

El número de viajeros alojados en municipios de la región crece más que el de los que eligen la capital

La Comunidad de Madrid destaca el gasto turístico de 16.675 millones en 2023, un 24% más que el año previo a la pandemia

- Esta mejora responde a la combinación de un mayor consumo medio junto a estancias más largas
- El PIB del sector alcanza su máximo histórico con un 8% del total autonómico

26 de marzo de 2024.- La Comunidad de Madrid ha afianzado en 2023 su rentabilidad turística con un gasto total de 16.675 millones de euros, un 24,2% más que en el año anterior a la pandemia, con un aumento de visitantes tan solo del 5% (13,8 millones de 2019 frente a los 14,5 del pasado ejercicio). Esta mejora responde a la combinación de un mayor consumo medio y estancias más largas.

El consejero de Cultura, Turismo y Deporte, Mariano de Paco Serrano, ha visitado hoy la Oficina regional de la Puerta del Sol tras publicarse los datos de la Encuesta de Turismo de Residentes del Instituto Nacional de Estadística. De Paco Serrano ha incidido en que “el gran logro de esta gestión ha sido que el sector suponga ya el 8% del PIB autonómico”. “Estamos de enhorabuena. Los datos conocidos hoy ponen de relieve la consolidación positiva del turismo de alto valor a lo largo de todo 2023 gracias a la intensa labor tanto del Ejecutivo autonómico como de los trabajadores y empresarios”, ha abundado.

Otro de los hitos alcanzados este pasado año ha sido que el número de viajeros alojados en diversos municipios madrileños ha crecido más rápido, un 17,2%, que el de aquellos que se han decantado por la capital, que representan un 13,7%.

Respecto a su posición a nivel nacional, Madrid es la comunidad autónoma que más ha visto incrementar la llegada de turistas internacionales entre 2022 y 2023. Este dato se ha visto complementado, además, por una subida aún mayor del gasto que estos han realizado, un 38,4%, por encima de la media estatal (24,8%) y de regiones como Andalucía (27,7%) y Cataluña (28,9%).

Madrid es, asimismo, la única región que ha visto incrementada la estancia media de estos visitantes a 5,8 días. Supera así, por primera vez, a Cataluña, que se queda en 5,58. En cuanto a la procedencia de los viajeros, destaca la

preeminencia de los mercados iberoamericanos, siendo mexicanos y colombianos, por este orden, el segundo y tercer mercado con mayor volumen de gasto en el territorio madrileño, solo por detrás de los Estados Unidos.

Además, la baja estacionalidad del destino repercute de forma positiva en la estabilidad del empleo turístico. La diferencia en el número de afiliados entre los meses con mayor y menor afiliación es del 12,3%. Este dato se acentúa si se compara con el total nacional, donde la cifra sube hasta un 22,6%.

ESTRATEGIA DE TURISMO Y GRAN OFERTA CULTURAL

La mejora de estas cifras se fundamenta en la puesta en marcha de la Estrategia Turística regional 2023/26, bajo la premisa de avanzar en la consolidación de un modelo de gestión responsable. En su elaboración han participado más de 400 agentes públicos y privados del sector y tiene previstas 20 líneas de trabajo, como la de crear nuevos Centros de Innovación Turística en las comarcas de Sierra Oeste, Sierra de Guadarrama y Las Vegas-Alcarria madrileña, así como impulsar el existente en Sierra Norte.

El Gobierno autonómico trabajará también para atraer otros grandes eventos culturales, deportivos y gastronómicos, que, además de difundir el nombre de Madrid, tienen un gran impacto en la economía y el empleo, y refuerzan la promoción turística y la comercialización dirigida tanto a profesionales del sector como al público, a través de campañas, redes sociales y ferias profesionales.

También están previstas acciones específicas para cada tipo de turismo: cultural, gastronómico, del vino, congresos, rural, deportivo, de aprendizaje del español, compras, golf, ocio nocturno o en el entorno natural; y diseñar vivencias y rutas a la medida de familias, combinadas con la gastronomía tradicional, rutas de moda y de arte, entre otras propuestas.