

Según los datos del primer informe del Observatorio Turístico MADRURAL y del de la Federación Madrileña de Agencias de Viajes

## La Comunidad de Madrid recibe una valoración muy positiva como destino de turismo rural por los visitantes

- El 88,6% de los encuestados asegura que volvería a la región y la recomendaría a otras personas
- El gasto de los turistas se concentra, sobre todo, en el sector de la restauración con un 54,3%

**16 de mayo de 2026.-** La Comunidad de Madrid recibe una valoración muy positiva como destino de turismo rural por parte de sus visitantes, según refleja el primer informe del Observatorio Turístico MADRURAL. El estudio se basa en 1.602 encuestas de campo realizadas entre 2025 y 2026 en las cuatro comarcas rurales de la región: Sierra Norte, Sierra de Guadarrama, Sierra Oeste y Vegas y Alcarria Madrileña.

Los resultados de este estudio se han complementado con información sobre la demanda potencial del viajero madrileño obtenida a través del Observatorio de la Federación Madrileña de Agencias de Viajes, para el que se realizaron más de 3.600 entrevistas.

Entre las principales conclusiones del informe destaca la elevada valoración que los visitantes otorgan a MADRURAL, con una puntuación media de 4,51 sobre 5 en calidad percibida. Además, el 88,6% de los encuestados asegura que volvería a la región y la recomendaría a otras personas. El documento también refleja que la experiencia vivida supera las expectativas iniciales de los viajeros, que parten de una imagen previa valorada en 3,95 sobre 5 y finalizan su visita con una puntuación media de 4,49 sobre 5.

El consejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, Mariano de Paco Serrano, ha manifestado que “estas valoraciones tan positivas son un orgullo y un impulso para continuar trabajando en esta línea de diversificación turística puesta en marcha por el Ejecutivo regional”. “La región madrileña es una suma de paisajes, pueblos, sabores, tradiciones y personas que ofrecen formas muy distintas de vivir el territorio y que ofrecen experiencias diferentes a los visitantes”, ha ahondado.

Además, ha felicitado también a los empresarios y agentes turísticos que integran MadRural y ha agradecido su trabajo para sacar este proyecto adelante



Comunidad  
de Madrid

# Medios de Comunicación

en lo que considera “un ejemplo más de que la colaboración público privada es la vía más directa para el desarrollo y la dinamización económica de los pueblos de la región”.

El turismo rural madrileño genera un impacto económico directo. De este modo, el gasto del visitante se concentra de forma clara en la restauración. Bares, restaurantes y oferta gastronómica local absorben el 54,3 % del presupuesto medio, lo que convierte a la hostelería en el principal beneficiario directo del flujo turístico actual. Le siguen el transporte, con un 24%; las compras, con un 9,9%; el alojamiento, con un 8,7%; y las actividades, con un 6,8%.

Sus principales motivaciones son el turismo activo —senderismo, bicicleta y propuestas al aire libre—, que representa el 39,6% de las visitas; el ocio rural vinculado a naturaleza, cultura y descanso, con un 22,5%; la visita a familiares y amigos, con un 14,1%; y el gastronómico o enológico, con un 10,7%.

La mayoría (82,7%) realiza visitas de un solo día, lo que convierte la pernoctación en la gran palanca de monetización futura. El visitante medio es mayoritariamente madrileño: el 87,5% reside en la Comunidad de Madrid. Con una edad media de 42,8 años, que se concentra sobre todo entre los 25 y los 64 años, viaja principalmente en pareja o en familia y responde a un perfil de clase media trabajadora, con capacidad de gasto moderada pero recurrente.