

El consejero De Paco Serrano ha presentado hoy el balance de los dos primeros años y medio de implantación de la Estrategia 2023/26

---

La Comunidad de Madrid celebra el Día Mundial del Turismo con un modelo de éxito basado en la gestión compartida con el sector

- Esta industria es uno de los grandes motores de crecimiento económico y ha generado una aportación del 8,6% al PIB regional
- Se ha alcanzado ya el 72% de ejecución de las medidas previstas, se ha ampliado la oferta de productos y se ha favorecido la distribución de los flujos turísticos

**25 de septiembre de 2025.-** La Comunidad de Madrid conmemora el Día Mundial del Turismo destacando los buenos resultados del modelo implantado a través de su Estrategia Regional 2023/26, que ya ha alcanzado el 72% de ejecución tras dos años y medio de desarrollo. El consejero de Cultura, Turismo y Deporte, Mariano de Paco Serrano, ha presentado hoy este balance de este plan en un encuentro con los principales representantes del sector, donde ha puesto en valor la solidez de esta industria y el papel fundamental de los empresarios en este éxito.

De Paco Serrano ha destacado que “Naciones Unidas pone el foco este año en el potencial transformador del turismo como agente de cambio positivo, y la región es ya un referente y modelo de cohesión y distribución de los flujos de viajeros por todo el territorio, con la correspondiente dinamización que ello supone en la economía y el empleo locales”.

En 2024, el sector se ha consolidado como uno de los grandes motores de crecimiento, con una aportación del 8,6% al PIB regional, más de 250.000 empleos vinculados a este ámbito y un volumen de gasto superior a 20.000 millones de euros, procedente tanto de visitantes nacionales como internacionales. Todo ello es reflejo de la gestión llevada a cabo por el Ejecutivo autonómico basada en el fortalecimiento de la oferta, la apuesta por la calidad y la diversificación de los mercados.

Por otra parte, la gestión compartida con los principales agentes y representantes de la industria turística madrileña es otra de las claves del modelo implantado por el Gobierno de la Comunidad de Madrid basado en la cogobernanza y que ha permitido que la Estrategia Turística 2023/26 esté ya

ejecutada al 72%, con la involucración y participación de 2.500 empresarios y autónomos, 11 asociaciones y 29 productos promocionados.

Una de las acciones de colaboración más importantes con el sector regional ha sido la creación de la Mesa de Expertos de Turismo de Madrid. Además, se ha aumentado la oferta de productos y se ha impulsado la distribución de los flujos turísticos.

En definitiva, esta Estrategia está permitiendo “consolidar una industria más equilibrada y competitiva con beneficios que llegan a toda la región y abierto a las nuevas tendencias de conocimiento estratégico, inteligencia artificial o conectividad, sin perder los valores culturales, tradicionales y diferenciadores que nos definen”, ha añadido De Paco Serrano. En esta línea, se incluye el lanzamiento del nuevo portal de promoción turística ([www.visitmadrid.es](http://www.visitmadrid.es)), que incorpora el Observatorio Turístico de la Comunidad de Madrid.

## PROMOCIÓN EN DIFERENTES DESTINOS

En estos dos primeros años de implantación de la Estrategia, se han invertido alrededor de 20 millones de euros en campañas de promoción y comercialización turística dirigidas a destinos nacionales e internacionales como Europa, Norteamérica, Estados Unidos y Canadá, Hispanoamérica, Oriente Medio y Asia, que han generado 600 millones de impactos en mercados emisores estratégicos para la Comunidad de Madrid.

Del mismo modo, se ha aportado más de 1,5 millones de euros para el desarrollo territorial y de producto en los diferentes municipios, alcanzando 107 localidades con la puesta en marcha de más de 30 actuaciones. Así, se ha dado cobertura a 29 productos turísticos de la región, abarcando desde productos culturales como el Distrito Real de Madrid, las Villas de Madrid o el flamenco a productos vinculados a la gastronomía, el ocio o el turismo de compras.

Por otra parte, el Gobierno regional ha puesto en marcha una docena de convenios de colaboración público-privada con las principales asociaciones del sector con una inversión de casi 3 millones de euros que han permitido realizar un centenar de actividades y proyectos, impactando de forma directa en 2.500 empresas turísticas madrileñas.