

Turismo de alto impacto y sostenibilidad en Madrid

Resumen ejecutivo



Madrid está escribiendo un nuevo capítulo en su posicionamiento internacional como destino urbano de alto valor. En los últimos años, una combinación de factores estructurales, económicos, urbanos y culturales ha impulsado cambios visibles en la oferta turística y de servicios, en la proyección exterior de la ciudad y en la forma en que Madrid compite ante el viajero internacional con mayor gasto en destino.

Este destino, con su modelo de ciudad compacta y su red de transporte público eficiente, destaca por su escala humana y su alta densidad cultural: museos, hoteles, zonas comerciales y restaurantes conviven a pocos minutos a pie, facilitando una experiencia integrada y eficiente para el visitante de alto impacto.

A ello se suma la Comunidad de Madrid, con tres Ciudades Patrimonio Mundial de la UNESCO —Alcalá de Henares, Aranjuez y San Lorenzo de El Escorial—, el Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama y propuestas como la Ruta del Vino de Madrid, que amplían la experiencia combinando cultura, naturaleza y gastronomía a corta distancia.

Este informe, elaborado por Virtuoso en exclusiva para Madrid Turismo by Ifema Madrid, es pionero en su enfoque ya que analiza esta evolución y, en particular, analiza los efectos ligados al turismo internacional de alto impacto en la sostenibilidad de la ciudad, entendida en su sentido más amplio: económico, ambiental y sociocultural.



Un estudio pionero

La investigación es un hito metodológico: identifica y perfila al viajero internacional de alto impacto, compara su comportamiento con un grupo de control y mide su contribución a la cadena de valor local. No solo mide cuánto gastan, sino cómo, en qué y qué efecto genera ese gasto en la cadena de valor local.

Ante la falta de indicadores homogéneos para este segmento, el estudio combina análisis documental, más de 30 entrevistas en profundidad, cuestionarios, observación directa y una encuesta a 524 viajeros internacionales con criterios de elegibilidad explícitos. Los resultados se triangulan con fuentes oficiales y datos de mercado, y se complementan con una selección de buenas prácticas vinculadas a los tres pilares de la sostenibilidad. Además, el estudio identifica buenas prácticas y casos representativos vinculados a los tres pilares de la sostenibilidad.

¿A QUÉ NOS REFERIMOS CON “VIAJEROS DE ALTO IMPACTO”?

Son aquellos que, además de generar una contribución económica significativamente mayor en el destino que visitan, valoran especialmente la sostenibilidad, la autenticidad y el vínculo con la cultura local. Buscan calidad, excelencia en el servicio y experiencias únicas; prefieren alojamientos de alto nivel y gastronomía elaborada con productos locales.

PILAR I. Impacto económico: más valor por visitante

Los resultados de la encuesta “Sustainable Luxury Tourism Research for Madrid (MineMR)” realizada por Virtuoso muestran que el viajero internacional de alto impacto es un motor decisivo de creación de valor en Madrid.

La investigación estima que este perfil genera un impacto total cercano a 980 euros por día en la economía madrileña y 6860 euros por viajero cuando se consideran efectos directos, indirectos e inducidos. Estas métricas permiten interpretar no solo el consumo inmediato, sino su capacidad para activar empleo, proveedores, servicios y gasto local en capas sucesivas de la economía urbana.

La diferencia frente al viajero medio también se observa en el gasto total declarado en destino. **Según el estudio, el viajero de alto impacto deja un gasto total medio en Madrid de 10183 euros por viaje, frente a 6253 euros del viajero medio, y permanece más tiempo en la ciudad, con una mediana de siete días frente a cinco.**

La clave no es solo el volumen, sino la estructura del gasto. Este perfil destina 2,4 veces más a alojamiento, 2,1 a gastronomía, 1,7 a experiencias y 3,3 a compras. **En promedio, este viajero contribuye 2,4 veces más a la economía de Madrid que el viajero medio.**

¿CÓMO SE COMPORTA EL TURISTA DE ALTO IMPACTO EN MADRID?

- Se aloja en hoteles de cinco estrellas y gran lujo
 - Busca gastronomía de autor
 - Realiza compras en el segmento *premium*
 - Demanda experiencias culturales exclusivas
-

El viajero de alto impacto es un motor decisivo de creación de valor¹:

- **980 € de impacto diario a la economía de Madrid.**
- **6.860 € por viajero.**
- **10183 € de gasto medio por viaje.**
- **Estancia mediana de 7 días.**
- **Gasto 2,4 veces superior a la media.**

Los viajeros de alto impacto tienden a quedarse más tiempo y a gastar más en Madrid, especialmente en compras, alojamiento, gastronomía y experiencias. Los gastos en compras son, en promedio, tres veces más altos entre los viajeros de alto impacto que entre los viajeros no lujosos.

Dentro del propio segmento de alto impacto, el informe destaca un subperfil adicional: **quienes viajan asesorados por una agencia Virtuoso gastan hasta 6,1 veces más que los viajeros convencionales**, y en su estructura de gasto las experiencias pueden representar hasta un 31% del total asociado a la estancia, con formatos premium de alto coste como visitas privadas, guías especializados o incluso la privatización puntual de espacios.

Ventajas urbanas y culturales de Madrid



El estudio muestra, además, que este tipo de visitante valora de forma muy significativa la movilidad peatonal. **El 96% considera importante poder desplazarse a pie a la hora de decidir dónde alojarse, frente al 89% del viajero medio.**

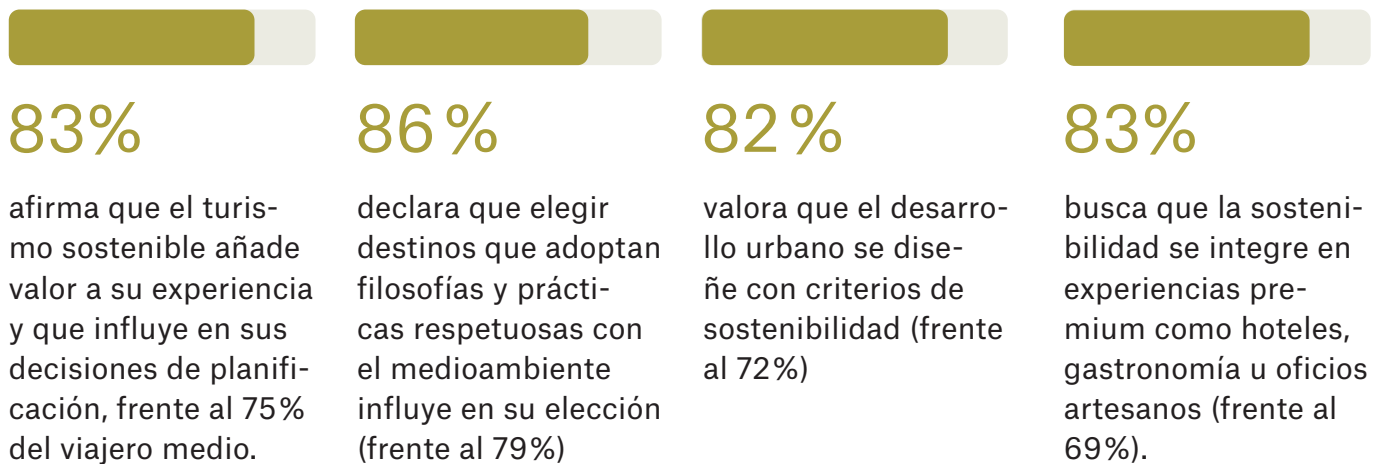
La densidad patrimonial y la escala humana de Madrid facilitan una experiencia en la que museos, hoteles, barrios comerciales y vida gastronómica conviven a corta distancia. **La Comunidad de Madrid reúne 41 hoteles de cinco estrellas o cinco estrellas gran lujo con 6663 habitaciones y 13653 plazas, de los cuales 36 se sitúan en la ciudad de Madrid.**² Además, el eje del Paisaje de la Luz, declarado Patrimonio Mundial, concentra instituciones como el Museo Nacional del Prado, el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza y el Museo Reina Sofía, y en los últimos años se han incorporado nuevas aperturas y mejoras urbanas que refuerzan la calidad del espacio público, como la Galería de las Colecciones Reales, la peatonalización de entornos clave y la rehabilitación de la Gran Vía.



Además, la región ha tomado un protagonismo creciente como extensión natural de la experiencia. El informe destaca la proximidad de enclaves patrimoniales y naturales de primer orden en el conjunto de la Comunidad de Madrid, que favorecen la extensión de la estancia y la diversificación de la experiencia, como el Monasterio de San Lorenzo de El Escorial y los Reales Sitios vinculados a la historia de la monarquía, entre ellos Aranjuez; así como Alcalá de Henares y el entorno natural de la Sierra de Guadarrama.

Pilar II. Impacto ambiental

La contribución del turismo de alto impacto a la sostenibilidad se refuerza también por su orientación a prácticas responsables. El informe identifica que los viajeros de alto impacto tienen un mindset más exigente y más proactivo en sostenibilidad a lo largo de todo el viaje.



Según resultados de la propia encuesta en su comparativa de percepción del destino entre grandes capitales europeas para este mismo perfil de alto impacto, **Madrid se sitúa incluso por encima de París y Lisboa en atributos clave de experiencia como destino.** En particular, destaca por su percepción como ciudad segura, única, inclusiva e histórica, reforzando una propuesta diferencial basada en identidad, calidad urbana y una experiencia integrada.

Otro resultado relevante es la capacidad de este segmento para diversificar la experiencia y distribuir gasto fuera de los espacios más centrales. En un corte del estudio, se señala que el 68% visita Madrid Río y el 63% Las Quintas de Madrid, evidenciando un interés por explorar zonas y activos más allá del circuito clásico.

Pilar III. Cultura y la economía de la experiencia

El 49% de los viajeros de alto impacto busca experiencias exclusivas y privadas y duplica el gasto en este ámbito. En la práctica, muchas de estas experiencias se apoyan en redes locales de cultura, patrimonio, comercio histórico, artesanía, restauración, guías especializados y servicios personalizados. El elevado precio de estas experiencias, como visitas privadas a museos o instituciones culturales, contribuye muy positivamente al incremento de ingresos de estas instituciones, tanto públicas como privadas.

Este perfil no solo busca hacer más cosas, sino vivir cosas que solo pueda ver aquí: lugares con carácter, oficios y saber hacer, producto español, historias de barrio, comercio con legado. Esta demanda ha contribuido a **revalorizar pequeños comercios, comercios tradicionales e históricos y propuestas con identidad local, que encuentran un nuevo nicho y una nueva visibilidad dentro del ecosistema del turismo de alto impacto.**

En paralelo, se observa cómo hoteles de alta gama, incluidos hoteles de cadenas internacionales, apuestan por el barrio y por integrar esa identidad en la experiencia del huésped, incorporando, por ejemplo, amenities y detalles procedentes de comercios tradicionales y marcas locales con historia como es el caso de la marca española La Pajarita, cuyos dulces forman parte de la experiencia de bienvenida en determinados establecimientos.

Sin embargo, el informe identifica una brecha de demanda relevante que apunta a oportunidades concretas para la ciudad y para el tejido turístico local en su relación con la oferta dirigida al viajero de alto impacto. Según la encuesta, seis de cada diez manifestaron intención de comprar durante su estancia, pero finalmente lo hicieron cinco.

Un patrón similar se observa en otras actividades como la visita a mercados locales y las experiencias de *wellness*. Este gap abre margen para diseñar, empaquetar y comunicar mejor una oferta más visible, curada y conectada con este perfil, especialmente en sectores intensivos en mano de obra y generadores de empleo directo y cualificado, desde terapeutas y profesionales del bienestar hasta perfiles especializados en producto, retail y experiencia.

UN ECOSISTEMA INTEGRADO

En la última década, la ciudad ha construido un ecosistema integrado en el que confluyen colaboración público-privada, mejora de la conectividad, captación de inversión internacional y desarrollo de una oferta cultural, gastronómica y comercial de alta gama con identidad local.

En este proceso, el desarrollo de productos y servicios superpremium ha sido determinante: experiencias culturales exclusivas fuera de horario en grandes museos,

nuevas fórmulas de hospitalidad y entretenimiento basadas en el acceso diferencial y propuestas personalizadas de alto valor añadido. Desde la perspectiva urbana, el crecimiento del segmento se ha apoyado en la rehabilitación de patrimonio arquitectónico en el centro histórico, elevando estándares de calidad y reforzando identidad y tejido urbano desde una lógica sostenible.

La conectividad es otro de los pilares estructurales de esta transformación. El Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas alcanzó 68,1 millones de pasajeros en 2025, consolidando a Madrid como hub internacional.³ A ello se suma una oferta gastronómica de referencia: **31 restaurantes con estrella Michelin en la ciudad (39 estrellas en total), y 35 establecimientos y 43 estrellas en el conjunto de la Comunidad de Madrid**, reflejo de una propuesta que irradia valor más allá del centro urbano.⁴ De hecho, en la encuesta **el 35% de los viajeros de alto impacto declara tener previsto cenar en un restaurante con estrella Michelin durante su estancia.**



El dinamismo del consumo premium confirma este posicionamiento. El gasto tax free creció un 163% entre junio de 2023 y mayo de 2024, con un ticket medio de 2600 euros, situando a Madrid como el segundo destino europeo en rentabilidad de compras de lujo por turista.⁵

En conjunto, los datos muestran que el turismo internacional de alto impacto no es un fenómeno aislado, sino el resultado de una transformación estructural que combina inversión, infraestructura, sofisticación del producto y valorización del patrimonio, consolidando un modelo orientado a generar mayor valor económico con menor presión relativa sobre el territorio.

UNA OPORTUNIDAD ESTRATÉGICA

El turismo internacional de alto impacto permite a Madrid generar mayor valor económico con menor presión relativa sobre el territorio, fortalecer empleo cualificado y consolidar su identidad cultural como ventaja competitiva global. Este informe no solo cuantifica una realidad emergente, sino que aporta un marco metodológico para orientar decisiones públicas y privadas hacia un modelo de crecimiento más rentable, sostenible y diferencial en el contexto europeo.

NOTAS

1. Virtuoso, "2026 Sustainable Luxury Travel Research. The Environmental, Cultural, and Economic Contributions of Luxury Tourism in Madrid".
2. INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), cifras provisionales de cierre de 2025 publicadas en enero de 2026 (segmento 5* y 5* Gran Lujo, Comunidad de Madrid y ciudad de Madrid).
3. AENA. Nota de prensa: "El Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas cierra el año 2025 con cifras de tráfico récord". 13 de enero de 2026.
4. *Guía Michelin España* (edición 2026)
5. Indicador: "Compras de viajeros no residentes en la UE". Actualización enero 2026; último mes disponible citado: diciembre 2025.

Preparado por Virtuoso en exclusiva para Madrid Turismo by Ifema Madrid

Copyright©2026 Virtuoso, Ltd. Todos los derechos reservados

Virtuoso® es la principal red global de agencias de viajes especializadas en viajes de lujo y de experiencias. Esta organización a la que se accede sólo por invitación cuenta con más de 1,200 agencias de viajes y más de 20,000 asesores de viajes en 58 países de América del Norte, América Latina, el Caribe, Europa, Asia-Pacífico, África y Medio Oriente. Gracias a sus relaciones preferenciales con más de 2,300 de los mejores hoteles y *resorts* del mundo, compañías de cruceros, aerolíneas, compañías de turismo y destinos de primer nivel, la red brinda a su sofisticada clientela servicios exclusivos, experiencias únicas y acceso privilegiado. Las ventas anuales de 35,000 millones de dólares hacen de Virtuoso una potencia en la industria de los viajes de lujo. Para más información, visite www.virtuoso.com.

Copyright©2026 Virtuoso, Ltd. Todos los derechos reservados