

Según los datos del Observatorio de Cicloturismo correspondientes a 2025, elaborado en colaboración con la asociación CiclaMadrid

La Comunidad de Madrid consolida el cicloturismo como motor de desarrollo rural con un crecimiento del 17% desde 2023

- Avanza la participación femenina que pasa del 11% en 2023 al 16,3% en 2025
- Los usuarios internacionales representan un 8,7% y proceden de Francia, Reino Unido, Hispanoamérica y China

3 de mayo de 2026.- La Comunidad de Madrid se ha consolidado en los últimos años como un destino de referencia para el cicloturismo. Esta modalidad de viaje, que combina naturaleza, patrimonio y desarrollo local, ha experimentado un crecimiento del 17% desde 2023, según los datos del Observatorio de Cicloturismo correspondientes a 2025, elaborado en colaboración con la asociación CiclaMadrid.

A través de itinerarios como la Vía Verde del Tajuña, el Camino de Santiago madrileño o las rutas por la Sierra de Guadarrama se favorece un contacto directo con el entorno natural y se contribuye a dinamizar las economías rurales.

El perfil del visitante que opta por la bicicleta continúa siendo mayoritariamente masculino y joven, aunque empieza a mostrar signos de diversificación. En 2025, cerca del 70% de los usuarios tiene menos de 45 años, con un peso destacado del grupo de entre 18 y 30 años, que representa el 38,5% del total.

Uno de los cambios más relevantes es el aumento de la participación femenina, que ha pasado del 11% en 2023 al 16,3% en 2025. Asimismo, crece la presencia de menores, que ya suponen entre el 5% y el 10% de los usuarios, especialmente en entornos recreativos.

En cuanto al tipo de bicicleta, predomina el uso deportivo, especialmente de carretera y de montaña, vinculadas a rutas de media y larga distancia. El análisis de las encuestas muestra que el 46,5% de los ciclistas inicia sus rutas desde su entorno cercano, mientras que un 23,3% utiliza transporte público y un 18,6 % se desplaza en vehículo privado hasta el punto de inicio.

Por último, los usuarios internacionales representan ya el 8,7% del total y proceden principalmente de países europeos como Francia y Reino Unido, así



como de Hispanoamérica, especialmente de Argentina y México, además de otros mercados más lejanos como China.

Medios de Comunicación