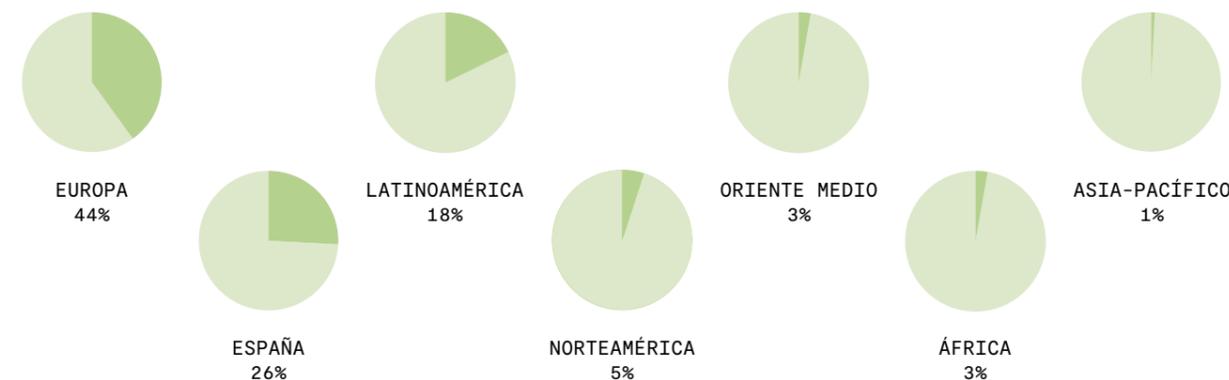
418
RUTAS
(+22)

83
AEROLÍNEAS
(+4)



CUOTA DE MERCADO POR ZONA GEOGRÁFICA

% sobre el total



Fuente: AENA.



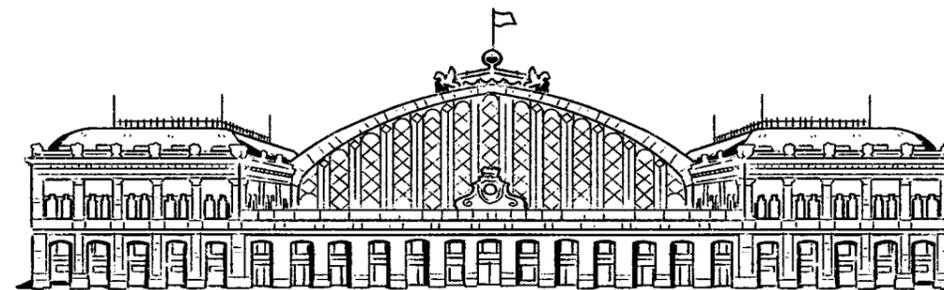
Conectividad ferroviaria

En 2024 el número de viajeros (no solamente turistas) que utilizó la alta velocidad en España se disparó un 22,8 %.

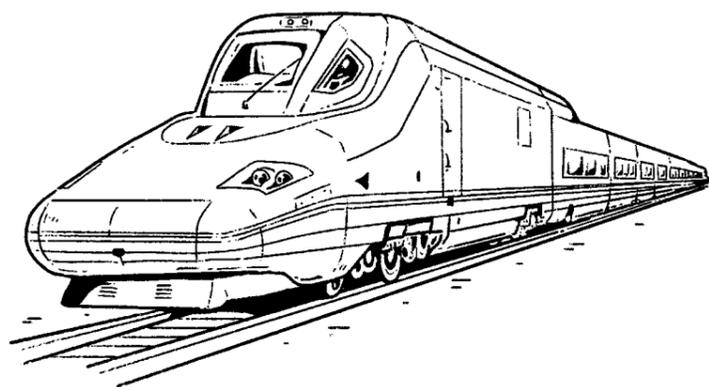
RENFE sigue encabezando el transporte ferroviario de alta velocidad, con 37 millones de viajeros. 7,9 millones de viajeros optaron por la italiana Iryo, con 11 ciudades

conectadas en 2024. La francesa Ouigo cerró 2024 con 5,1 millones de viajeros.

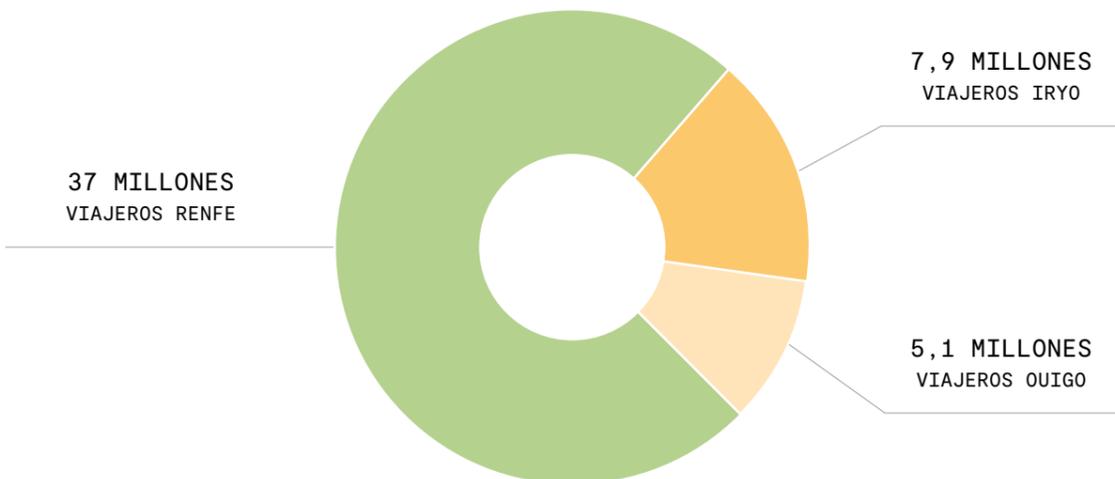
Las conexiones Madrid-Valencia, Madrid-Málaga/Granada y Madrid-Alicante han marcado récords de tráfico.



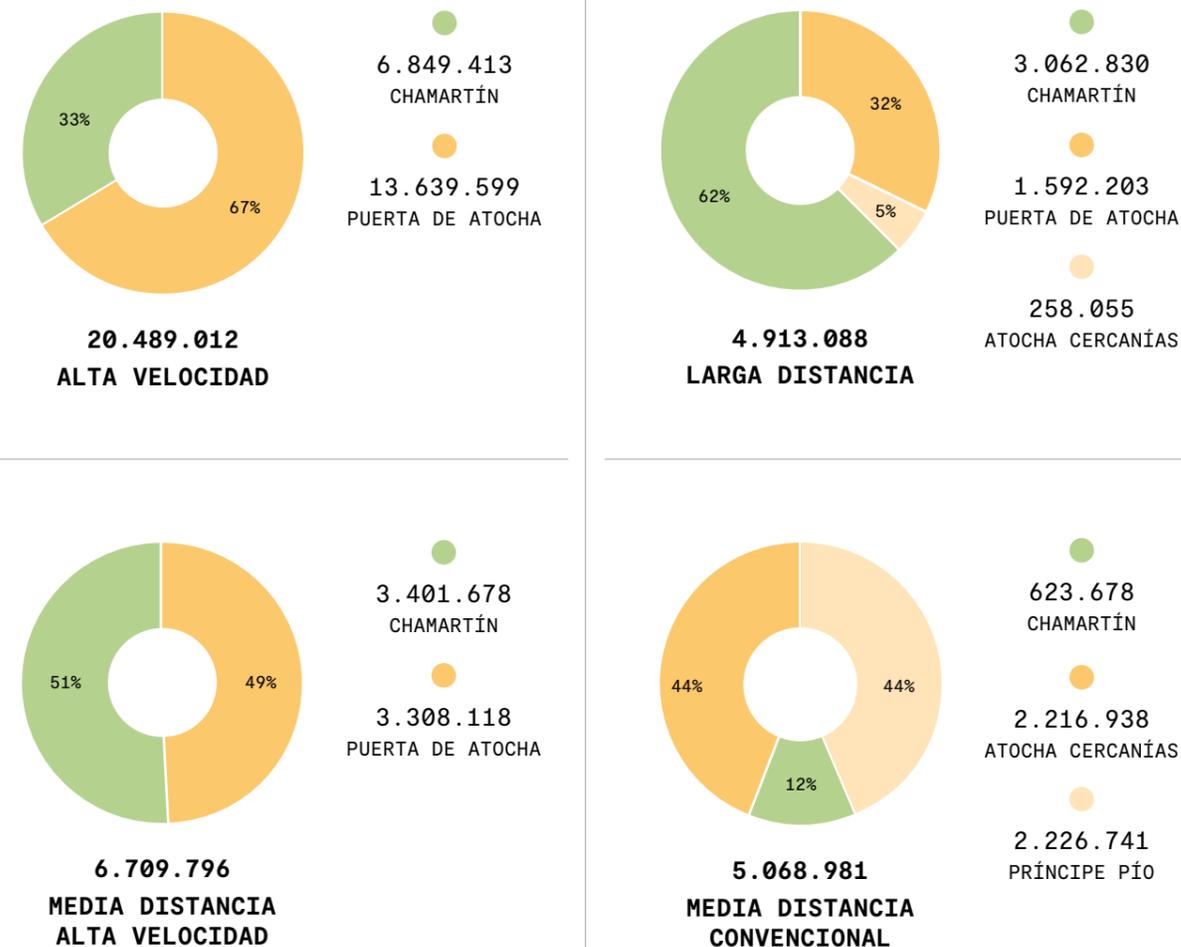
PROVINCIAS CONECTADAS DESDE MADRID



VIAJEROS EN TREN



Fuente: RENFE, Iryo y Ouigo.



Conectividad terrestre

Respecto a la conectividad por vía terrestre, el aumento de viajeros a Madrid también fue positivo: creció un 15 %, con 11,5 millones de billetes con destino Madrid, de los cuáles el 78 % fueron nacionales y el 22 % internacionales (*Movelia*). El transporte en autobús sigue siendo una de

las opciones más económicas para los viajeros y Madrid se mantiene como un nodo esencial, con un notable crecimiento de la demanda en el transporte interurbano dentro de la comunidad y a nivel nacional, lo que contribuye a potenciar el turismo doméstico.

Fuente: RENFE.



Experiencia del visitante

Madrid es la ciudad más deseada de Europa. En 2024, la capital recibió este reconocimiento por parte de la revista de viajes británica *Wanderlust*, reafirmando su posición como destino turístico de referencia. Su rico patrimonio, su dinámica agenda repleta de eventos y conciertos, su amplia oferta comercial o su gastronomía son algunos de los principales atractivos. El 100 % de los visitantes recomienda la experiencia.

Los atractivos de Madrid, en todos sus barrios, en todos sus rincones, son infinitos: el 87 % volvería a visitar la ciudad. El rango de edad predominante fue el de 36-55 años (40 %), si bien el peso del visitante de la generación Z (18-35 años) aumentó 3 puntos frente a 2023.

La experiencia, para todos los públicos, resulta memorable. La oferta cultural y patrimonial es el principal reclamo, pero existe un interés notable por distintas áreas como la gastronomía, las compras y la moda o la agenda cultural.

Madrid vuelve a reinar en el turismo de reuniones, con un impacto directo de 2.500 millones de euros en 2024, y ocupa por sexto año consecutivo el primer puesto como "Destino Líder Mundial para Reuniones y Eventos".

Según el "Observatorio de la Cultura 2024", que realiza la *Fundación Contemporánea* (La Fábrica), Madrid enca-

beza de nuevo el *ranking* de las ciudades de España más valoradas por la calidad e innovación en su programación y ha sido designada por la Comunidad Europea de la nueva gastronomía (*CENG*) como la Capital Europea de la Cultura gastronómica para el periodo 2024-2025, un reconocimiento que resalta su rica tradición culinaria y su influencia en la gastronomía del continente.

Los eventos deportivos y culturales como MADDO dejan también un fuerte impacto económico en la ciudad. Esta última cita dejó unos ingresos en consumo de 560 millones de euros.

Más del 45 % de los visitantes considera que el tiempo óptimo para visitar Madrid está entre 3 y 5 días. La hospitalidad de los madrileños, la seguridad, la limpieza y la infraestructura de transportes fueron algunos de los aspectos más valorados.

Principales datos de percepción turística

100%

de los encuestados recomendaría visitar Madrid.

87%

de los encuestados regresaría a Madrid.

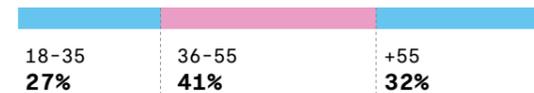
VIVIR MADRID



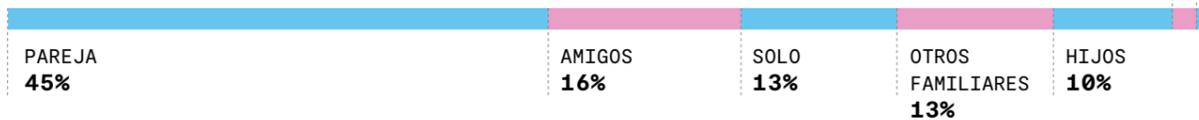
NÚMERO DE VISITAS A MADRID



EDAD



CON QUIÉN



6/10 han venido a Madrid por primera vez.



94% reservó su viaje de forma independiente. El 6 % lo hizo mediante algún paquete vacacional.



MOTIVO DE LA VISITA

para el **62%** de los visitantes el principal motivo de su visita fueron los monumentos y el patrimonio de Madrid. Un 27 % vinieron motivados por la oferta gastronómica.

SATISFACCIÓN DE LA VISITA

8,6/10 es la puntuación media de satisfacción global que obtiene Madrid, destacando los atributos: patrimonio, oferta de ocio, gastronomía, eventos y transporte.

TIEMPO ÓPTIMO DE VISITA EN MADRID



TIEMPO ÓPTIMO DE VISITA EN MADRID Y ALREDEDORES



90% considera que existe una buena o muy buena promoción de Madrid en su ciudad de origen.



37% buscó información para su viaje a través de las redes sociales.



Patrimonio cultural

Los museos municipales recibieron cerca de un millón de visitas en 2024, un 10 % más que en 2023.

La rica herencia de la ciudad, con sus más de 70 museos, cerca de 2.000 monumentos y más de 200 edificios históricos, convierten a Madrid en uno de los destinos preferidos para una escapada cultural.

El Palacio Real, la Puerta del Sol, la Plaza Mayor, el Templo de Debod o la Catedral de la Almudena siguen siendo paradas de visita obligada. Patrimonio Nacional ha batido un nuevo récord de asistencia en 2024, con 7.169.027 visitantes, lo que supone un incremento del 12,52 % respecto a 2023, siendo diciembre el mes con mayor afluencia, coincidiendo con el puente de la Constitución y las vacaciones navideñas.

RÁNKING DE LOS MUSEOS Y MONUMENTOS MÁS VISITADOS



3.457.057
VISITANTES TOTALES

MUSEO NACIONAL
DEL PRADO



1.563.869
VISITANTES TOTALES

PALACIO
REAL



1.537.105
VISITANTES TOTALES

MUSEO NACIONAL
CENTRO DE ARTE
REINA SOFÍA



951.821
VISITANTES TOTALES

MUSEO NACIONAL
THYSSEN-BORNEMISZA



648.209
VISITANTES TOTALES

GALERÍA DE LAS
COLECCIONES REALES



627.334
VISITANTES TOTALES

MUSEO ARQUEOLÓGICO
NACIONAL

Madrid, arte en cada rincón

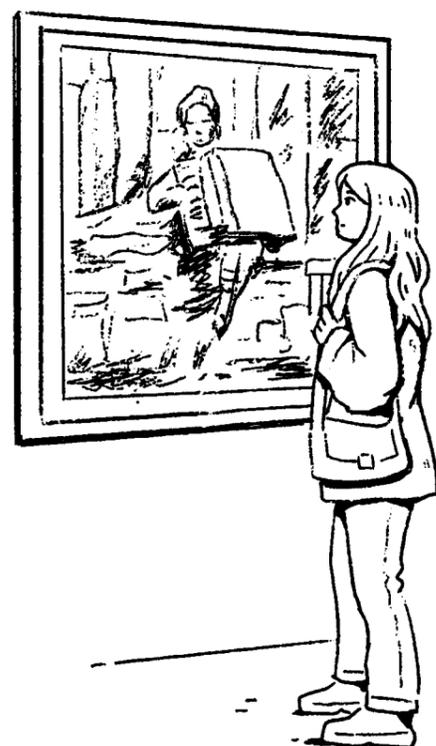
La ciudad cuenta con una gran oferta de museos y centros culturales que la convierten en un destino imprescindible para los amantes del arte. La oferta no solo se extiende por el Paseo del Arte, donde podemos asomarnos a importantes colecciones, sino que incluye propuestas como las de fundaciones y casas museo, como el Museo del Romanticismo, que alcanzó en 2024 su mejor registro histórico con 195.266 visitantes.

También hay espacio para tendencias creativas más disruptivas en espacios como Matadero Madrid, CentroCentro, el Espacio Cultural Serreña belga, o una de las últimas incorporaciones, Daoiz y Velarde.

El entramado de galerías de Madrid llega también a distritos como Carabanchel, con propuestas sugerentes y novedosas de arte moderno y contemporáneo y talleres de artistas en naves dedicadas a la creación.



Eventos como ARCOmadrid (con 205 galerías en su edición de 2024 de 26 países) y cerca de 100.000 visitantes en 2024 o PHotoESPAÑA son citas de fama internacional que consolidan a Madrid como epicentro cultural y generan un impacto notable en la ciudad.



92 metros de altura. El Faro de Moncloa, en la Ciudad Universitaria, ofrece unas excelentes vistas del skyline madrileño.

Madrid desde las alturas

El Faro de Moncloa, construido en 1992 con motivo de la designación de Madrid como Capital Europea de la Cultura, es uno de los miradores más impresionantes de Madrid y un claro ejemplo de cómo la ciudad ofrece importantes atractivos turísticos más allá del centro histórico. En 2024 recibió la visita de 110.057 personas.

Situado en el distrito de Moncloa-Aravaca, este emblemático mirador de 92 metros de altura permite descubrir la capital desde una óptica privilegiada. Su ubicación en la zona noroeste favorece que los visitantes exploren la ciudad desde su mirador acristalado, al que se accede mediante un ascensor panorámico. Desde el mismo se puede contemplar una vista de 360 grados que abarca desde la Sierra de Guadarrama hasta monumentos icónicos como el Palacio Real, la Gran Vía, el parque del Retiro y las Cuatro Torres.

Eventos deportivos

Los grandes eventos deportivos consolidan a Madrid como una de las principales ciudades mundiales del deporte. Estos son algunos de los que revolucionaron la capital a lo largo de 2024:

MARATÓN DE MADRID

El Zurich Rock'n'Roll Running Series Madrid atrajo a más de 40.000 participantes de todo el mundo, un 33 % más de corredores internacionales que en 2023, según el estudio realizado por la Universidad Europea de Madrid.

MUTUA MADRID OPEN

El torneo de tenis de categoría Masters 1000 reunió en la Caja Mágica, en su 15 aniversario como sede oficial del torneo, a los mejores tenistas internacionales y tuvo un retorno económico de más de 100 millones de euros en dos semanas.

ACCIONA OPEN DE ESPAÑA DE GOLF

La edición número 96 del Open de España se celebró del 26 al 29 de septiembre de 2024 en el Club de Campo Villa de Madrid. Es el primer evento deportivo con una huella hídrica y de carbono positivas. Dejó un impacto económico en la ciudad de más de 20 millones de euros y la cobertura mediática alcanzó a 87 países.

LAUREUS

En 2024 Madrid fue sede de estos premios, considerados los Oscars del deporte. El Palacio de Cibeles reunió a 300 destacados deportistas y personalidades, alcanzando una audiencia de 250 millones de personas. En 2025 estos galardones regresan de nuevo a Madrid tras el éxito de su debut como ciudad anfitriona.

MADRID HORSE WEEK

El gran evento hípico del año se celebró en el mes de noviembre en el recinto ferial de IFEMA: cuatro días de competiciones y actividades ecuestres que reunieron a más de 50.000 personas, 3.000 más que en la edición anterior.

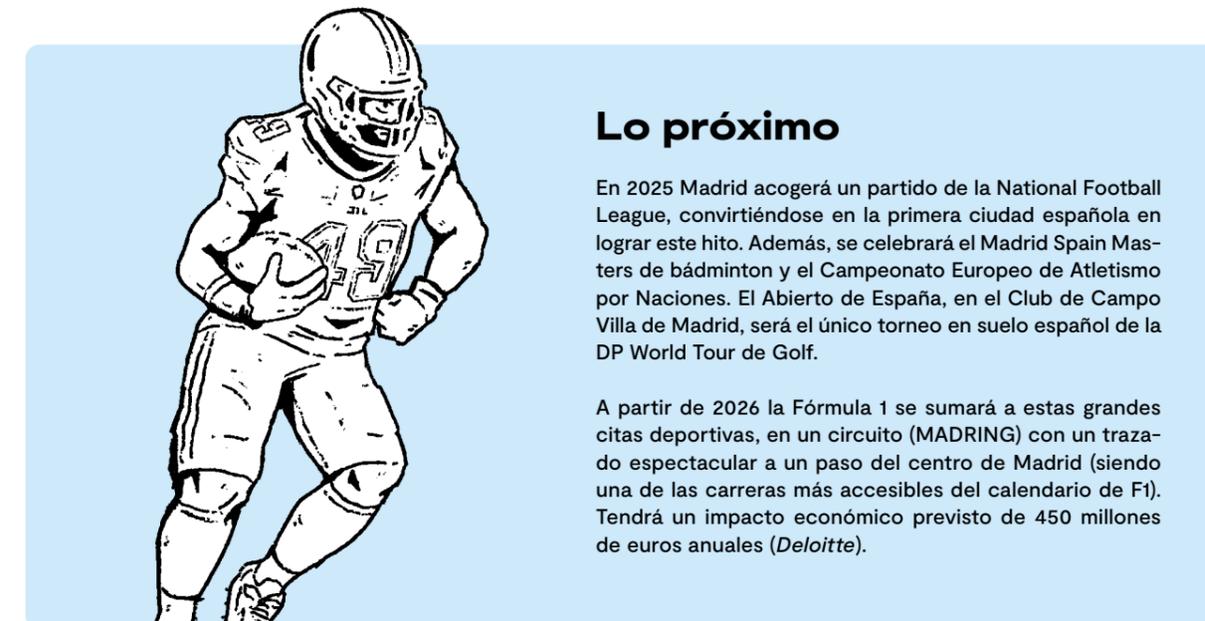


En el top 5 del deporte mundial

Madrid, según el estudio que elabora la consultora *Burson Sport*, fue quinta en el *ranking* mundial de 2024 de ciudades deportivas por detrás de París, Los Ángeles, Nueva York y Londres.

6 de los principales eventos deportivos tuvieron un impacto en Madrid de más de 250 millones de euros.

Fuente: CIT.



Lo próximo

En 2025 Madrid acogerá un partido de la National Football League, convirtiéndose en la primera ciudad española en lograr este hito. Además, se celebrará el Madrid Spain Masters de bádminton y el Campeonato Europeo de Atletismo por Naciones. El Abierto de España, en el Club de Campo Villa de Madrid, será el único torneo en suelo español de la DP World Tour de Golf.

A partir de 2026 la Fórmula 1 se sumará a estas grandes citas deportivas, en un circuito (MADRING) con un trazado espectacular a un paso del centro de Madrid (siendo una de las carreras más accesibles del calendario de F1). Tendrá un impacto económico previsto de 450 millones de euros anuales (*Deloitte*).



Madrid, todo un espectáculo

La “movida” cultural madrileña sigue dando grandes alegrías. La vitalidad y diversidad de su escena siguen consolidando a Madrid como un referente en el panorama artístico nacional e internacional. En 2024 las cifras del sector cultural en Madrid evidencian el triunfo de la música en directo.

Madrid lidera el *top* de facturación por venta de entradas, con una recaudación de 185.370.550 euros, un 79 % más que en 2023 y un 26 % del total de entradas vendidas en España, según el Anuario de la Música en Vivo 2025.

28.892 conciertos de música en vivo en Madrid (26,2 % del total de los celebrados en España).

Fuente: Anuario de la SGAE 2024.

MÚSICA PARA TODOS LOS GUSTOS

Madrid fue escenario en 2024 de inolvidables conciertos que establecieron récords de asistencia y venta de entradas. Taylor Swift dio el pistoletazo de salida a un calendario repleto de grandes nombres, como Iron Maiden, Metallica o Karol G, una de las artistas más influyentes del pop urbano, entre otros. Bruce Springsteen, en los tres conciertos que ofreció en junio en la ciudad con una asistencia total de 170.000 personas, logró una facturación de 25 millones de euros.

Además, la ciudad acogió una amplia variedad de festivales de música que enriquecieron la agenda, como el Mad Cool Festival, cuya edición de 2024 destacó por su récord de asistencia con más 220.000 personas en sus cuatro días de duración, o Hispanidad 2024, con 750 artistas de 22 nacionalidades y el concierto de Manuel Turizo en la Puerta de Alcalá que atrajo a 100.000 asistentes. El Jardín de las Delicias en el campus de la Universidad Complutense, con más de 30.000 asistentes; Love the 90's, que reunió a los más nostálgicos; o el Festival Internacional de Arte Sacro, en distintos espacios de la ciudad, fueron otras citas destacadas.



MADRID ES PURO TEATRO...

La ciudad cuenta con 77 espacios de representación teatral y casi un tercio de las butacas se dedican íntegramente a acoger al público de los musicales. Y es que este género posiciona a Madrid como la primera ciudad del mundo en la industria en castellano y una de las primeras a nivel mundial en volumen de negocio.

Los musicales toman todo Madrid

La Gran Vía se ha convertido en el Broadway castizo, con más de diez musicales a la vez, compartiendo temporada. Desde El Rey León pasando por Aladdin, Mamma Mia hasta Los chicos del coro, Los pilares de la tierra o The book of Mormon: hay temáticas para todos los gustos. Pero también hay *shows* y espectáculos alejados del centro que han cosechado un gran éxito de crítica y público y se han convertido en todo un reclamo turístico, como es el caso de WAH Show o Malinche, en el recinto ferial de IFEMA.

Los sabores de Madrid

Madrid ha sido designada como la Capital Europea de la Cultura gastronómica para el periodo 2024-2025, un reconocimiento que resalta su rica tradición culinaria y su influencia en la gastronomía del continente.

Madrid sabe bien. Sabores tradicionales conviven con técnicas innovadoras. La ciudad tiene más de 18.327 establecimientos hosteleros, según el Censo de locales de hostelería y restauración, algunos de ellos centenarios, como Casa Botín, Casa Labra o Café Gijón.

En el *top 10* de los mejores restaurantes del mundo (*William Reed Business Media*) encontramos tres españoles. Entre ellos, el restaurante DiverXO de Madrid, en el cuarto puesto.

Su chocolate con churros, pasando por su cocido y platos tradicionales como la tortilla española, el jamón ibérico o los huevos rotos, hasta la vanguardia de las opciones más gourmet. No hay quien se resista a la tentación de Madrid: con una oferta gastronómica de sobresaliente, según la Encuesta de Percepción Turística.

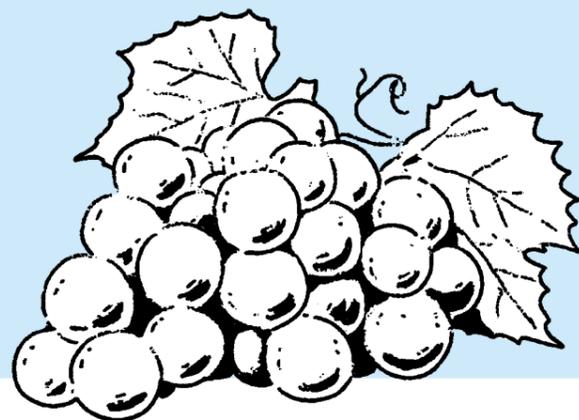
Las estrellas Michelin siguen creciendo en la ciudad y en 2024 se han otorgado 6 nuevas distinciones haciendo que sean ya 32 los restaurantes en esta prestigiosa lista. El Corte Inglés Castellana es el único centro comercial con una estrella (RavioXO).

Pasear por sus mercados municipales, 17 de ellos gastronómicos, es una experiencia única llena de olores y sabores y una oportunidad para probar y comprar productos típicos de la zona.

La celebración de eventos como The World's 50 Best Bars, con la participación de *bartenders* pioneros y grandes marcas, ha posicionado a Madrid como un destino de referencia en el mapa de la cultura de la coctelería. Este reconocimiento se suma a otros eventos destacados, como el Congreso Internacional Madrid Fusión, que cada año reúne a los mejores chefs y expertos gastronómicos para explorar tendencias innovadoras, y el Salón Gourmets, una feria internacional que subraya la excelencia en alimentos y bebidas de alta calidad. Estos encuentros reafirman el papel de la capital como un referente global en creatividad, innovación y excelencia en los sectores gastronómicos y de coctelería.

Madrid, vinos con denominación de origen

Con cuatro subzonas, Arganda, Navacerrada, San Martín de Valdeiglesias y El Molar, Madrid es la única capital de un país que le da nombre a una Denominación de Origen de vino: DOP Vinos de Madrid. Se creó en 1990, cuenta con más de 8.800 hectáreas de viñedo, y agrupa a unas 45 bodegas y alrededor de 200 marcas de vino.



Madrid se ha coronado como la mejor ciudad de Europa, y quinta del mundo, para comer.

Fuente: Time Out.

Un nuevo proyecto gourmet para 2025

Una de las zonas más emblemáticas de Madrid estrenará a finales de este año el Callejón de Nuga Castellana, el nuevo *hub* gastronómico de Madrid que está llamado a convertirse en el nuevo *Place to be* de la capital, con restaurantes, barras, zonas de *coworking* y actividades que ofrecerán cocina ininterrumpida durante todo el día. 66.000 metros cuadrados y una gran manzana multifuncional.



Madrid, paraíso de las compras

Madrid se ha consolidado en 2024 como uno de los destinos preferidos para los amantes de las compras. Lo confirman los datos que arroja la última Encuesta de Percepción Turística, en la que un 12 % de los viajeros menciona las compras y la moda como uno de los principales motivos de su visita.

El "Análisis del Gasto Turista 2024" elaborado gracias a la colaboración de Visa también confirma esta tendencia, situándose la industria de "Moda y Compras" en primer lugar en volumen de gasto con un 35 % y un crecimiento

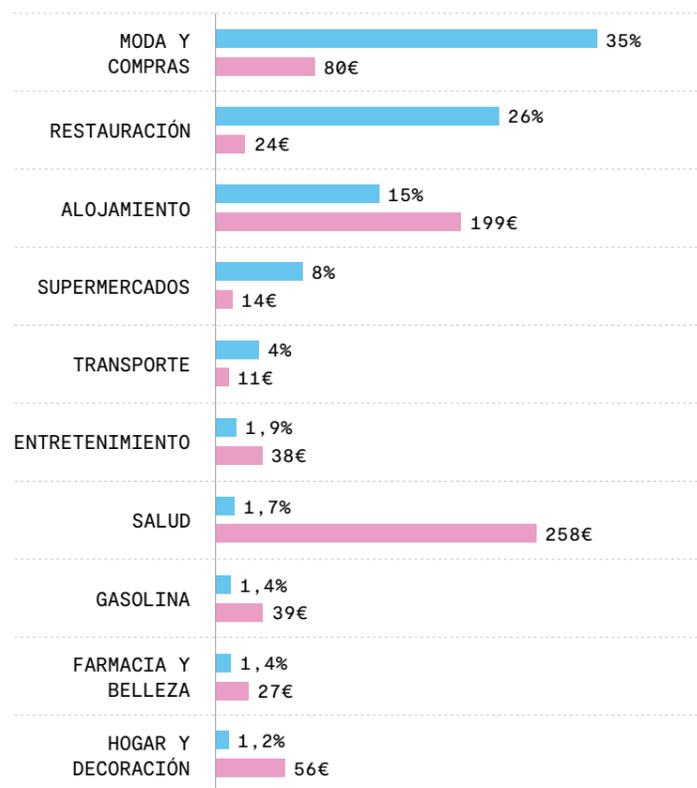
del 21 % vs. 2023. Febrero fue el mes con mayor incremento en el gasto total.

Negocios centenarios, tiendas de lujo, talleres artesanales, espacios llenos de diseño, mercadillos, anticuarios y librerías conviven en el entramado comercial de Madrid que, más allá de sus zonas comerciales emblemáticas en el centro, se expande también a otros barrios como Azca (con el renovado El Corte Inglés de Castellana), Chamartín (con Espacio Caleido), Galería Canalejas, Malasaña o Salesas.

¿EN QUÉ GASTA EL VISITANTE INTERNACIONAL?

● Volumen de gasto por industria
● Ticket medio

TOP 10 CATEGORÍAS DE GASTO

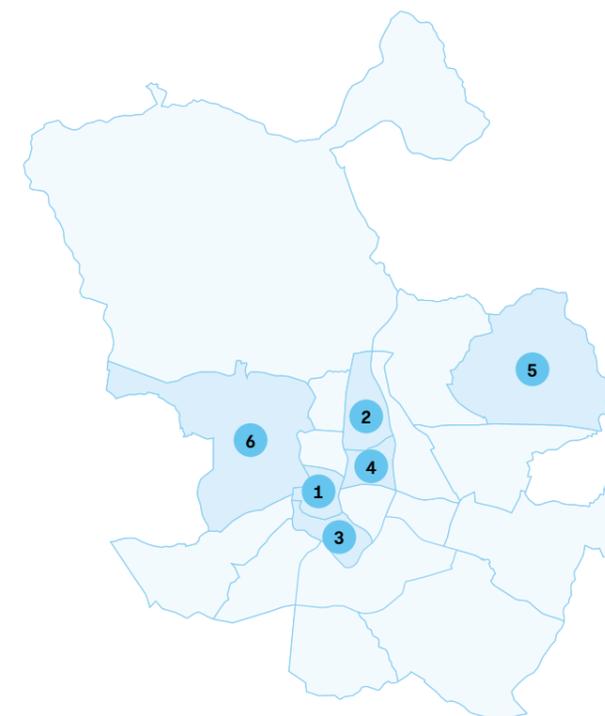


Moda y compras, restauración y alojamiento, concentran el 76 % del volumen de gasto en la ciudad.



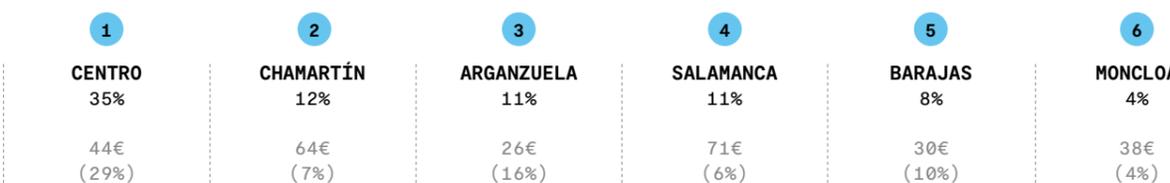
VENTAS POR DISTRITO

Volumen de gasto por distrito
Gasto medio
(% de transacciones totales)

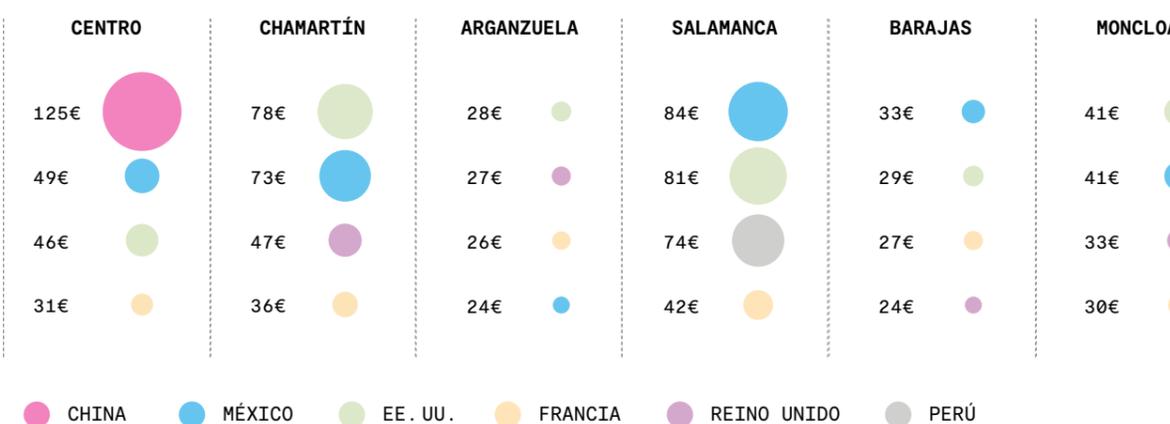


El distrito de Salamanca, con un ticket medio de 70 euros, es donde se encuentra el mayor gasto medio por tarjeta.

TOP 6 DISTRITOS



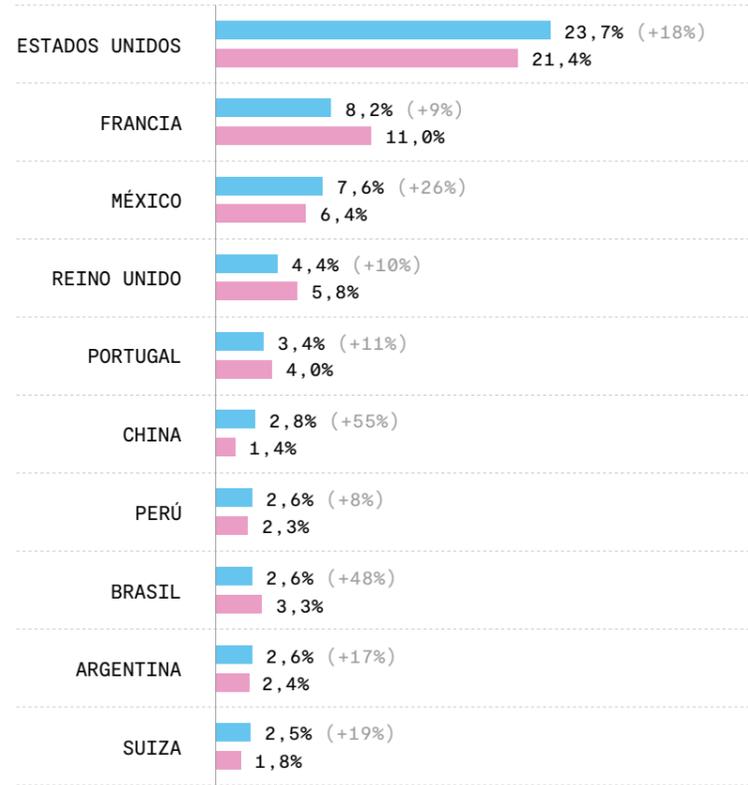
TICKET MEDIO POR DISTRITO Y ORIGEN



Estados Unidos aporta el mayor volumen de gasto en todos los distritos, teniendo además los tickets más altos en Chamartín y Arganzuela. Los turistas mexicanos son los que pagan tickets medios más altos en los distritos de Salamanca y Barajas.

GASTO POR PAÍSES DE ORIGEN

● Volumen de gasto (vs. 2023)
● % del total de transacciones



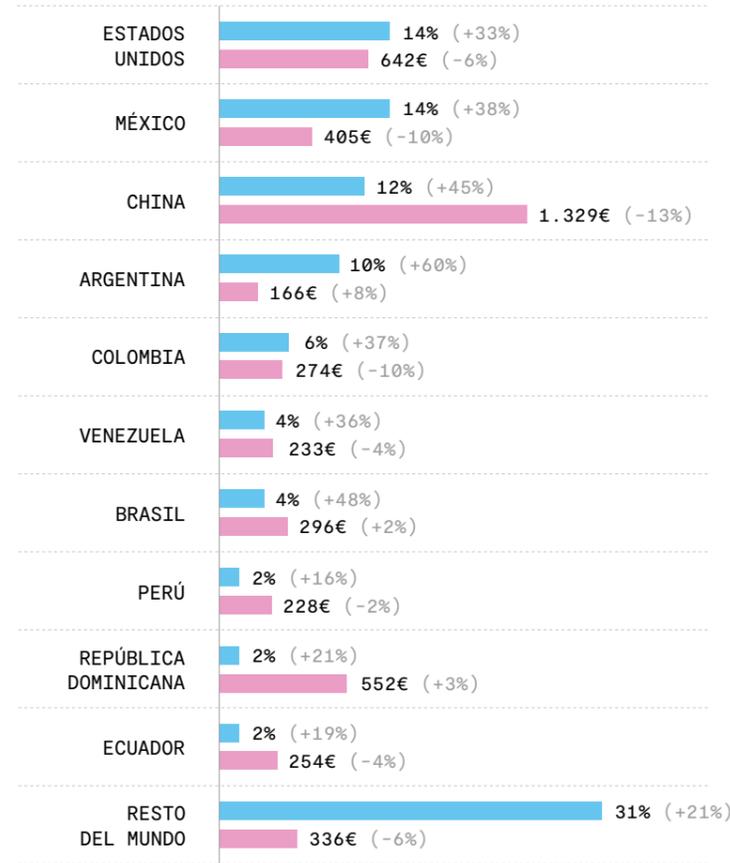
Fuente: Visanet para Madrid Destino.

El gasto de los viajeros chinos y brasileños es el que más ha crecido en el último año.

Los visitantes chinos vuelven a entrar en el top 10 por volumen de gasto por primera vez desde la pandemia, ocupando el sexto puesto (+ 55 % vs. 2023). Tienen además el mayor ticket medio (73 euros): destacan especialmente en el segmento de “Moda” donde China supone el 3 % del gasto, con un ticket medio de 287 euros, más del triple del ticket medio global para esta industria.

PAÍS DE ORIGEN TAX FREE

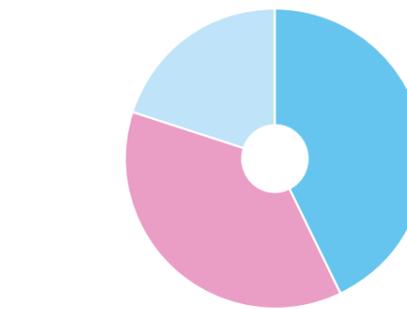
● Cuota ventas tax free 2024 (Tasa de crecimiento vs. 2023)
● Ticket medio por compra Tax Free 2024 (vs. 2023)



Los visitantes estadounidenses, mexicanos y chinos se consolidan como aquellos que más gastan en compras libres de impuestos.

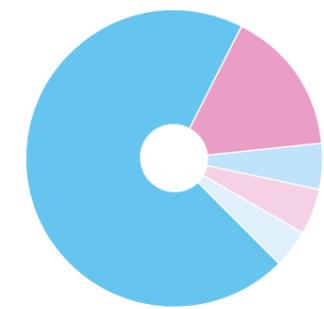
Salamanca y Centro concentran el 80 % del volumen de ventas tax free en la ciudad.

CUOTA VENTAS TAX FREE POR ÁREA COMERCIAL



- 43% BARRIO SALAMANCA
- 37% CENTRO
- 20% OTROS BARRIOS

CUOTA VENTAS TAX FREE POR CATEGORÍA



- 70% MODA Y COMPLEMENTOS
- 16% JOYERÍA Y RELOJERÍA
- 5% EQUIPOS ELECTRÓNICOS
- 5% ARTÍCULOS DEPORTIVOS
- 4% RESTO CATEGORÍAS

Fuente: Global Blue.

Hecho en Madrid



En el callejero del viejo Madrid encontramos nombres de oficios (Bordadores, Latoneros, Curtidores, etc.) que nos hablan de la riqueza del trabajo artesano en la ciudad. Con la herencia de lo que antes otros hicieron, ha surgido una nueva generación de talleres y creativos que nos descubren con sus productos el encanto de lo hecho a mano. En barrios como Lavapiés, Chueca, Las Salesas, Conde Duque, La Latina o el Madrid de los Austrias encontramos una gran variedad de propuestas que van desde sombrererías y alfarerías, pasando por joyerías, esparterías y talleres de bordado hasta zapaterías o cererías.

Turismo de reuniones

Madrid vuelve a reinar en el turismo de reuniones y congresos y es uno de los destinos más competitivos en este sentido. La capital de España se encuentra entre los primeros puestos en los *rankings* internacionales, ya sea *ICCA*, *AMEX Global Meetings&Events Forecast 2025* o el reconocimiento en los *World Travel Awards*, los premios internacionales más prestigiosos de la industria de viajes. Un éxito que tiene su fiel reflejo en los datos: Madrid concentra casi el 24 % del total de gasto turístico de reuniones a nivel nacional y el mayor desembolso se produce en alojamiento y transporte.

Según datos de *FRONTUR (INE)*, Madrid recibió a 1.118.383 visitantes de negocios internacionales, un 2 % más respecto a 2023, cada vez con estancias más largas (con un aumento de un 28 % en las estancias de cuatro noches o más). Junio fue el mes con mayor afluencia (134.793).

Madrid Convention Bureau celebró en 2024 su 40 aniversario. 40 años de dedicación para transformar Madrid en uno de los destinos más destacados en la industria de reuniones en el mundo.

Los espacios en los que se han celebrado los eventos es el aspecto mejor valorado por los asistentes a reuniones de la ciudad de Madrid.



2.555
millones de euros
impacto económico
directo.

58,5%
asistentes
internacionales.

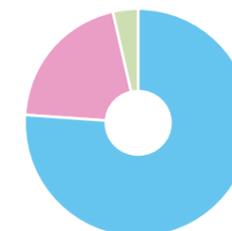
41,5%
asistentes
nacionales.

28 congresos de más de 1.000 personas, 9 nacionales y 19 internacionales.

100
millones de euros
generados.

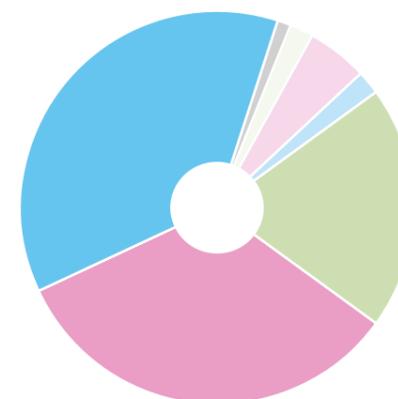
73.000
asistentes.

PROCEDENCIA PARTICIPANTE INTERNACIONAL



- 76% EUROPA
- 20% AMÉRICA
- 4% RESTO DEL MUNDO

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO



- 37% ALOJAMIENTO
- 33% TRANSPORTE
- 20% COMIDA
- 2% OTROS
- 5% ACTIVIDADES
- 2% PAQUETES
- 1% BIENES DURADEROS

1.686
euros de gasto
total de viaje
por participante
internacional.

(+5,5% vs. 2023)

765
euros de gasto
total de viaje
por participante
nacional.

(-1,23% vs. 2023)

El Madrid de los estudiantes

Según los últimos datos publicados por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades en su Estadística de Internacionalización (EI) 2024, el número de estudiantes extranjeros matriculados en universidades de la capital ascendió a 50.132, un 8,5 % más que el curso previo. Destacan, por país de procedencia, Francia, Italia, China y Estados Unidos. Esto refleja el crecimiento sostenido del turismo educativo e idiomático en la capital.

Su amplia oferta de universidades, instituciones educativas, escuelas de negocios y su oferta académica variada, la excelente conectividad internacional, la oferta cultural, la seguridad o el buen clima frente a otras ciudades europeas son algunos de los factores que favorecen esta tendencia.

En 2024, el impacto económico de los estudiantes internacionales en España alcanzó los 6.354 millones de euros (ICEX).

En 2024 los estudiantes de español que eligieron Madrid para mejorar el idioma fueron 15.118, un 14 % más que en 2023.

Fuente: FEDELE.



Orgullo de ciudad

Madrid es diversa y tolerante, libre, acogedora y amable. La ciudad sigue batiendo marcas como destino de referencia del colectivo LGTBQ+, especialmente a raíz de su designación como sede mundial del orgullo en 2017.

En junio de 2024, sus Fiestas del Orgullo no solo celebraron la diversidad sino que marcaron un hito económico con un aumento del gasto y la afluencia de turistas. Más de un millón de participantes (según datos de la organización) procedentes de todas las partes del mundo reivindicaron la igualdad en las calles del centro de Madrid. Dejaron un gasto en consumo de 560 millones de euros lo que supone un aumento del 7,8 % respecto a 2023 (Geoblink).

Las fiestas del Orgullo dejaron un gasto en consumo de 560 millones de euros.

Fuente: Geoblink / BBVA.

La capital está entre los 10 destinos más buscados del mundo en Booking.com durante los días en los que se celebra este evento.



Resumen actividad área de turismo

El turismo es un pilar fundamental en la economía de Madrid y la ciudad trabaja y apuesta por su crecimiento con una estrategia integral que impulsa su desarrollo a través de las diferentes áreas operativas del Área de Turismo del Ayuntamiento de Madrid.

Convertirse en un modelo líder de gestión del destino sostenible, basado en la descentralización, la implicación de la comunidad local, asegurando la generación continua de riqueza en el destino y la retención del talento. Ese es el principal objetivo del Plan Estratégico de Turismo de Madrid 2024-2027.

Las distintas subdirecciones ya trabajan en palancas estratégicas para aterrizarlo a través de la sostenibilidad: social, económica y medioambiental y las 3R'S, redefinir (2024), redistribuir (2025) y regenerar (2026).

En este capítulo presentamos un resumen de todas nuestras áreas operativas:

- Atención al Visitante
- Travel Trade y Conectividad
- Marketing Estratégico
- City Marketing y RRPP
- Madrid Convention Bureau
- Madrid Film Office

Mejorar la experiencia del visitante, promocionar la imagen de Madrid dentro y fuera de nuestras fronteras y consolidar la ciudad como destino de reuniones y grandes eventos, son algunas de las prioridades de estos departamentos. En 2024 ha habido importantes cifras e iniciativas de impacto: se ha recibido a más de 1.478.818 personas en la red municipal de Oficinas de Atención al Visitante; se ha atendido a más de 9.300 medios, agencias y turoperadores; se ha puesto en marcha Madrid Unique Destination; se han alcanzado 281.000 millones de impactos en la visualización de campañas digitales; Madrid Convention Bureau celebró su 40 aniversario; y se han asistido más de 500 proyectos audiovisuales.

Una gestión del turismo que evoluciona y crece y todo ello poniendo el foco en la digitalización del sector y con la sostenibilidad como eje central.

Atención al visitante

Departamento responsable de la gestión de la Red de Oficinas de Información Turística municipales, así como de proyectos orientados a la mejora de la comercialización, la accesibilidad y la calidad turística de Madrid como destino.

El Ayuntamiento de Madrid cuenta con una red de 11 oficinas de turismo abiertas los 365 días del año, donde los visitantes reciben atención personalizada y de calidad. Además, con VideoAtención360, los informadores turísticos pueden guiarlos en recorridos virtuales inmersivos, utilizando un amplio catálogo de imágenes en 360º de los principales atractivos de la ciudad.

El programa de Visitas Guiadas Accesibles permite a los visitantes con necesidades especiales explorar la ciudad sin barreras, consolidando a Madrid como destino de referencia en accesibilidad turística.



Descubre los servicios de atención a tu disposición.

180
visitas del programa de Visitas Guiadas Accesibles.

9,94/10
puntuación obtenida en las auditoria ISO 14.785 (Gestión de Oficinas de Turismo).



1.478.818
personas atendidas en la red municipal de Oficinas de Atención al Visitante.

110.057
visitantes al Faro de Moncloa.

Qué nos ha gustado de 2024

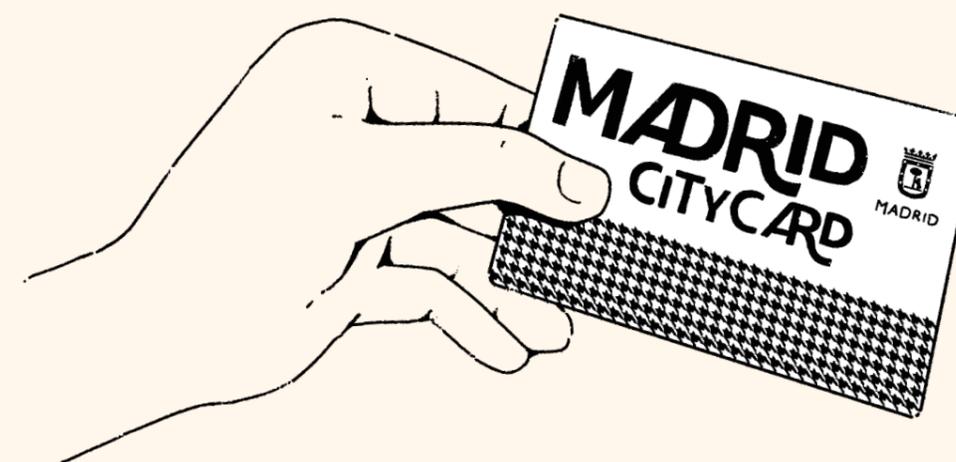
Nuestro centro de experiencia turística de Casa de la Panadería ha sido reconocido con el premio "Autism Friendly", demostrando nuestro compromiso continuo con la accesibilidad y la creación de experiencias para todos.

Qué vamos a hacer en 2025

Pondremos en marcha, gracias a los fondos Next Generation EU, el nuevo Sistema de Medición, Reducción y Compensación de la Huella de Carbono derivada de la actividad turística en Madrid.

Hito sostenible

La Madrid City Card facilita a los visitantes el uso del transporte público, reafirmando el compromiso con la movilidad sostenible y la descentralización. Además, ofrece propuestas específicas para disfrutar de experiencias turísticas más allá de la almendra central.

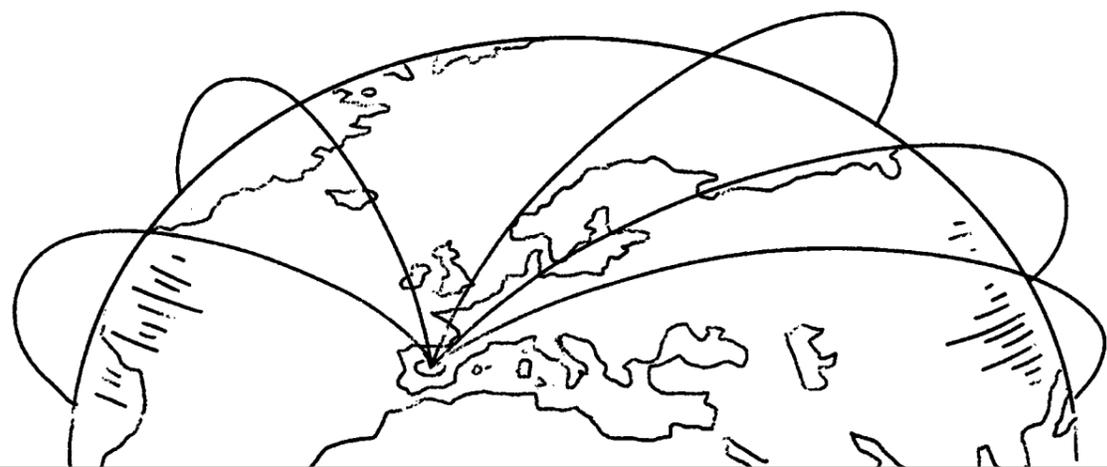


Visita la web Madrid City Card.



Travel trade y conectividad

Departamento responsable de promocionar la ciudad como destino de viajes de ocio con una apuesta clara por el turismo de calidad y sostenible. La colaboración público-privada es fundamental en esta misión; el enfoque está puesto en reforzar las relaciones profesionales con los distintos actores del sector y la conectividad del destino.



En conectividad, Madrid continuó consolidándose como *hub* internacional, especialmente con Asia y LATAM.

58

actividades de promoción organizadas o participadas por TT&C en Madrid, en España e internacionalmente.

9.312

medios, agencias y turoperadores atendidos en las acciones promocionales internacionales (*roadshows*, jornadas y ferias), en España e internacionalmente.

51

socios fundadores de Madrid Unique Destination.



Descubre todos los recursos a tu alcance.



Qué nos ha gustado de 2024

En 2024 se creó el Club de Producto de Alto Impacto Madrid Unique Destination, gracias a la financiación con fondos Next Generation EU. Tiene como objetivo crear una oferta turística especializada, sostenible, diversificada y de alta calidad, dirigida al segmento premium tanto nacional como internacional. En Conectividad, se continuó consolidando Madrid como *hub* internacional, especialmente con Asia y LATAM y mejorando también la conectividad ferroviaria y terrestre. Destacamos las aperturas de rutas a Madrid de Montreal con Air Canada, la de Shenzhen con Hainan Airlines y la ruta Tokio-Madrid con Iberia. En cuanto a campañas de comarketing, se han realizado dos grandes campañas con Air Canada así como con nuestro partner de conectividad terrestre, *Movelía*.

Qué vamos a hacer en 2025

Seguiremos trabajando en la puesta en marcha de Madrid Unique Destination en mercados de largo radio gracias a la financiación con fondos Next Generation EU. Además, mejoraremos la conectividad aérea en mercados estratégicos como Brasil, Canadá, China y México, y la ferroviaria y terrestre, colaborando con compañías como RENFE, Iryo y Movelia y Spain by Train, anterior Red Ciudades AVE.

Marketing estratégico

Departamento responsable de potenciar la visibilidad y el posicionamiento del relato y marca de la ciudad de Madrid como destino turístico mediante campañas de marketing digital y *offline* así como de comunicación en redes sociales y con prensa internacional. Asimismo, desarrolla proyectos estratégicos vinculados a la innovación y digitalización.



Descubre el proyecto "Zonas Turísticas de Madrid".

La capital impulsa su proyección internacional con campañas publicitarias en mercados estratégicos posicionando su relato y apostando por la sostenibilidad, promoviendo zonas turísticas menos conocidas.



50

campañas publicitarias *online* y *offline*, nacionales e internacionales.

281

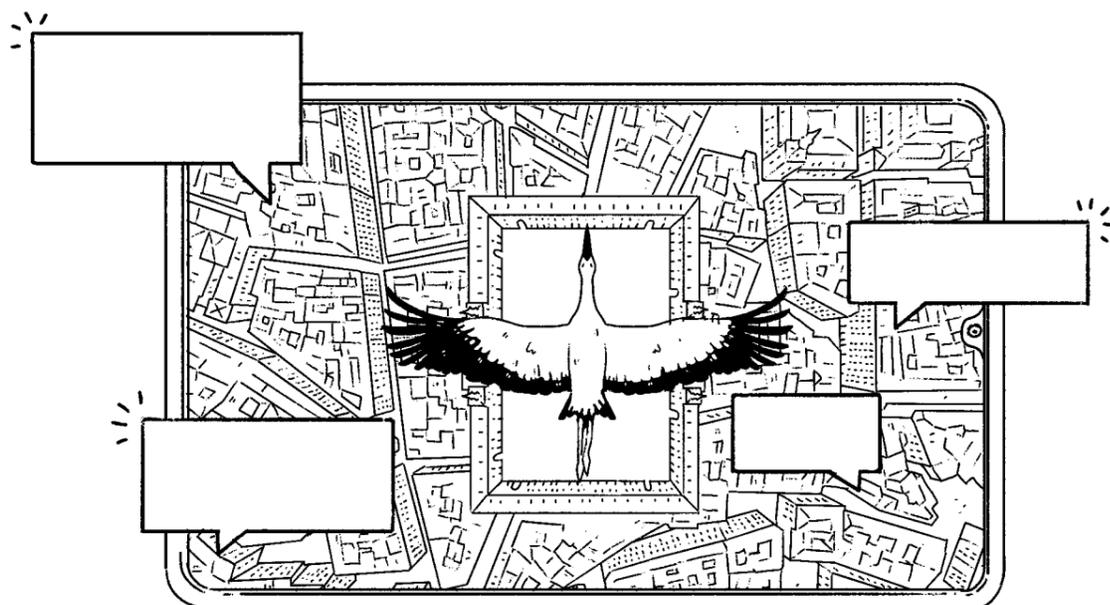
millones de impactos por la visualización de campañas digitales nacionales e internacionales.

3

millones de euros de retorno publicitario por viajes de prensa.

170

profesionales de la comunicación atendidos de 37 países.



Qué nos ha gustado de 2024

Lanzamiento de nuevas gráficas y videos de la campaña "Si la vida fuera una ciudad, sería Madrid", en Londres (marzo 2024). Se alcanzaron más de 7,2 millones de personas, con más de 5,5 millones de impactos publicitarios *online*.

Qué vamos a hacer en 2025

Lanzamiento del proyecto Zonas Turísticas de Madrid. El objetivo del proyecto es generar un impacto positivo y duradero en la ciudad y su economía local gracias a la redistribución de los flujos de los visitantes. El proyecto visibiliza las distintas zonas de la capital con sus diferentes personalidades y atributos propios que aportan y enriquecen la diversidad de la oferta turística de la ciudad.

Hito sostenible

Durante el último año, hemos intensificado nuestros esfuerzos para promover Madrid como un destino sostenible con un enfoque centrado en los profesionales del sector turístico. Entre las acciones en marcha, destacan diferentes advertorials centrados en la sostenibilidad en Madrid y en la promoción de zonas turísticas menos conocidas de la ciudad, con artículos como "Madrid: el camino hacia la sostenibilidad" y "Un Madrid por conocer".

Hito digital

Proyecto pionero VisitMadridGPT, el primer asistente virtual de una oficina de turismo del mundo. Gracias a la financiación con fondos Next Generation EU, estamos desarrollando un nuevo ecosistema digital que permitirá reformular todo el entorno digital para seguir las últimas tendencias en experiencia de usuario, focalizar en contenido inspirador para el visitante y maximizar el atractivo del destino.



City marketing y relaciones públicas

Departamento responsable del desarrollo de acciones de dinamización de los distintos segmentos de oferta de productos y servicios turísticos, dirigidas a mejorar la experiencia del visitante, así como el apoyo a la celebración de grandes eventos para la consolidación de la marca ciudad dentro de un modelo sostenible.

Madrid consolida su papel como epicentro de grandes eventos en 2024, con siete citas clave que impulsan la oferta cultural de la ciudad y enriquecen la experiencia tanto de visitantes como de madrileños.

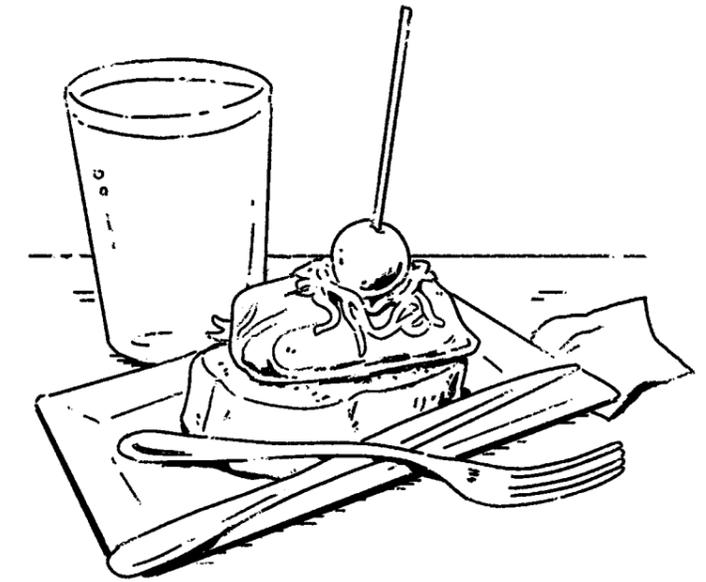
7
grandes eventos de ciudad (Madcool, MADO, Madrid Fusion, Madrid Horse Week, Mutua Madrid Open, Gastro Festival y Acciona Open de España de Golf).

26
eventos de ocio y culturales.

+200
millones de euros retorno publicitario por grandes eventos.



Descubre la agenda de eventos.



Qué nos ha gustado de 2024

Madrid acogió por primera vez la ceremonia de entrega de premios del prestigioso *ranking* The World's 50 Best Bars, que reconoce a los principales referentes de la coctelería, incluido el mejor bar del mundo. El evento acogió a más de 1.300 personas, el 75 % de asistentes fueron internacionales, y alcanzó una audiencia estimada del evento en *streaming* de más de 3.000 personas a través de internet y un impacto de 7.160 millones de visualizaciones en redes sociales. El impacto mediático fue de más de 29 millones de dólares, contribuyendo a la proyección internacional de la capital.

Qué vamos a hacer en 2025

En 2025 se priorizará la sostenibilidad y la descentralización como elementos fundamentales en el apoyo y organización de eventos. Se recomendará a los organizadores de los eventos presentar un plan de sostenibilidad con medidas para reducir el impacto ambiental y apoyar causas sociales que además compensen las emisiones de CO₂. Se impulsará la descentralización llevando nuevos eventos a distintos distritos de Madrid y expandiendo los ya consolidados más allá de la almendra central, equilibrando el flujo de visitantes y enriqueciendo la experiencia de descubrir nuevas facetas de la ciudad.

Hito sostenible

En 2024, nuestro compromiso con la sostenibilidad se ha materializado a través del apoyo a diversos eventos que destacan la importancia de la artesanía, el turismo responsable y la gastronomía local. Los "Premios Maestro Artesano Círculo Fortuny" han puesto en valor la artesanía como motor económico y social, promoviendo su reconocimiento y viabilidad. Los "Premios Traveling for Happiness" han puesto el foco en iniciativas de turismo sostenible en categorías como gastronomía sostenible y turismo regenerativo. Además, la iniciativa "Ven a vivirlo" ha invitado a madrileños y visitantes a descubrir la cultura culinaria de Usera-Madrid Río y Carabanchel-Aluche a través de rutas gastronómicas, fomentando la descentralización y desestacionalización del turismo. En 2025, este proyecto se ampliará con cinco nuevas rutas en distintos distritos de la ciudad.

Madrid Convention Bureau

Departamento responsable de promocionar Madrid como destino de reuniones, captar congresos y convenciones internacionales y promover la ciudad para encuentros profesionales y eventos.

235
empresas asociadas.

67
actividades propias y de promoción organizadas o en las que se ha participado. (Salones profesionales, ferias, presentaciones y viajes de familiarización propios y de colaboración).

242
congresos atendidos y/o apoyados en Madrid.

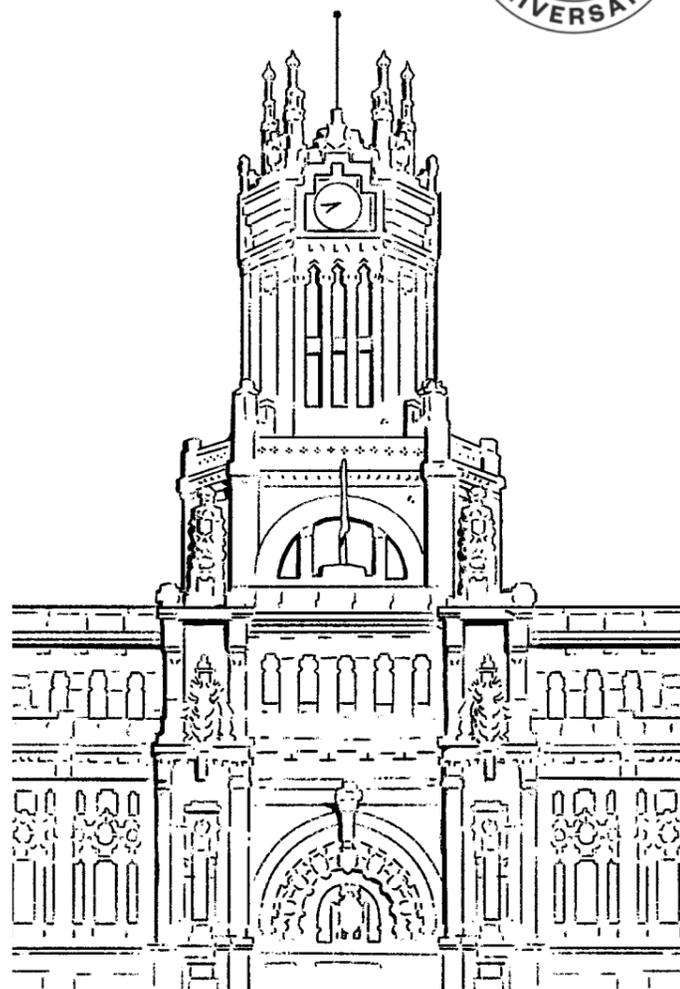
158
eventos corporativos atendidos y/o apoyados.

48
visitas técnicas y de inspección atendidas.



Descubre todos los recursos a tu alcance.

En su 40 aniversario, Madrid Convention Bureau ha reforzado su apuesta por la captación de congresos y eventos, impulsando nuevos encuentros en sectores estratégicos de la ciudad.



Qué nos ha gustado de 2024

En 2024 Madrid Convention Bureau celebró su 40 aniversario, y además de la creación de un nuevo logo, se llevó a cabo una gala el día 24 de septiembre en la Galería de Cristal del Palacio de Cibeles, reuniendo cerca de 400 personas del sector. Durante la gala, se presentó el video "La Suerte de los 40", una historia donde la protagonista, en su 40 cumpleaños, se cuestiona cómo afrontar el inicio de esa nueva década, con Madrid como telón de fondo.

Qué vamos a hacer en 2025

Con el fin de fortalecer la diversificación y relevancia de los eventos que se celebren en la ciudad en los próximos años, en 2025 el MCB pondrá en marcha un proyecto estratégico para marcar una nueva hoja de ruta, dirigido a atraer reuniones y eventos corporativos vinculados a sectores industriales clave para Madrid. Estos sectores incluyen *fintech*, ciberseguridad, eGames, e-salud, *big data*, y otras industrias emergentes con gran potencial de crecimiento y proyección internacional.

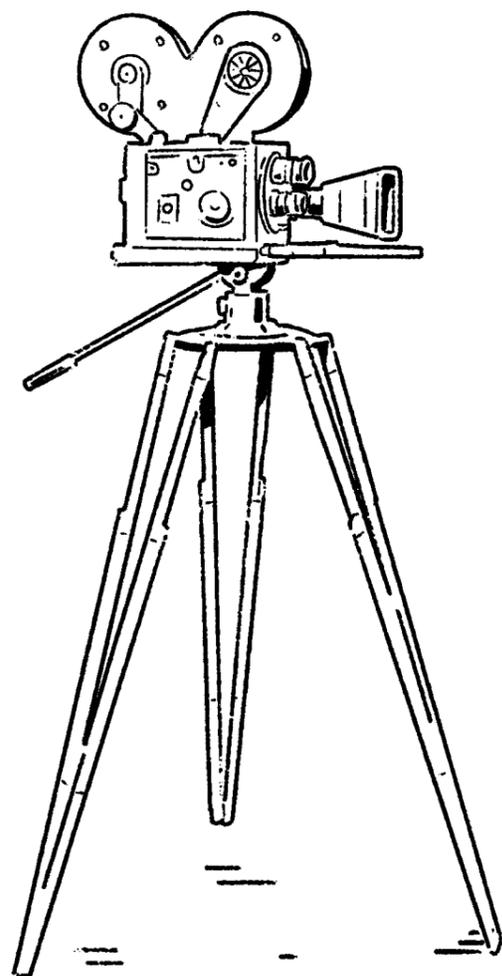
Hito sostenible

En julio de 2024 se presentó oficialmente el Directorio de Entidades Sociales, una guía donde los organizadores de reuniones pueden consultar los recursos que el sector terciario madrileño ofrece para la generación de impacto positivo en la ciudad, tanto social, como medioambiental. Además, se renovó la herramienta de sostenibilidad *online* PLUS, mejorando su seguridad y permitiendo cálculos más precisos de CO₂ según el alcance de las emisiones.

Madrid Film Office

Departamento responsable de promocionar la ciudad como escenario idóneo de rodajes de producciones audiovisuales y asistir a las productoras y profesionales del sector, estimulando la inversión y el desarrollo local.

La oficina municipal ha ampliado su apoyo al sector audiovisual, ofreciendo 3.853 asistencias a 555 proyectos, para facilitar rodajes y gestión de las producciones.



Descubre todos los recursos a tu alcance.

555

proyectos audiovisuales asistidos en labores de producción:

493

proyectos audiovisuales asistidos en labores de producción nacionales.

62

proyectos audiovisuales asistidos en labores de producción internacionales.

3.853

asistencias en búsqueda de localizaciones, orientación y apoyo en la gestión de permisos de rodaje, coordinación y mediación entre organismos y empresas tanto públicas como privadas.

+1.000

proyectos de media y gran envergadura rodados en la ciudad (series, películas, anuncios, programas de TV, videoclips...).

Qué nos ha gustado de 2024

Primeros resultados de la línea de trabajo estratégica denominada "Buscando el dato", destinado a la recogida de datos sobre la actividad y el potencial de Madrid en los diferentes ámbitos del audiovisual. En 2024 hemos colaborado en dos informes: el sexto "Estudio sobre el impacto económico de la producción de cine publicitario" de la Asociación de Productoras de Cine Publicitario (APCP), y "El turismo de pantalla en Madrid: aproximación a las claves de un subsegmento de futuro", realizado por el Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR), en el marco de un proyecto liderado por la Universidad Autónoma y la Universidad Carlos III.

Qué vamos a hacer en 2025

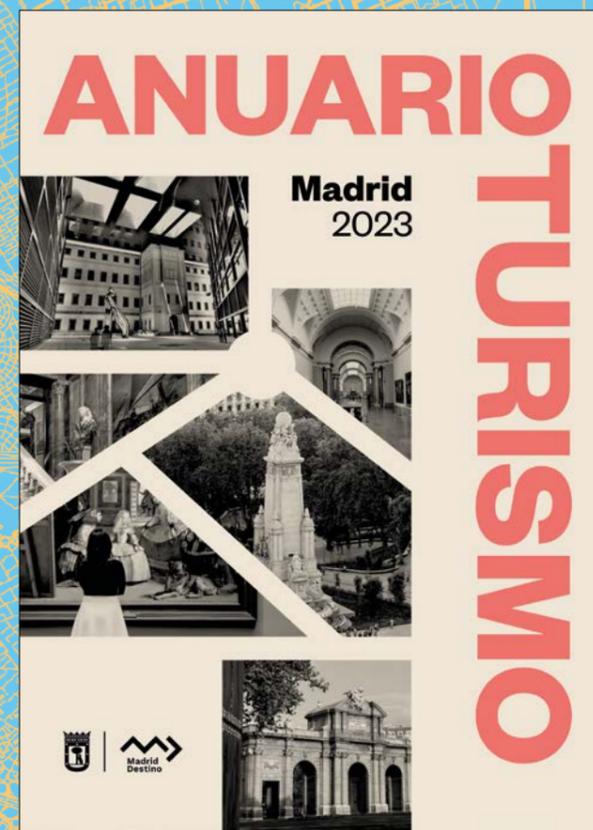
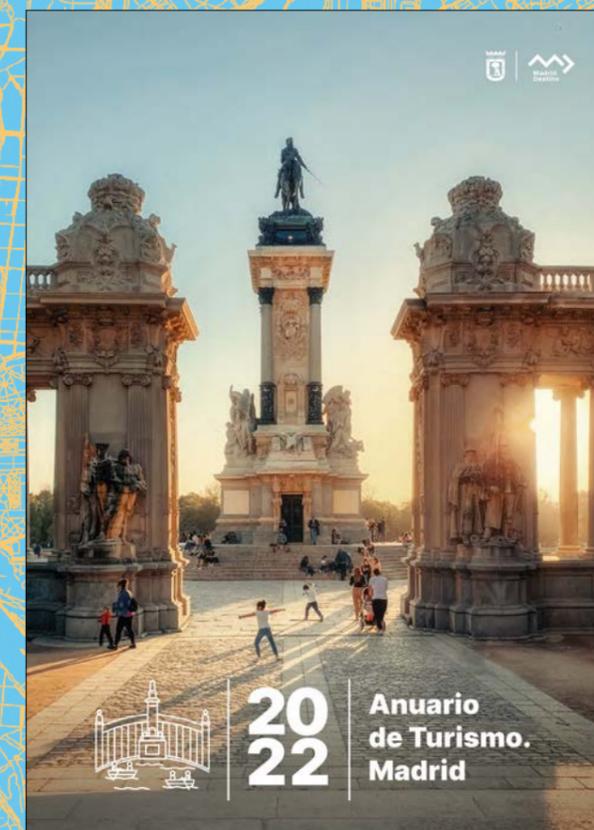
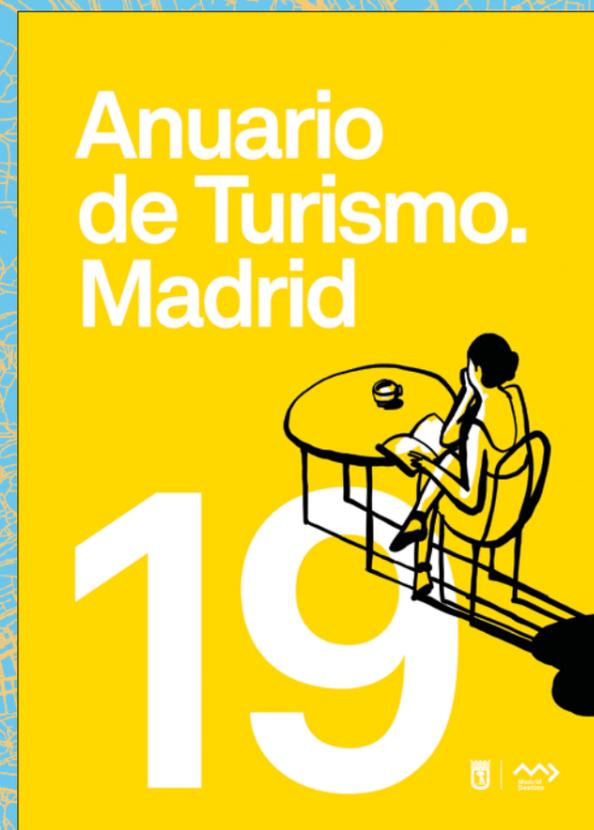
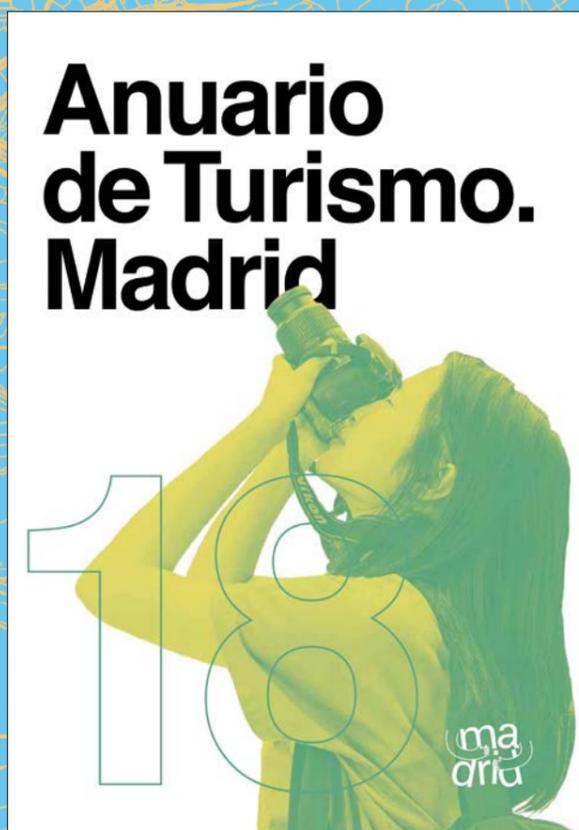
"Rodando en 21 distritos": este proyecto tiene como objetivo conectar la labor de la industria audiovisual con los 21 distritos, promover la descentralización de la actividad audiovisual, mejorar las condiciones de rodaje en la ciudad y contribuir a su proyección como destino de "turismo de pantalla".

Hito sostenible

Patrocinio de una herramienta y un protocolo de cálculo de huella de carbono para las producciones audiovisuales de animación y efectos visuales, desarrollado por Pixelcluster, el clúster de la animación y la creación digital de Madrid. Se trata del primer protocolo de sostenibilidad desarrollado en España específicamente diseñado para el sector de la animación y los efectos visuales.

Rodaje "La vida breve" © Movistar Plus+





Y detrás de este anuario, ¿quién está?

El **Centro de Inteligencia Turística (CIT)** es una plataforma que integra los principales indicadores turísticos de la ciudad, obtenidos del análisis de diversas fuentes de datos, tanto públicas como privadas. Basándose en estos indicadores y su amplio conocimiento del sector, es el departamento encargado de analizar el impacto que genera el turismo en la ciudad, así como proporcionar información precisa y actualizada que facilite la toma de decisiones estratégicas, tanto para la gestión del destino como para los profesionales del sector. Una de sus herramientas más estratégicas es este Anuario de Turismo.

Si quieres profundizar más sobre la evolución del turismo en Madrid, aquí podrás obtener datos más específicos, estructurados en diferentes módulos, a través de informes dinámicos (información actualizada mes a mes, perfiles de visitantes, conectividad, infraestructura hotelera, etc.). Igualmente podrás acceder a otras publicaciones e informes.





Sostenibilidad e innovación

Madrid se encuentra en un momento crucial de su desarrollo turístico. En el horizonte, un panorama rico en oportunidades, pero también en desafíos. El turismo sostenible e innovador no es una tendencia pasajera, sino una necesidad para garantizar que el sector continúe siendo una fuente de bienestar económico, social y medioambiental para las generaciones futuras.

La ciudad se ha convertido en uno de los destinos más atractivos y visitados del mundo. Por ello, resulta importante apostar por el crecimiento controlado y la descentralización, respetando a la comunidad local, especialmente en lo que respecta a la preservación del patrimonio y calidad de vida de sus residentes.

La atracción de nuevos mercados, inversores y perfiles, la mejora de la satisfacción de visitantes y ciudadanos, la reducción de la estacionalidad y de las emisiones de CO₂, el aumento de la movilidad sostenible o la certificación ecológica de establecimientos turísticos son algunas de las líneas en las que ya se está trabajando.

Este esfuerzo ya está dando sus frutos. De hecho, Madrid lidera el *ranking* de grandes ciudades europeas con mejor ratio en turismo sostenible, con una puntuación

de 77 sobre 100. Es la conclusión principal del análisis “Sustainable Cities and Tourism” (mayo 2024), realizado por la plataforma *The Data Appeal Company* basado en el European Tourism Indicator System establecido por la Comisión Europea.

La capital española atrae el talento, la inversión y el emprendimiento y apuesta por brindar una experiencia turística innovadora y de alto valor. La creación de sistemas de transformación digital turística mejora la experiencia y optimiza la gestión, con la implementación de tecnologías avanzadas y experiencias personalizadas gracias al uso de *big data*.

El turismo en Madrid es ahora más accesible, consciente, eficiente y respetuoso, y así debe seguir siéndolo.

Sostenibilidad

Madrid se posiciona como una ciudad enérgica y diversa que combina su rica historia y patrimonio con un compromiso firme con la sostenibilidad (económica, social y medioambiental).

La ciudad busca ser reconocida no solo por sus atractivos tradicionales sino también por sus barrios emergentes y zonas descentralizadas que enriquecen la estancia de cada visitante, mejorando la competitividad del destino y generando un impacto positivo y duradero en la economía local.

En el análisis **“Sustainable Cities and Tourism”**, realizado en 2024 por la plataforma *The Data Appeal Company*, Madrid alcanza la mayor calificación a nivel

absoluto de las nueve grandes capitales estudiadas, entre las que también se encuentran París, Viena, Amsterdam, Roma, Dublín, Londres, Copenhague y Berlín. En la valoración conjunta, Madrid logró la puntuación total más alta (77/100) debido al enfoque integral hacia la sostenibilidad, con notas destacadas en los pilares de Gestión del Destino (91/100), Socio-Cultural (78/100) y Over Tourism (74/100). Un éxito gracias a planes de acción certeros, para disminuir, por ejemplo, las sustancias nocivas en las áreas más contaminadas, la renovación de la flota de autobuses públicos de la ciudad por vehículos sin emisiones o la tarjeta Madrid City Card, con abono turístico de transporte, promoviendo la movilidad sostenible en la ciudad.

Más del 70 % de las personas que visitaron la ciudad en 2024 utilizaron el transporte público y valoraron positivamente sus infraestructuras de transportes, con un notable alto.

Fuente: Encuesta de Percepción Turística 2024 del Centro de Inteligencia Turística de Madrid Destino.



La ciudad también figura en el **top 10 de ciudades con mejor índice de calidad de vida** (*Monocle*, 2023). Según las últimas encuestas de Calidad de Vida y Satisfacción realizadas por el Ayuntamiento en 2024, los madrileños están cada vez más satisfechos con la calidad de vida y los servicios públicos de la ciudad, a los que otorgan un 7,7/10.

El Ayuntamiento de Madrid ha aprobado recientemente un plan para convertir las azoteas de los edificios en zonas verdes, algo que afectará a más de 100.000 edificios y que contribuirá a reducir las emisiones de CO₂ y mitigar las altas temperaturas y el efecto isla de calor urbano.

Este compromiso se ha materializado también en iniciativas que miden el impacto en el sector del turismo de reuniones y congresos, con herramientas por parte de Madrid Convention Bureau en su estrategia de sostenibilidad y legado. Se trata del **“Directorio de entidades sociales”**, que proporciona a los organizadores de eventos un listado de asociaciones, fundaciones y ONGs que trabajan en áreas como sostenibilidad, inclusión social, y responsabilidad social corporativa y el documento **“Madrid, creando legado en tu reunión”**, que presenta diferentes ámbitos en los que se puede generar legado: social, económico, medioambiental, educativo y científico. De esta manera se anima a los organizadores a innovar, inspirar y liderar la transformación hacia un sector más sostenible y consciente.

Igualmente se está trabajando en la certificación ecológica de establecimientos hoteleros de la ciudad y en los próximos meses, un nuevo proyecto permitirá a los visitantes conocer cuál es la huella de su viaje en las oficinas de turismo de la ciudad y cómo poder compensarla.

El apoyo a eventos que destacan la importancia de la artesanía, el turismo responsable y la gastronomía local es también una línea de trabajo que fomenta la sostenibilidad del destino.





Descentralización del turismo

Madrid es un gran destino para visitar. La ciudad ha puesto en marcha campañas que invitan al visitante a descubrir también sus zonas más desconocidas y menos frecuentadas. Se trata de gestionar el destino de forma sostenible, buscando el equilibrio entre turistas y vecinos.

El crecimiento del turismo debe traducirse en el beneficio de todos los madrileños y para ello se debe generar riqueza y empleo en todos los puntos y distritos de la ciudad. El impacto positivo que nos han dejado las cifras en 2024 debe distribuirse en todo el mapa. Para ello, por ejemplo, se han impulsado rutas gastronómicas en diferentes barrios ("**Ven a vivirlo**") y experiencias turísticas que permiten descubrir los almendros en flor en la Quinta de los Molinos, las galerías de arte que han tomado Carabanchel o celebrar el Nuevo Año Chino, en Usera. El programa municipal de visitas guiadas gratuitas "**Pasea Madrid**" también es una interesante iniciativa para conocer la ciudad a fondo, especialmente sus distritos periféricos. En su edición de 2025 cuenta con 12.660 plazas para los meses de marzo, abril y mayo.

Vivir y sentir sus barrios es la mejor manera de conocer la vida madrileña, la mejor embajadora de la capital.

En la naturaleza y al aire libre

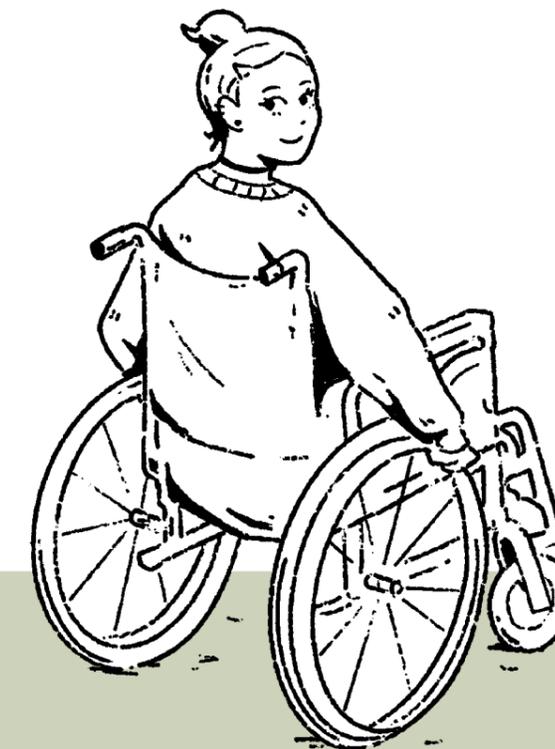
Los visitantes internacionales a Madrid en 2024 dieron una puntuación a los espacios verdes, parques y jardines de 8,7 sobre 10.

Fuente: Encuesta de Percepción Turística 2024 del Centro de Inteligencia Turística de Madrid Destino.

Madrid es una ciudad para vivir al aire libre. Quienes la visitaron en 2024 no dejaron escapar la oportunidad de disfrutar de los sonidos y los tesoros naturales que podemos encontrar en El Retiro (que recibe anualmente 18 millones de visitantes), el Parque del Oeste, la Casa de Campo, los Jardines de Sabatini, el parque de El Capricho, el Real Jardín Botánico o Madrid Río.

Cuenta con un patrimonio verde de más de 6.400 hectáreas, lo que equivale a más de 20 metros cuadrados de zonas verdes públicas por habitante.

Más del 55 % de las calles de la ciudad están arboladas, con casi 300.000 ejemplares que contribuyen a mejorar la calidad del aire y el microclima urbano. Por sexto año consecutivo, Madrid ha sido reconocida como "**Ciudad arbórea del mundo**" por la *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura* y *Arbor Day Foundation*, siendo el único municipio español que ha logrado la distinción en todas las ediciones desde su creación.



Madrid, accesible para todos

El departamento de Atención al Visitante del área delegada de Turismo ha promovido la creación de una guía con ocho rutas accesibles pensadas para ser disfrutadas tanto por visitantes como residentes. Se trata de "El paisaje de la luz", "El Madrid de los Austrias", "Por la calle de Alcalá", "El barrio de las letras", "Parque de El Retiro y Barrio de Salamanca", "Entre Chueca y Malasaña", "Princesa y Moncloa" y "Atocha y sus alrededores". Las

rutas incluyen una breve descripción del itinerario que se puede realizar andando o en silla de ruedas y ofrecen consejos prácticos y recomendaciones de lugares a visitar con información de sus medidas de accesibilidad.

Además, el Ayuntamiento de Madrid dispone de un mapa accesible para personas con discapacidad visual, en braille y con macrocaracteres.

Madrid, un reclamo todo el año



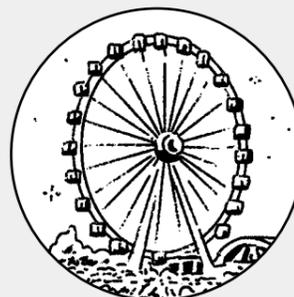
Nuevo Año Chino
-
Carnaval
-
Mercedes-Benz Fashion Week
-
Madrid Design Festival



Semana Santa
-
Zurich Rock 'n' Roll Running Series Madrid
-
Carrera de la mujer
-
Mutua Madrid Open
-
Casa Decor
-
Salón Gourmets
-
Media maratón
-
Premios Platino



Noches del Botánico
-
Noches del hipódromo



Mad Cool Festival
-
Veranos de la Villa
-
Madrid Orgullo



Acciona Open de España
-
Mercedes-Benz Fashion Week
-
Hotel Tapa Tour
-
Open House Madrid
-
La Vuelta Ciclista
-
Estreno temporada de musicales



Fiestas de San Cayetano, San Lorenzo y la Virgen de la Paloma

Madrid es la capital europea con más horas de luz solar: cuenta con un clima continental y moderado y el sol es protagonista durante todo el año. Los visitantes, en cualquier época, pueden disfrutar de sus cielos azules y de una oferta diversa de cultura, gastronomía y ocio.

¡Toma nota de todo lo que ofrece Madrid, estación a estación!

Semana Internacional de la Arquitectura
-
Festival Internacional JAZZMADRID
-
Festival de Otoño
-
Feria de Antigüedades Feriarte
-
Madrid Horse Week
-
Encendido Luces Navidad

Cabalgata Reyes Magos
-
Fitur
-
Madrid Fusión

ARCOmadrid
-
Madrid Inside Art & Design
-
Festival Ellas Crean



Fiestas de San Isidro
-
Festival Madrid en Danza
-
Feria del Libro de Madrid
-
Festival Tomavistas



San Silvestre Vallecana
-
Mercados navideños

ENERO FEBRERO MARZO ABRIL MAYO JUNIO JULIO AGOSTO SEPTIEMBRE OCTUBRE NOVIEMBRE DICIEMBRE

Innovación

El sector turístico está en plena transformación: el visitante y las empresas implicadas en la gestión de los viajes ya no se comportan de igual manera que hace años. En un mundo donde la digitalización marca el rumbo, Madrid ya trabaja en temas claves como la automatización y la aplicación de la IA en la experiencia del visitante. La innovación en materia de promoción de la ciudad o en el análisis de datos y dinámicas también es crucial para hacer más eficientes los procesos, optimizar precios o personalizar servicios. La capacitación en habilidades digitales, inteligencia emocional y atención personalizada es clave para la adaptación de los trabajadores del sector a un entorno en constante evolución.

Gracias a su entorno favorable para la innovación, Madrid ha sido reconocida como el primer ecosistema emergente

en el *ranking* Startup Genome, publicado en el informe **"The Global Ecosystem Report 2024"**. La capital se consolida como un destino clave para el crecimiento de empresas tecnológicas a nivel internacional, atrayendo talento e inversión.

La tecnología ha ganado un protagonismo esencial en todas las áreas de turismo, bien en la oferta de experiencias o bien en la identificación y agrupación de la demanda, facilitando aspectos tan básicos como la traducción a múltiples idiomas tanto de textos como de audios o facilitar y mejorar la experiencia del visitante, como el servicio de visitas virtuales a monumentos de Madrid Videoatención 360.

VisitMadridGPT, el primer asistente virtual de una oficina de turismo a nivel mundial

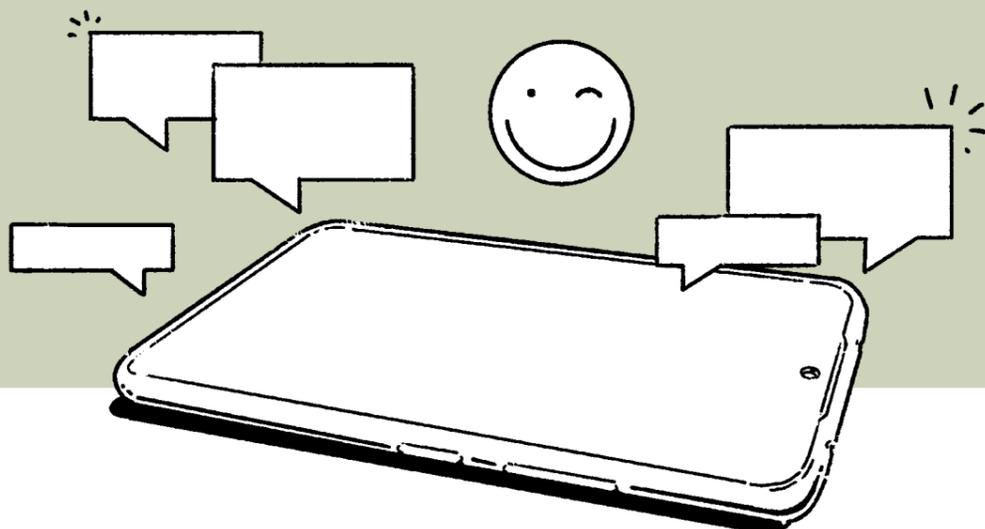


VisitMadridGPT, proyecto pionero usando IA generativa, es el primer asistente virtual desarrollado por una oficina de turismo, marcando un hito en la mejora de la experiencia del visitante gracias a los últimos avances tecnológicos.

Se presentó en abril de 2024 y, desde su lanzamiento, ha obtenido dos premios destacados: el galardón al destino más innovador otorgado por *Smart Travel News* y el premio "AI for Tourism Awards" de *Segittur*.

Responde a 95 idiomas y ha sido utilizado en 115 países en todo el mundo. Resuelve dudas pero la herramienta también inspira, ofreciendo itinerarios personalizados.

Los datos de 2024 han superado las expectativas, alcanzando una audiencia internacional amplia, con más de 11.000 usuarios y una media de 2,5 interacciones por persona. Se trata de una solución clave para mejorar la estrategia de marketing y comunicación turística de Madrid.



La inteligencia artificial se ha convertido en un aliado estratégico para comprender mejor al visitante, identificar sus necesidades y ofrecerle servicios personalizados. El impacto de estas herramientas influye en los altos niveles de satisfacción: un 89 % de quienes visitan la ciudad valoran positivamente su experiencia.



Tendencias y previsiones

Las expectativas para 2025 son muy positivas. Según el Barómetro Mundial del Turismo (*ONU Turismo*), 1.400 millones de turistas realizaron viajes internacionales en 2024, alcanzando los niveles de 2019. Para este año, las perspectivas estiman que la llegada de turistas internacionales crecerá entre un 3 % y un 5 % en comparación con 2024.

2024 fue sin duda un año histórico, testigo de un hito significativo en llegadas internacionales registradas a nivel mundial. La mayoría de los destinos recibieron más visitantes que en 2019 y el impacto también continuó creciendo con fuerza.

El panorama económico y geopolítico mundial presenta desafíos significativos, con incertidumbres que influyen en la actividad empresarial y en los movimientos internacionales, como los conflictos armados, la inflación o la desaceleración económica.

Sin embargo, se prevé que esta evolución favorable del turismo continúe a lo largo de 2025, impulsada por una fuerte demanda que contribuye al desarrollo socioeconómico de los destinos, tanto consolidados como emergentes.

Madrid se encuentra entre los destinos preferidos por los turistas internacionales y se ha posicionado como la segunda ciudad más atractiva para el turismo mundial, según el índice Top 100 City Destinations de *Euromonitor International 2024*, escalando un puesto respecto al año previo. Todo un salto de gigante si tenemos en cuenta la escalada desde el puesto 47 al número 2 en tan solo cinco años.

Esta evolución positiva también implica desafíos. Acelerar la transformación, priorizando a las personas y al medio ambiente en el desarrollo del turismo, adaptar la oferta a soluciones personalizadas, integrar tecnologías emergentes, gestionar los flujos o la resiliencia ante crisis globales son algunas de las líneas y tendencias que protagonizarán la actividad turística en los próximos años.

El turismo mundial en cifras

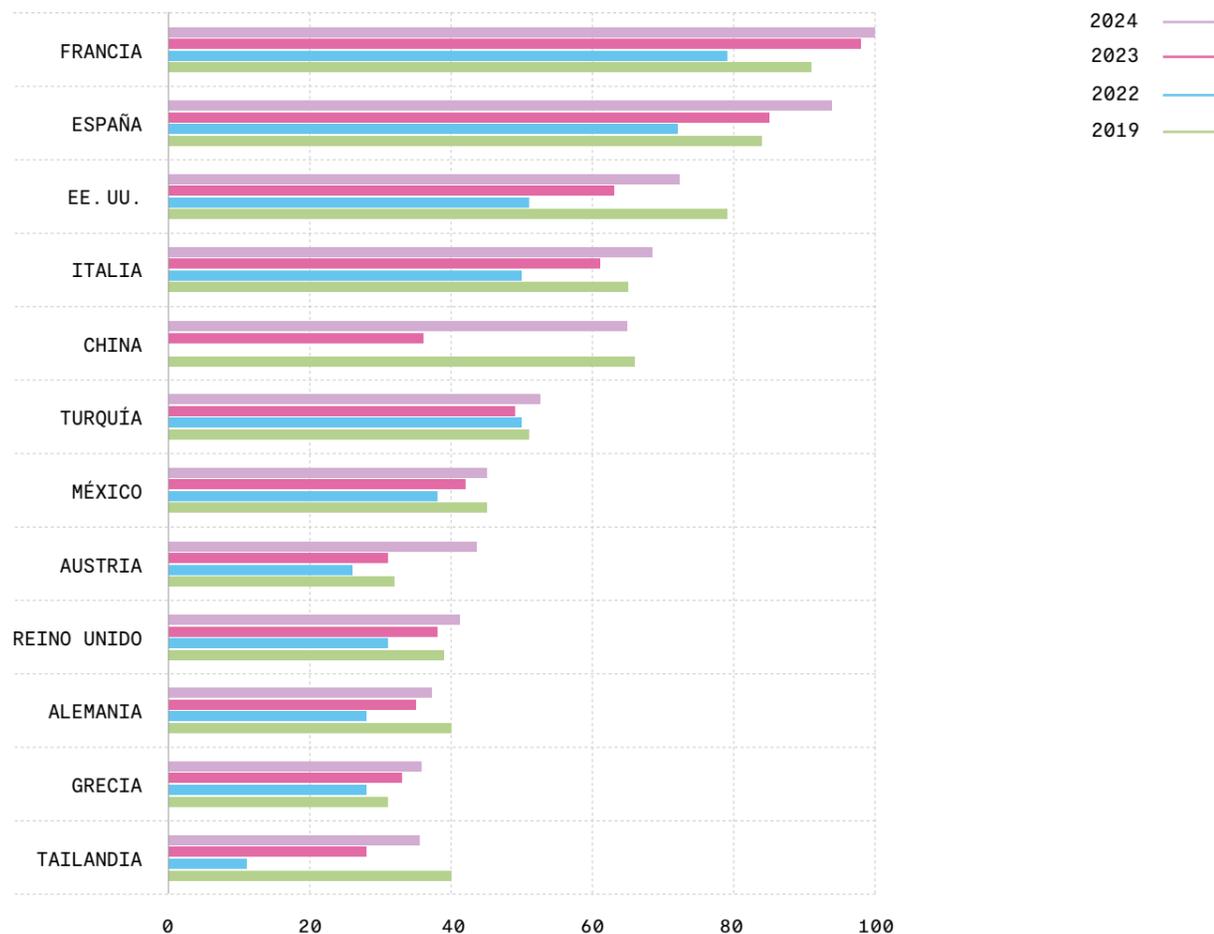
De acuerdo con el último **Barómetro Mundial del Turismo (ONU Turismo)**, alrededor de 1.400 millones de personas viajaron internacionalmente en 2024 (un 11 % más que en 2023) marcando la recuperación del turismo internacional tras la peor crisis en la historia del sector, con una recuperación de los niveles de 2019 al 99 %. Esto supuso unos ingresos por turismo internacional de 1,6 billones de dólares, un 3 % más que en 2023 y superando en un 4 % los datos de 2019.

Europa, con 747 millones de llegadas internacionales en 2024, es la región que recibió mayor número de visitantes. Asia y Pacífico fue la región que experimentó mayor crecimiento, un 33 % respecto al año 2023.

En 2024, España recibió a 93,8 millones de visitantes, un 10 % más que en 2023, según la estadística de movimientos turísticos en frontera (*FRONTUR*) del Instituto Nacional de Estadística. El gasto turístico superó los máximos históricos, alcanzando los 126.282 millones de euros, un 16 % más que en 2023, con un gasto medio persona de 1.346 €. La Comunidad de Madrid recibió 8,8 millones de visitantes internacionales, un 9 % del total que viene a España y un 12 % más que el año anterior, que han dejado un gasto de 16.117 millones de euros, un 21 % más que en 2023, con un gasto medio por persona de 1.827 €, 481 € más que la media nacional y 7,5 % más que el año 2023.

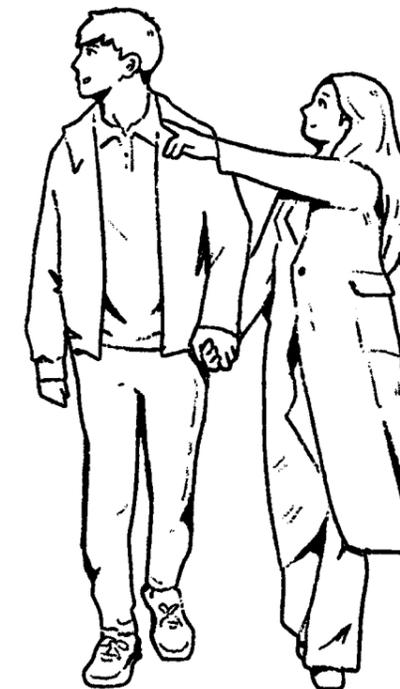
RANKING LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES

Millones de visitantes



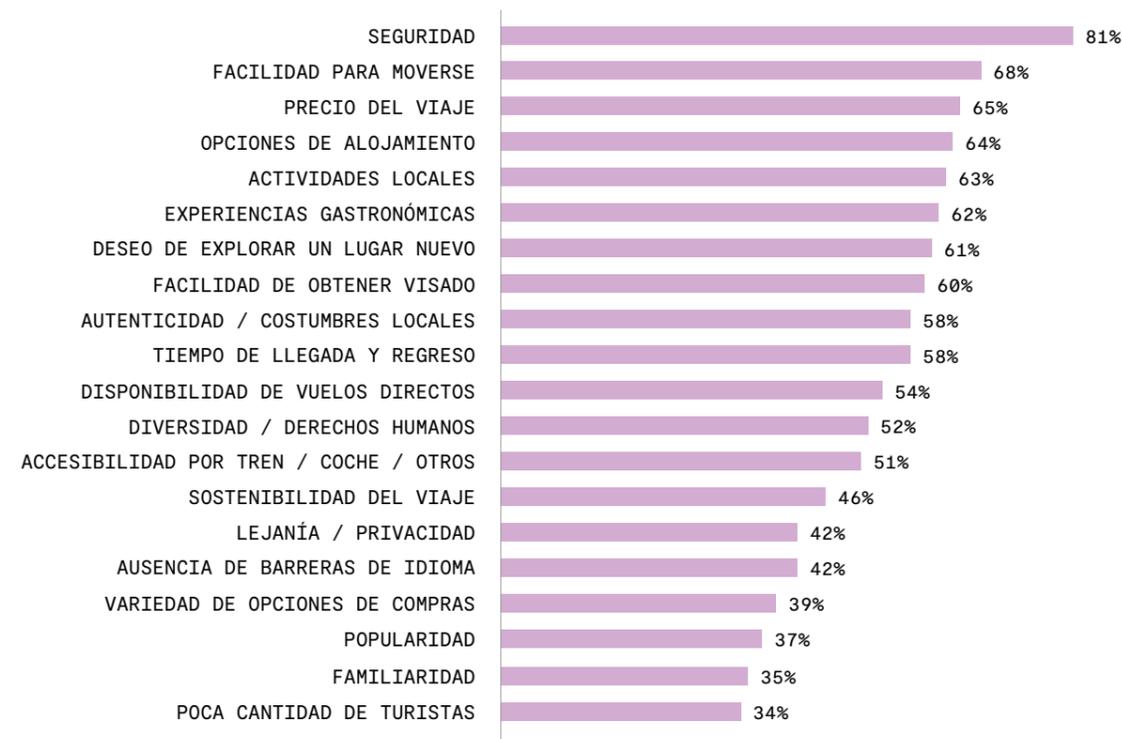
Fuente: ONU Turismo y fuentes oficiales de cada destino.

1.400 millones de visitantes internacionales + 11 % vs. 2023.



FACTORES A LA HORA DE SELECCIONAR DESTINO

% de respuestas



Fuente: McKinsey Traveller Survey on Experiences 2024.

Tendencias globales del sistema turístico

Personalización, turismo consciente y experiencial

El mercado y las expectativas de los viajeros están modificando el contexto actual del turismo. Hay quien viaja buscando experiencias extremas, los hay que prefieren planificar su escapada siguiendo criterios gastronómicos o quienes apuestan por una inmersión en plena naturaleza o zonas rurales. Hay quien viaja siempre solo y los hay que no emprenden viaje si no es en grupo. Otros eligen destino según su mood o estado de ánimo. Los motivos para viajar son infinitos. Hoy, también, lo son las soluciones a nuestro alcance para hacerlo.

La tendencia del turismo personalizado ha ganado fuerza en los últimos años, impulsada por el deseo de los viajeros de vivir experiencias más auténticas y adaptadas a sus intereses individuales. A medida que los turistas buscan alejarse de las experiencias estándar, las empresas turísticas ofrecen cada vez más planes, paquetes e itinerarios a la medida del cliente.

Conectar y crear un vínculo con el lugar que se visita es una tendencia al alza que se completa con talleres de aprendizaje participativos. Hoy, cada vez más, se quiere conocer y no solo visitar el destino.

Los datos en este sentido son reveladores: según el informe "Travel Trends", de *Barceló Hotel Group* de 2025, el 41 % de los encuestados eligen hotel en función de las experiencias ofrecidas. Además, según un estudio de la consultora *McKinsey*, el 78 % de los consumidores está dispuesto a pagar más por recibir este tipo de experiencias más personalizadas y exclusivas. Se busca el sello de calidad local. Así lo reflejan los datos del último informe de *Expedia* (Unpack 2025), según el cual el 44 % de los viajeros adquiere productos locales que no están disponibles en su lugar de residencia.

El impacto ambiental es un factor clave igualmente a la hora de decidir destino. El viajero busca cada vez más actividades de bajo impacto y alternativas que beneficien a las economías locales y respeten las culturas y tradiciones autóctonas. Según la última encuesta de *Travelzoo* (2024), el 71 % de los viajeros respeta la cultura local y adopta prácticas responsables: un 55 % apoya activamente los negocios locales y un 45 % utiliza el transporte público para reducir la huella de carbono.

41% de los viajeros elige hotel en función de las experiencias ofrecidas.

Fuente: Travel Trends Barceló Hotel Group 2025.

754.000 millones de dólares es el impacto que el turismo de eventos podría llegar a generar en 2030.

Fuente: HBX Group.

Turismo de eventos

El turismo de eventos es un sector en auge e impulsa la economía local y la desestacionalización. Destinos de todo el mundo están invirtiendo estratégicamente en infraestructuras y campañas de marketing para ofrecer experiencias únicas y diferenciales en este sentido.

Los festivales y los eventos musicales reinventan el turismo y generan un alto impacto. *HBX Group* (en su informe "Travel Trends 2025") señala que el sector podría llegar a generar 754.000 millones de dólares para 2030, lo que representa un crecimiento del 44 % con respecto a 2023.



Turismo de alta gama

El turismo de lujo crece a tasas más altas que el resto. Según la consultora *McKinsey* (2024), se prevé que el impacto de los viajes premium crezca un 10 % en los próximos años, alcanzando un gasto de 391.000 millones de dólares en 2028. Un factor clave de este crecimiento es el fuerte incremento de las grandes fortunas a nivel mundial.

Asia se ha convertido en el epicentro de este tipo de turismo y el principal mercado emisor. Según la "Encuesta de consumidores de lujo Hurun 2025", el consumidor chino de lujo tiene 35 años, viaja 7 días al mes por negocios y disfruta de 24 días de vacaciones al año, en comparación a los 18 días de hace dos décadas. Los viajes, en este país, han superado a la salud y el bienestar como la categoría con mayor aumento de gasto.

La tendencia es para todo tipo de perfiles, pero se está consolidando más aún entre las generaciones más jó-

venes, que están dispuestas a destinar más presupuesto en sus escapadas y viajes, buscando experiencias transformadoras, exóticas y cruceros pero también relax, wellness y autocuidado.

El turista de alta gama quiere novedades: un 72 % de los viajeros consultados (*McKinsey*) dan importancia a visitar un destino nuevo y según el estudio "Luxury Travel Trend Watch 2025", elaborado por Virtuoso y Globetrender, dentro de esta tendencia destaca la búsqueda de experiencias espontáneas que satisfagan sus necesidades emocionales más profundas o incluso documentar sus vacaciones con equipos de filmación profesionales.

España no se queda atrás. Según *Círculo Fortuny*, el sector de alta gama representa en torno a 17.000 millones de euros de venta en España y estiman que tenga un crecimiento de entre un 7 % y un 9 % hasta 2027.



En solitario

El viajero en solitario se posiciona como una de las principales tendencias. Según un informe de *Barceló Hotel Group*, el 61 % de los encuestados planea realizar al menos un viaje en solitario en 2025, destacando la libertad, el autodescubrimiento y la desconexión como motivaciones clave.

En uno de sus últimos estudios, *HBX Group* muestra que en las tendencias de búsqueda de Google, el interés global por viajar en solitario ha seguido aumentando desde 2023, con picos notables en el verano y a finales del año 2024. Además, el 83 % de los viajeros de la Generación Z se han visto motivados a viajar en solitario tras conocer la experiencia de otra persona (*HotelPlanner*).

Este fenómeno se da más aún en mujeres: según un análisis realizado en 2024 por *Mabrian*, el 14 % de las mujeres viajeras opta por viajar en solitario. Además, el 70 % de la clientela de las agencias especializadas en viajes en solitario es femenina.

61% de los encuestados asegura que tiene planeado viajar en solitario durante el 2025.

Fuente: *Barceló Hotel Group*.

Turismo inclusivo, para todos

La accesibilidad cobra ya cada vez más protagonismo por la diversidad de necesidades de los viajeros y el envejecimiento de la población. Se calcula que 1.300 millones de personas, es decir, más del 15 % de la población mundial sufre algún tipo de discapacidad (según la *Organización Mundial de la Salud*).

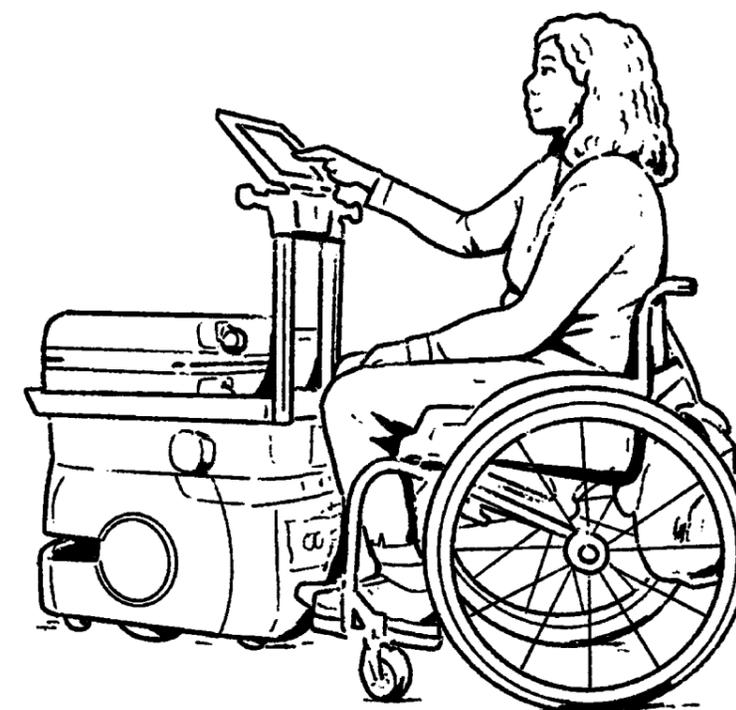
La ley de Accesibilidad de la UE, que entrará en vigor a finales de junio de 2025, busca garantizar que las personas con discapacidad puedan acceder a productos y servicios sin barreras.

El turismo inclusivo y accesible es innegociable y debe contar con una infraestructura física y digital pensada para todas las personas, con personal capacitado y for-

mado en cada lugar donde sea necesario y donde poder consultar la "agenda turística", por ejemplo, en tinta, en braille o con un intérprete de signos.

Según el *Observatorio de Accesibilidad Universal del Turismo en España*, de Fundación ONCE, el 73 % de las personas con discapacidad viaja por turismo al menos dos veces al año. Cada vez son más los paquetes e iniciativas pensados exclusivamente para este colectivo y para crear una experiencia de viaje más accesible.

Un estudio de *Expedia Group* (2024) señala que 3 de cada 4 viajeros son más propensos a reservar con empresas que demuestran un compromiso con la inclusión y la diversidad.



Madrid, un turismo adaptado

En el transporte público, en los museos o en muchos cines y teatros existen entradas y accesos adaptados, así como audioguías y contenidos subtitrulados para todas las personas. Igualmente se han puesto en marcha programas de visitas guiadas accesibles. En estaciones de trenes y autobuses existen los "AccessRobots", un robot que acompaña a viajeros con movilidad reducida por las instalaciones para facilitar su acceso a zonas de embarque o zonas de restauración.

Tecnologías emergentes y redes sociales

Los algoritmos y la Inteligencia Artificial se han convertido en unos habituales compañeros de viaje, antes, durante y después del mismo. Según el estudio realizado por *eDreams ODIGEO*, el 73 % de los viajeros a nivel global usan la IA en alguna de las etapas del viaje, cifra que crece hasta un 90 % en la Generación Z. Los avances tecnológicos están revolucionando la experiencia y la planificación del viajero.

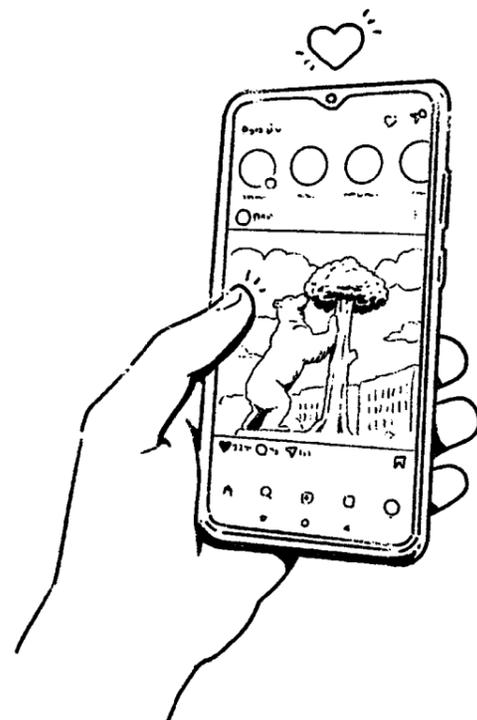
La IA está teniendo un papel crucial, ya que son cada vez más las empresas que están empleándola con el objetivo de adaptar sus estrategias a las necesidades del usuario, mediante el uso de chatbots y asistentes virtuales.

A su vez, el uso de la realidad virtual también ofrece experiencias multiusuario, con tours virtuales inmersivos, y la robótica y el *big data* también desempeñan un papel determinante, gracias a la implementación de proyectos que ayudan con la optimización y la eficiencia de tiempos a la hora de realizar determinadas tareas. La tecnología del *Internet of Things (IoT)* también está creando un ecosistema de viaje mucho más fluido.

Hoy la industria del turismo está más automatizada, interconectada y centrada en las necesidades del cliente, dónde la tecnología y la ciberseguridad se están volviendo cada vez más esenciales a la hora de garantizar experiencias únicas.

49% de los viajeros españoles ha elegido alguna vez un destino bajo la influencia de las redes sociales, superando el 37 % de la media mundial.

Fuente: eDreams 2024.



El viaje de los influencers

Las empresas del sector trabajan cada vez más con *influencers* estratégicamente seleccionados, dependiendo del público a quien se quieran dirigir. El trabajo de estos "prescriptores digitales" se ha profesionalizado en los últimos años, permitiendo a las marcas definir qué tipo de experiencias quieren promocionar y a qué audiencias se quiere llegar. La notoriedad de la experiencia es lo que genera viralidad: no se trata de enseñar el destino sino de despertar el deseo de vivirlo. Según *eDreams*, el 49 % de los jóvenes afirma que las publicaciones de *influencers* influyen directamente en sus decisiones de viajes. Las mujeres, con un 53 %, se apoyan más en las redes sociales que los hombres (44 %) al planificar sus viajes. Además, los jóvenes entre 18 y 34 años son los más influenciados, con un 66 % de los de 18 a 24 años y un 57 % de los de 25 a 34 años viajando a destinos recomendados en redes.



Notas sobre la investigación

Para la realización de este informe se han utilizado fuentes primarias del Área de Turismo de Madrid Destino (Ayuntamiento de Madrid) y fuentes secundarias de instituciones, organismos, asociaciones y empresas especializadas y vinculadas al sector turístico. El análisis de datos corresponde al año 2024. En aquellos casos en los que no ha sido posible analizar los datos correspondientes al periodo comprendido entre enero y diciembre de 2024, se ha optado siempre por el último dato disponible.

En todo momento se han privilegiado las fuentes procedentes de instituciones y organismos oficiales de relevancia en el sector turístico (AENA, Instituto Nacional de Estadística, RENFE, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Patrimonio Nacional, ONU Turismo, etc.).

En los casos en que ha sido necesario, la información se ha completado con informes y estudios procedentes de empresas, en su mayoría relacionadas con el sector turístico (Euromonitor International, Expedia Group, Mabrian, Amadeus, Booking.com, Movelia, TripAdvisor, SGAE, Asociación de Promotores Musicales de España, Federación Española de Asociaciones de Escuelas de Español para Extranjeros, McKinsey, eDreams, Barceló Hotel Group, Travelzoo, Círculo Fortuny, The Data Appeal Company, etc.).

A continuación, se detallan algunos apuntes metodológicos sobre el empleo de las distintas fuentes:

VISA

Análisis realizado con datos procedentes de VisaNet a partir de pagos realizados con tarjetas de crédito y débito emitidas fuera de España en la ciudad de Madrid durante el periodo de enero a diciembre de 2024.

GLOBAL BLUE

Las ventas *tax free* corresponden a las realizadas por los comercios madrileños afiliados a Global Blue en 2024 y 2023 a viajeros no residentes en la U.E. Madrid queda definido como el municipio de Madrid. Las ventas *tax free* se computan por fecha de compra. La comparación entre 2024 y 2023 se realiza a perímetro comparable de tiendas. La información ya no será de recuperación, sino de evolución. Por tanto, una tasa del 5 % significa que 2024 ha superado a 2023 en un 5 % y una tasa del - 5 % significa que 2024 ha sido inferior a 2023 en un 5 %.

GUEST EXPERIENCE BENCHMARK (SHIJI)

El Guest Experience Benchmark (GEB) de Shiji es una metodología utilizada para evaluar y mejorar la experiencia del cliente en la industria hotelera. La metodología GEB de Shiji se basa en la recopilación y análisis de datos de múltiples fuentes, incluidas las opiniones de los huéspedes en plataformas de reseñas como TripAdvisor, Expedia y Booking.com, así como encuestas de satisfacción del cliente, datos de reservas y otros datos operativos relevantes. Las reseñas se extraen de un conjunto de datos de 11.200 hoteles publicados en 61 sitios de reseñas en 68 idiomas.

ENCUESTA DE PERCEPCIÓN TURÍSTICA

Cuestionario diseñado y dirigido por el Centro de Inteligencia Turística de Madrid Destino. Recoge información muestral de 2.938 visitantes que han sido atendidos de forma presencial en los centros y puntos de información turística oficiales de la ciudad de Madrid entre los meses de enero y diciembre de 2024.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE)

En el momento de realización y cierre de este informe, los datos ofrecidos por el INE hasta el año 2024 son definitivos. Los datos de viajeros, pernoctaciones y estancia media se refieren a las Encuestas de Ocupación Hotelera (EOH) y de Apartamentos Turísticos (EOAT) sobre la ciudad de Madrid. Los datos de ocupación hotelera, ADR y RevPar del INE se refieren a EOH. Los datos de la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) son de la Comunidad de Madrid.

Imágenes

Cubierta. Puente Cáscara Matadero Madrid Río © Madrid Destino
Página 6. Avión volando sobre la ciudad © Víctor C. de Pexels
Página 15. Gran Vía © Madrid Destino
Página 16. Matadero Madrid © Madrid Destino
Página 18. Autor Hotel Madrid - ACHM Hotels by Marriott
Página 21. Palacio de los Duques Gran Meliá © Madrid Destino
Página 22. Hotel Casa de las Artes Meliá Collection
Página 23. Mandarin Oriental Ritz © Hotel Mandarin Oriental Ritz
Página 24. Aeropuerto Barajas T4 © Ricky Esquivel de Pexels
Página 28. Catedral de La Almudena © Osviel Rodríguez Valdés de Pexels
Página 34. Galería de las Colecciones Reales © Madrid Destino
Páginas 36-37. Mirador Faro de Moncloa © Madrid Destino
Página 38. Madrid Horse Week © Madrid Horse Week
Página 39. Mutua Madrid Open © Mutua Madrid Open
Página 40. Mad Cool Festival 2024 © Javier Bragado para Mad Cool Festival
Página 41. Musical "Charlie y la Fábrica de Chocolate" © Let'sGo Entertainment
Páginas 42-43. VelascoAbellà Restaurante © VelascoAbellà Restaurante
Página 48. Gala 40 Aniversario Madrid Convention Bureau
Página 50. Biblioteca Nacional de España © Madrid Destino
Página 51. MADO 2024 © Madrid Destino
Página 52. Plaza Mayor © Madrid Destino
Página 54. Quiosco Atención al Visitante, PIT Santiago Bernabéu © Madrid Destino
Página 57. Experiencia culinaria en el Hotel Thompson con famtrip de Japón © Madrid Destino
Página 59. Campaña "Si la vida fuera una ciudad, sería Madrid", en Londres © Madrid Destino
Página 60. Mad Cool Festival 2024 © Javier Bragado para Mad Cool Festival
Página 63. Gala 40 Aniversario Madrid Convention Bureau © Madrid Destino
Página 65. Rodaje "La vida breve" © Movistar Plus+
Página 68. Faro de Moncloa © Madrid Destino
Página 70. Madrid Río © Madrid Destino
Página 72. Quinta de Los Molinos © Madrid Destino
Página 77. Carabanchel © Madrid Destino
Página 78. Puente de Perrault Madrid Río © Madrid Destino
Página 83. Four Seasons Hotel Madrid © Madrid Destino
Página 84. Turista en la calle © Karlos Garciapons - stock.abobe.com
Página 87. Parque del Retiro fotografiado por una mujer © Silvia - stock.abobe.com

Diseño e ilustraciones: 12caracteres

Depósito legal: M-10801-2019

© de la edición, MADRID DESTINO CULTURA TURISMO Y NEGOCIO, S.A. (en adelante, “MADRID DESTINO”), Madrid, 2024. Todos los derechos reservados salvo los licenciados bajo licencia tipo CC BY-NC 4.0.

MADRID DESTINO es una empresa municipal dependiente del Área de Gobierno de Cultura, Turismo y Deporte del Ayuntamiento de Madrid. CIF. A-84073105
Domicilio social: c/ Conde Duque, 9-11 -C.P. 28015, Madrid.
Contacto: registro@madrid-destino.com

Anuario de Turismo Madrid 2024 es una publicación promovida por el Centro de Inteligencia Turística (CIT) de la Dirección de Turismo de MADRID DESTINO. Domicilio: Plaza Mayor 12, CP 28012.
Contacto: turismo@esmadrid.com

MADRID DESTINO, a través de las publicaciones de CIT, pretende fomentar el conocimiento abierto y promueve el libre uso y reutilización de los contenidos que publica sobre los que ostenta derechos de propiedad intelectual.

Los textos, cifras incluidas, de la presente publicación (excepto donde se indique lo contrario) están licenciados bajo una licencia-tipo Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0).

Mediante dicha licencia, usted es libre de:

- Copiar, distribuir y comunicar públicamente los textos del Anuario de Turismo Madrid 2024.
- Generar obras derivadas.

Para ello, únicamente está usted condicionado a:

- Reconocimiento, explicitando la fuente de información a través de la siguiente fórmula en un lugar visible: “Información obtenida del Anuario de Turismo Madrid 2024”.
- Incluir la misma obligación de reconocimiento en los términos de licencia de cualquier producto derivado que haga uso de esta información.
- No desnaturalizar el sentido de la información reproducida.
- Evitar cualquier rasgo de presentación que sugiera que MADRID DESTINO o el Ayuntamiento de Madrid apoya o promueve el uso que se hace de la información difundida.

En ningún caso está permitida la reproducción de logotipos, escudos, símbolos y marcas identificativas de MADRID DESTINO o el Ayuntamiento de Madrid sin autorización expresa. Las imágenes u otros contenidos que no sean texto están sujetos a copyright de su propietario según sea indicado, o en su caso, a solicitud de licencia de uso a MADRID DESTINO, excepto donde se indique lo contrario. Se han hecho todas las gestiones posibles para identificar a los propietarios de los derechos de autor. Cualquier error u omisión accidental, que tendrá que ser notificado por escrito al editor, será corregido en ediciones posteriores.

Perderse por Madrid ¡Qué gran plan!

Una de las mejores maneras de conocer a fondo Madrid es recorrerla en bici o a pie. Es un plan cómodo, agradable, saludable y sostenible, y podemos llegar a cada rincón de la ciudad para descubrir todos sus secretos. Como los que te mostramos en esta gran ruta que va más allá del centro de la ciudad y conecta diferentes zonas turísticas, todas ellas repletas de lugares que merece (mucho) la pena visitar.

Haz tu recorrido en las etapas que quieras, párate donde te apetezca y tómate tu tiempo para saborear la vida de Madrid. Te esperan monumentos sorprendentes, calles llenas de curiosidades, museos diferentes y bellísimos parques donde descansar. En cada parada propuesta, descubrirás planes apetecibles y conocerás un poco más de esta maravillosa ciudad.



BICIMAD

Este servicio municipal permite a los ciudadanos y visitantes alquilar bicicletas eléctricas, facilitando el acceso a la bici sin tener que comprar o llevar una propia. Cuenta ya con más de 122.000 usuarios y el tiempo medio de viaje con estas bicicletas es de 13 minutos. La ciudad cuenta con 630 estaciones.

[Descubre más aquí](#)



¿Sabías que Madrid es la ciudad española donde más desplazamientos a pie se producen? La media de un día laborable es de 3.700.000 viajes andando.



ANDA MADRID

“Anda Madrid” es una iniciativa del Ayuntamiento de Madrid que nos propone seis rutas gratuitas por los puntos más emblemáticos de la capital, para descubrir la ciudad caminando. Todas ellas tienen un nexo en común, la Puerta del Sol como punto de partida. Además, se pueden combinar enlazando con las líneas gratuitas 001 y 002 de la Empresa Municipal de Transportes.

[Descubre más aquí](#)



Perderse por Madrid ¡Qué gran plan!

Una de las mejores maneras de conocer a fondo Madrid es recorrerla en bici o a pie. Es un plan cómodo, agradable, saludable y sostenible, y podemos llegar a cada rincón de la ciudad para descubrir todos sus secretos. Como los que te mostramos en esta gran ruta que va más allá del centro de la ciudad y conecta diferentes zonas turísticas, todas ellas repletas de lugares que merece (mucho) la pena visitar.

Haz tu recorrido en las etapas que quieras, párate donde te apetezca y tómate tu tiempo para saborear la vida de Madrid. Te esperan monumentos sorprendentes, calles llenas de curiosidades, museos diferentes y bellísimos parques donde descansar. En cada parada propuesta, descubrirás planes apetecibles y conocerás un poco más de esta maravillosa ciudad.



BICIMAD

Este servicio municipal permite a los ciudadanos y visitantes alquilar bicicletas eléctricas, facilitando el acceso a la bici sin tener que comprar o llevar una propia. Cuenta ya con más de 122.000 usuarios y el tiempo medio de viaje con estas bicicletas es de 13 minutos. La ciudad cuenta con 630 estaciones.

Descubre más aquí



Del Faro de Madrid a la Casa de Campo

- ◊ Templo de Debod
- ◊ Parque del Oeste y La Rosaleda
- ◊ Paseo Pintor Rosales

De Canal y Ríos Rosas a Moncloa

- ◊ Ciudad Universitaria
- ◊ Museo de América, del Traje y otros museos
- ◊ Faro de Moncloa

Chamberí

- ◊ Museo Sorolla
- ◊ Museo Geominero
- ◊ Estación de Chamberí
- ◊ Plaza de Olavide
- ◊ Gastronomía en la Calle Ponzano
- ◊ Frontón Beti-Jai

Del Retiro a la Castellana

- ◊ Cibeles
- ◊ Museo Naval
- ◊ Museo Arqueológico
- ◊ Plaza de Colón
- ◊ Museo de Escultura al Aire libre de la Castellana
- ◊ Museo de Ciencias Naturales
- ◊ Casa de la Arquitectura
- ◊ Estadio Santiago Bernabéu

De Arganzuela al Retiro

- ◊ Palacio de Cristal
- ◊ Casa de Vacas
- ◊ Estanque Grande
- ◊ Paseo de las Estatuas
- ◊ Montaña de los Gatos

De la Casa de Campo al Lago de Madrid Río

- ◊ Piraguas en el lago
- ◊ Parque de Atracciones
- ◊ El Paseo de la Gastronomía
- ◊ Zoo-Aquarium

Madrid Río

- ◊ Vistas a Palacio Real,
- ◊ Galería de Colecciones Reales
- ◊ Vistas a la Catedral de la Almudena
- ◊ Paseo por el parque de Madrid Río

De Madrid Río a Carabanchel

- ◊ Murales de arte urbano
- ◊ Colonia de la Prensa
- ◊ Palacio y Jardines de la Finca de Vista Alegre

De Madrid Río a Usera

- ◊ Escultura del Oso Panda
- ◊ Jardín Botánico Pradolongo
- ◊ Parque Lineal del Manzanares
- ◊ "China Town"
- ◊ Ruta de los relojes de sol

**De norte a sur y de este a oeste.
Recorre el Madrid menos conocido.
¡Te proponemos una ruta con
paradas increíbles!**

