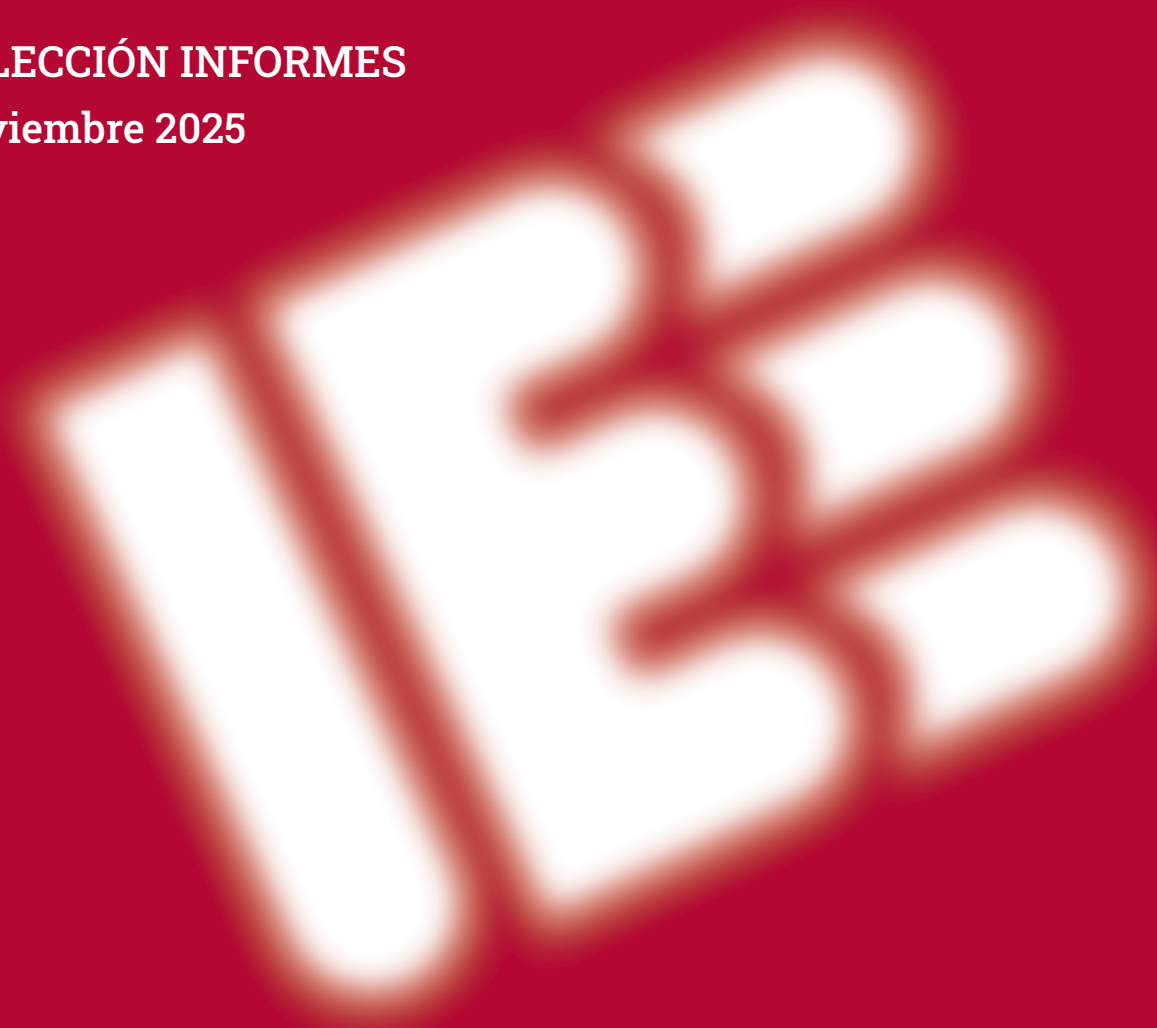


El turismo de eventos en la Comunidad de Madrid: una aproximación a su impacto económico

COLECCIÓN INFORMES

Noviembre 2025



El turismo de eventos en la Comunidad de Madrid: una aproximación a su impacto económico

Autor:

FERNANDO PINTO HERNÁNDEZ

Profesor de Economía Aplicada

Universidad Rey Juan Carlos

Resumen Ejecutivo:

INSTITUTO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS



INSTITUTO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS

El presente Informe del Instituto de Estudios Económicos (IEE) ha sido elaborado bajo la dirección de Gregorio Izquierdo Llanes con la colaboración, como autor, de Fernando Pinto Hernández, junto con el Servicio Técnico del IEE, al que pertenecen María Laura Díaz Di Cocco, Ángela de la Fuente Trujillo, Alejandro Hortelano Martín y Diego Pulido Nava, con la coordinación de Carlos Ruiz Fonseca.

© 2025 INSTITUTO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS
C/ Príncipe de Vergara, 74, 6.ª planta • 28006 Madrid
Tel.: 917 820 580
iee@ieemadrid.com
www.ieemadrid.es

Maquetación: D. G. Gallego y Asociados, S. L.
gallego@dg-gallego.com

Noviembre 2025

Documento digital PDF

Se autoriza la difusión por terceros de esta publicación, de forma total o parcial, siempre y cuando quede reflejado inequívocamente que la autoría de la misma es del Instituto de Estudios Económicos. En este caso, rogamos que nos envíen una copia de la referencia al IEE.

Índice

INSTITUTO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS

RESUMEN EJECUTIVO 6

**EL TURISMO DE EVENTOS EN LA COMUNIDAD DE MADRID:
UNA APROXIMACIÓN A SU IMPACTO ECONÓMICO** 11

FERNANDO PINTO HERNÁNDEZ | Profesor de Economía Aplicada / Universidad Rey Juan Carlos

1. Introducción y alcance	11
1.1. Definición operativa y frontera del objeto de estudio	12
1.2. Horizonte temporal, cobertura territorial y base de precios	13
1.3. Lectura cuantitativa de contexto: PIB turístico y peso en la economía regional	14
1.4. Demanda turística reciente: gasto, motivo del viaje y estructura del gasto	15
1.5. Arquitectura de datos del proyecto y materiales de trabajo	17
1.6. Criterios metodológicos para el cálculo de impactos y el multiplicador económico ...	18
1.7. Tendencias estructurales y transformación del sector	19
2. Marco metodológico y evidencia previa	20
2.1. El modelo input-output (I-O).....	21
2.2. Multiplicadores sectoriales.....	22
2.3. La Cuenta Satélite de Turismo y el proyecto IMPACTUR.....	23
2.4. Multiplicador económico y fiscal.....	23
2.5. Evidencia previa y referencias.....	24
2.6. Consideraciones metodológicas y limitaciones	25
3. Datos y fuentes	25
3.1. Estadísticas oficiales del INE	26
3.2. Cuentas satélite e informes IMPACTUR.....	27
3.3. Memorias e informes de impacto de eventos	28
3.4. Eventos recientes con datos contrastados.....	29
3.5. Notas metodológicas complementarias.....	29



4. Diagnóstico del turismo en la Comunidad de Madrid	30
4.1. Evolución de las llegadas de turistas internacionales	30
4.2. Evolución del gasto turístico internacional	31
4.3. Capacidad y rentabilidad hotelera	32
4.4. Diagnóstico final	33
5. Marco input-output y estimaciones de retorno económico y fiscal	35
5.1. Fundamentos del modelo input-output aplicado a eventos	35
5.2. Multiplicadores sectoriales y justificación	35
5.3. <i>Benchmarks</i> de retorno en eventos madrileños	36
5.4. Ejemplo aplicado: descomposición de un euro invertido	37
5.5. Estimación de Retorno fiscal ampliado	38
5.6. Consideraciones metodológicas y limitaciones	38
6. Síntesis comparada de retornos por tipo de evento en la Comunidad de Madrid	38
6.1. Eventos MICE [Meetings (reuniones), Incentives (incentivos), Conferences (conferencias) y Exhibitions (exhibiciones)]	39
6.2. Eventos culturales (festivales y macroconciertos)	40
6.3. Eventos deportivos	40
6.4. Comparación global de retornos	41
6.5. Retornos intangibles y estratégicos	42
7. Retos y oportunidades del turismo de eventos en la Comunidad de Madrid	44
7.1. Oportunidades estratégicas	45
8. Conclusiones y recomendaciones de política pública	46
8.1. Conclusiones principales	46
8.2. Recomendaciones de política (diseño y ejecución)	47
8.3. Hoja de ruta priorizada (12-24 meses)	48
Referencias bibliográficas	48



Resumen Ejecutivo

El objetivo del informe es **destacar el turismo de eventos como sector estratégico con capacidad de generar empleo, atraer inversión, reforzar la competitividad de la economía española y madrileña, y proyectar a la Comunidad de Madrid como sede de referencia a nivel global para la realización de este tipo de actividades.** El informe **evalúa el impacto económico del turismo de eventos en la Comunidad de Madrid en el periodo 2019-2025**, con especial atención a la contribución de la inversión sobre este tipo de actividades, así como su función dinamizadora del sector empresarial en su conjunto en la región. **El análisis presenta una estimación sobre cuánto revierte a la economía regional la actividad del sector del turismo de eventos deportivos, culturales y de ferias y congresos** [MICE Meetings (reuniones), Incentives (incentivos), Conferences (conferencias) y Exhibitions (exhibiciones)], y en qué condiciones se alcanzan los mejores resultados.

La evolución presente y futura del turismo de eventos en la Comunidad de Madrid está muy vinculada a las dinámicas del turismo a nivel internacional y nacional. Para poder contextualizar y hacer una comparativa de este fenómeno se presentan, en este informe, algunos de los principales indicadores del sector del turismo. En el ámbito internacional **el turismo se consolida como una de las principales actividades vinculadas con la prestación de servicios. Su contribución se estima en el entorno del 10% del PIB mundial** y es responsable de, aproximadamente, uno de cada diez empleos, según el World Travel & Tourism Council (WTTC, 2024). **A nivel nacional, el sector del turismo es uno de los principales motores de nuestro crecimiento y de nuestra competitividad. En 2023 generó 431.000 millones de euros** (es decir, el 15,3% del PIB nacional) **y 2,9 millones de empleos** equivalentes a tiempo completo (el 14,6% del empleo nacional).

La Comunidad de Madrid representa un caso singular dentro del panorama turístico nacional. Su contribución a la actividad (7,9% sobre el PIB) y el empleo (8,5%) de la región es inferior que el promedio nacional. No obstante, a diferencia de los destinos tradicionales de «sol y playa», **la Comunidad de Madrid ha desarrollado un modelo turístico basado en la diversificación y el alto valor añadido, sustentado en esta actividad del turismo de eventos como la cultura, los negocios y los acontecimientos deportivos.** Esta especialización en el turismo de eventos **se traduce en una aportación diferencial al PIB regional que la de otras ramas turísticas con menor productividad.**



El turismo de eventos moviliza un gasto por visitante significativamente superior, induce un mayor impacto económico de la inversión, genera empleo más cualificado y activa sectores con mayor productividad media, como los servicios empresariales, la logística avanzada, la hostelería de alta gama o la oferta cultural y tecnológica que aportan un mayor efecto multiplicador sobre la actividad económica de la Comunidad de Madrid. En conjunto, esta estructura refuerza el carácter estratégico del turismo de eventos dentro de la economía madrileña, tanto **por su efecto multiplicador como por su contribución a la diversificación y resiliencia del sector**.

Destaca, igualmente, **el factor de complementariedad** que aportan las actividades del turismo de eventos por la intensidad **en valor añadido y empleo que generan en otras ramas turísticas relevantes** (alojamiento, restauración, actividades culturales y recreativas), cuyos coeficientes VAB/producción y empleo/producción superan la media y refuerzan la aportación de los eventos al PIB y al empleo regional.

Otro factor por destacar es la **desestacionalización** que permite la realización de este tipo de actividades turísticas y que se deriva de una distribución anual más equilibrada en la realización de eventos. **Esta cuestión contribuye a estabilizar la provisión de estos servicios, el empleo generado y a optimizar la gestión empresarial. La proyección internacional y la atracción de inversión y talento derivadas de ferias y congresos, junto con la generación de redes empresariales y tecnológicas, añaden retornos intangibles que amplifican los efectos directos e indirectos.**

Dentro del turismo de eventos, **el turismo MICE, en términos de actividad e inversión, es particularmente relevante. En 2024, la Comunidad de Madrid registró 54.784 reuniones con 2,58 millones de asistentes, concentrando el 24,5% de los participantes nacionales en este segmento.** El impacto económico del turismo de reuniones en la Comunidad de Madrid fue, aproximadamente, **un 2% del total del PIB regional**. Este impacto del turismo ascendió a 5.674 millones de euros, de los cuales 2.809 millones corresponden a impacto directo y 2.865 millones a efectos indirectos. En términos comparativos, **la Comunidad de Madrid multiplica por ocho el peso del MICE sobre el total de la actividad turística nacional** (26,1% frente al 3,2% en España), **atrae una proporción mayor de turistas internacionales MICE** (29,3% frente al 11,2%) **y supera en más de 50 euros el gasto medio diario del visitante internacional** (404,22 € frente a 348 €) (Fuentes: INE, EGATUR; Madrid Destino y Auren). Todos estos datos confirman y **refuerzan su posición como referente europeo en turismo de eventos y negocios, clave para la competitividad y el crecimiento sostenido del sector turístico regional.**

Como conclusión del informe se destaca que **la Comunidad de Madrid ha consolidado un modelo de turismo de eventos intensivo en valor añadido, con multiplicadores económicos superiores a la media de la economía. Por ejemplo, el segmento MICE, con epicentro en IFEMA Madrid, presenta resultados consolidados: 5.779 millones de euros de facturación, 42.000 empleos equivalentes y 1.064 millones de contribución fiscal, con un multiplicador económico de 25; es decir, cada euro de facturación de IFEMA, genera 25 euros de valor añadido a la Comunidad**



de Madrid, a través de sus efectos directos, indirectos e inducidos. Fuera del segmento MICE, IFEMA Madrid acoge, también, la **Madrid Horse Week**, un evento deportivo-cultural de escala internacional. **Para el periodo de 2013 a 2015, el evento generó en torno a 33 millones de euros de facturación, que se tradujeron en un impacto económico total de 57,6 millones, 1.140 empleos y 6,6 millones en retornos fiscales.** Esto es, por cada euro gastado por Madrid Horse Week, se generó un gasto adicional de 2,6 euros por parte de otros agentes.

En el ámbito cultural, el **Mad Cool 2023** alcanzó 46 millones de facturación y más de 6.700 empleos equivalentes de corta duración, con un multiplicador económico de 23; los macroconciertos, como el de Taylor Swift en 2024, evidencian, igualmente, la capacidad de la Comunidad de Madrid para organizar eventos de escala global, con efectos inmediatos sobre ocupación y precios hoteleros. En el segmento deportivo, el **Mutua Madrid Open**, ha reportado facturaciones en el entorno de 40-45 millones, y la **Rock'n'Roll Running Series Madrid 2023** superó los 48 millones. Este conjunto de resultados es consistente con multiplicadores de 1,8-2,1 para el impacto económico total estimado a través de la metodología input-output.

El trabajo se integra en el marco de la **Cuenta Satélite de Turismo** y en las tablas input-output de España (base 2020), garantizando la compatibilidad con la Contabilidad Nacional y Regional, y utiliza precios corrientes para 2019-2025, distinguiendo una lectura de contexto para ese periodo y aplicaciones empíricas para 2022-2024. La medición se ciñe a un perímetro que incluye el gasto directo de organizadores y asistentes (alojamiento, restauración, transporte local e interurbano, actividades, compras, servicios de producción y logística) y excluye el CAPEX (inversión de capital) no imputable, la fiscalidad del transporte aéreo internacional no recaudada en la región y los efectos reputacionales de largo plazo, que se tratan de forma cualitativa. Para estimar el impacto, se diferencian tres métricas: el multiplicador económico, el retorno fiscal mínimo y el retorno fiscal ampliado.

En su conjunto, los multiplicadores estimados en este trabajo confirman que cada euro de gasto directo asociado a eventos se traduce en 1,8-2,1 euros de impacto económico total, mientras que a nivel fiscal se produce un retorno para la Administración valorado entre 1,2 y 4,6 euros por euro, dependiendo del tipo de evento, de la estructura de gasto y de la arquitectura tributaria efectiva que se considere. Estas cifras, sustentadas en series oficiales, memorias auditadas y estudios especializados, sitúan a Madrid favorablemente en términos de retorno económico y proyección estratégica del turismo de eventos.

La calidad de la estimación se sustenta en varias condiciones explícitas. Se incorporan ajustes de adicionalidad, para aislar gasto verdaderamente atribuible al evento; de desplazamiento, para descontar sustituciones de consumo local; de fugas, para neutralizar importaciones o la parte de los cachés que no queda en la economía regional; y de saturación de capacidad, para evitar imputar como producción los incrementos de precios en situaciones de ocupación cercana al pleno. Se aplica una política de no doble cómputo cuando las memorias oficiales integran efectos inducidos, y se reportan bandas de sensibilidad en multiplicadores y tasas efectivas de IVA.



La interpretación por tipologías revela que, en el turismo MICE, la estabilidad de los calendarios, la mayor disposición al gasto del visitante profesional y la fortaleza de la cadena de proveedores explican retornos económicos elevados, con efectos significativos sobre la ocupación hotelera de media y alta gama y sobre servicios profesionales intensivos en conocimiento. **En los eventos culturales, los festivales y los macroconciertos ofrecen retornos económicos también altos y una proyección mediática global** que potencia la marca-ciudad, **aunque el retorno fiscal puede ser más incierto por la tributación externa** de parte de los ingresos de producción artística; con todo, la base imponible local de alojamiento, restauración, comercio y actividades sostiene retornos fiscales positivos en escenarios prudentes. **En los eventos deportivos, los impactos se materializan en alojamiento, restauración y movilidad, con multiplicadores económicos moderadamente elevados y una aportación social relevante.**

El turismo, a menudo, **forma parte de las estrategias de crecimiento y diversificación de regiones gracias a su potencial para fomentar la actividad económica.** Factores tales como la **mejora de las infraestructuras y, en particular, de la conectividad aérea y ferroviaria**, así como el alcance de la globalización han facilitado un consumo turístico más accesible, más frecuente y diverso. Por otro lado, **esta expansión de la industria turística se ha visto acompañada de tendencias estructurales que derivan de nuevas dinámicas sociales y económicas, donde la sostenibilidad y la digitalización emergen como determinantes de competitividad** para los destinos sede del turismo de eventos.

La Comunidad de Madrid tiene la oportunidad de consolidarse como un referente internacional en el ámbito del turismo de eventos gracias a su red de infraestructuras, la calidad de sus servicios, su amplia oferta cultural y deportiva, y su demostrada capacidad de organización. No obstante, para ampliar y mantener esta ventaja competitiva resulta necesaria una estrategia que mejore su competitividad integrando las tendencias globales del sector que dan un mayor protagonismo a la sostenibilidad y a la digitalización, **lo que reforzaría su liderazgo global y garantizaría un mayor desarrollo del sector.** La sostenibilidad como ventaja competitiva puede condicionar apoyos e incentivos a planes verificables de huella de carbono, circularidad y movilidad, y promoción de la certificación de recintos y eventos. De forma similar, es aconsejable invertir en digitalización y medición avanzada para desplegar una infraestructura de analítica y *ticketing* inteligente, con la posibilidad de medir en tiempo real y gestionar capacidad, seguridad y evaluación económica y social.

Además, la lectura de los resultados del informe no puede separarse del papel de la **colaboración público-privada** y de la especificidad del ecosistema empresarial madrileño, en el que confluyen promotores, recintos, operadores turísticos, servicios profesionales y consultoras especializadas, entre otros. **Esta estructura ha acelerado la profesionalización, la adopción de estándares internacionales en sostenibilidad, la digitalización de procesos y la trazabilidad de impactos, reforzando la posición de Madrid en los circuitos globales de ferias, congresos, festivales y competiciones deportivas.** La gobernanza de varios niveles, bien articulada con agentes privados, actúa como un activo decisivo para asegurar retornos estables, gestionar riesgos de saturación y maximizar los efectos de arrastre sobre el tejido productivo local.



La dimensión de la colaboración público-privada y el rol empresarial resultan determinantes para explicar el desempeño comparado. Los esquemas de gobernanza mixtos, los contratos-programa con métricas de desempeño económico y fiscal, empleo y sostenibilidad, y la cofinanciación de intangibles (digitalización, medición avanzada, estándares ambientales) elevan la eficiencia del gasto público y la capacidad de atracción del destino para promotores internacionales. **La aportación empresarial, articulada en torno a cadenas de valor locales con servicios técnicos, logística, seguridad, montaje, contenidos creativos, comunicación y soluciones tecnológicas, incrementa la propensión local del gasto, con lo que actúa como multiplicador de los efectos directos.** Desde una perspectiva empresarial, esta arquitectura de cooperación constituye, también, un mecanismo de rendición de cuentas y de reducción de riesgo para la inversión pública, alinear incentivos con resultados y facilitar la evaluación posterior.

Asimismo, **la marca-ciudad adquiere un papel importante en la consolidación del liderazgo internacional de Madrid.** Más allá de la promoción turística tradicional, **debe entenderse como una estrategia de posicionamiento global en ámbitos como la cultura, el deporte y MICE.** En este sentido, formar parte de foros y redes internacionales vinculadas a sectores estratégicos (como salud, energía o tecnología) resulta esencial para reforzar el conocimiento compartido, la cooperación empresarial y la transferencia de buenas prácticas. **La presencia continuada en estos espacios de referencia favorece la visibilidad del ecosistema madrileño, consolida su reputación como destino de innovación y amplía las oportunidades de negocio y de atracción de inversión.** Del mismo modo, mantener **campanas internacionales** de promoción coordinadas y presentar candidaturas sólidas a grandes eventos globales **permite proyectar una imagen coherente y moderna de la ciudad,** mejorar su posicionamiento en los principales mercados emisores y **fortalecer su papel en las redes internacionales de turismo y negocios.**

La síntesis final es que el turismo de eventos en la Comunidad de Madrid constituye un pilar importante de competitividad regional. La evidencia cuantitativa (con el PIB turístico en máximos, multiplicadores económicos por encima de la media y retornos fiscales robustos) y los beneficios intangibles (marca-ciudad, atracción de talento, redes empresariales y cohesión social) justifican una estrategia sostenida de apoyo y de mejora institucional. Con una posición de liderazgo por capacidad, densidad empresarial y reputación, y con una ventana de oportunidad para consolidarse de manera permanente como destino de turismo de eventos, la continuidad de políticas estables, la coordinación y el compromiso del tejido privado con la operativa garantizarán que cada euro público invertido retorne a la sociedad madrileña en forma de crecimiento, empleo y recaudación.

Palabras clave: turismo de eventos, impacto económico, retorno fiscal, MICE [Meetings (reuniones), Incentives (incentivos), Conferences (conferencias) y Exhibitions (exhibiciones)], colaboración público-privada, multiplicador económico, marca-ciudad, sostenibilidad, digitalización, IFEMA Madrid, desestacionalización, competitividad regional.



El turismo de eventos en la Comunidad de Madrid: una aproximación a su impacto económico

FERNANDO PINTO HERNÁNDEZ

Profesor de Economía Aplicada
Universidad Rey Juan Carlos

1. Introducción y alcance

El presente informe tiene por objeto **cuantificar y analizar la inversión total asociada al turismo de eventos en la Comunidad de Madrid**, entendida como el conjunto de recursos movilizados por empresas, promotores, patrocinadores, organizadores, operadores turísticos y demás agentes privados que conforman esta industria. El turismo de eventos constituye, hoy, una de las **actividades de mayor densidad inversora y retorno económico** dentro de la economía madrileña. Su cadena de valor incluye no solo la organización de ferias, congresos, festivales o competiciones deportivas, sino también toda la red de proveedores y servicios que se activan en torno a ellos: hotelería, restauración, transporte, logística, comercio, tecnología, producción audiovisual y comunicación. La actividad de estos sectores se financia, mayoritariamente, con recursos privados y genera **impactos agregados sobre el PIB y el empleo** muy superiores a los de otras ramas del turismo convencional.

Este enfoque permite estimar, con precisión, tanto el **multiplicador económico**, que refleja la rentabilidad de la inversión en términos de producción y valor añadido, como el **retorno fiscal**, que cuantifica la recaudación tributaria inducida por la actividad económica generada. En coherencia con la literatura internacional (OECD, 2024; WTTC, 2025; Exceltur-IMPACTUR, 2023), se asume que, **aproximadamente, el 85%-90% de la inversión total en el ecosistema de eventos es de origen privado**, mientras que **el 10%-15% restante corresponde a infraestructuras, cesiones o apoyos públicos complementarios**.

En 2024, el **PIB turístico regional** alcanzó los 25.052 millones de euros, equivalentes al 8,6% del PIB autonómico y a cerca de 310.000 empleos vinculados al sector. Dentro de esta actividad, los **eventos** (empresariales, culturales y deportivos) concentran un elevado volumen de inversión privada y exhiben **multiplicadores económicos de entre 1,8 y 2,1**, lo que significa que cada euro invertido por las empresas en el sector genera hasta 2,1 euros de impacto total sobre la economía madrileña. A ello se suma un **retorno fiscal** equivalente a entre 1,2 y 1,5 euros



de recaudación pública por cada euro de gasto privado, principalmente a través de IVA, IRPF y cotizaciones sociales.

El estudio cubre el periodo **2019-2025**, que abarca las etapas de expansión previa a la pandemia, el colapso de 2020, la recuperación escalonada de 2021-2023 y la consolidación del ciclo expansivo en 2024-2025. Esta secuencia temporal permite evaluar cómo la inversión empresarial ha actuado como vector de resiliencia y recuperación económica en la Comunidad de Madrid, y cómo **el turismo de eventos se ha consolidado como sector con elevado retorno económico y fiscal inducido**.

1.1. Definición operativa y frontera del objeto de estudio

Se entiende por **turismo de eventos** el conjunto de desplazamientos cuyo motivo principal es la asistencia a **reuniones y encuentros profesionales** [MICE, Meetings (reuniones), Incentives (incentivos), Conferences (conferencias) y Exhibitions (exhibiciones)], **culturales** (festivales, conciertos, exposiciones y ferias de arte) o **deportivos** (torneos y competiciones de alcance nacional o internacional), junto con la **producción y provisión de bienes y servicios** necesarias para su desarrollo. La medición incluye el **gasto directo de los organizadores** (alquiler de espacios, producción, montaje, logística, personal, seguridad, limpieza, seguros y comunicación) y el **gasto directo de asistentes y acompañantes** (alojamiento, restauración, transporte local e interurbano, actividades y compras). Esta definición se alinea con la formulación clásica de Getz (2008) y la tipología ampliamente usada en la literatura (Getz & Page, 2016; Vico, 2019; Gómez, 2019).

Quedan fuera de la base de cálculo las **inversiones estructurales no imputables** al evento (inversión de capital, CAPEX), el **transporte aéreo internacional** cuando su fiscalidad no se recauda en la Comunidad de Madrid y los **efectos reputacionales o de marca** de largo plazo, que se tratan únicamente de forma cualitativa. Esta **frontera operativa** evita sobrestimaciones y alinea la medición con la **Cuenta Satélite de Turismo** y con los objetivos del informe.

En todo el documento, el **multiplicador económico** se entiende como el **retorno total de la inversión**, mientras que el **retorno fiscal** recoge la **recaudación pública inducida** (IVA, IRPF, Sociedades y cotizaciones). Este criterio se aplicará de forma coherente en todas las tablas y apartados analíticos.



TABLA 1
Alcance del gasto considerado en el informe

Concepto de gasto	Inclusión	Criterio aplicado
Operación del organizador (sede, producción, montaje, staff, seguridad, limpieza, logística)	✓	Asignación a ramas CNAE y valoración a precios básicos para el modelo I-O
Gasto del asistente (alojamiento, restauración, transporte, actividades, compras)	✓	Desagregado por partidas y tipos de IVA; corrección por propensión local y fugas
Inversión estructural (CAPEX)	✗	Solo se valora si existe cesión explícita imputable al evento (casos excepcionales)
Transporte aéreo internacional	✗	Impacto económico nacional, pero fiscalidad no imputable a CAM (criterio prudente)
Efectos reputacionales y de marca	⚠	No monetizados en el multiplicador económico mínimo; análisis cualitativo en escenarios

Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas INE (CST/EGATUR/FRONTUR), IMPACTUR Comunidad de Madrid y memorias oficiales de eventos.

La **tipología** del turismo de eventos puede estructurarse por **tamaño** (megaeventos, emblemáticos o locales) o por **temática** (MICE, culturales y deportivos). Su gestión se basa, mayoritariamente, en **inversión privada**, articulada por promotores, patrocinadores, operadores, cadenas hoteleras, restauración, transporte y empresas tecnológicas, cuyos efectos se reflejan en los indicadores de **multiplicador económico** y **retorno fiscal**. Esta aproximación y su marco de fuentes (CST, EGATUR, FRONTUR, IMPACTUR y memorias oficiales) constituyen la base metodológica del presente informe¹.

1.2. Horizonte temporal, cobertura territorial y base de precios

El diagnóstico estructural abarca **2019-2025 (acumulado del año)**, de modo que captura la situación **prepandemia**, el **shock de 2020**, la **recuperación 2021-2022** y la **consolidación 2023-2025**. La unidad territorial de referencia es la **Comunidad de Madrid (NUTS-2)**; cuando existan datos estrictamente municipales se indicará explícitamente la escala. Todas las cifras se presentan en **euros corrientes del año de referencia**; el **gasto directo** se convierte a **precios básicos** para su tratamiento input-output. Conforme a la convención adoptada, el **multiplicador económico** se interpreta como **multiplicador total** de la inversión (predominantemente privada) y el **retorno fiscal** como la recaudación pública inducida.

¹ Este informe no introduce datos primarios nuevos, sino que consolida y sistematiza la evidencia procedente de informes institucionales previos, empresariales y consultoras especializadas (IFEMA, PwC, Metyis, Exceltur, INE, IMPACTUR, etc.), con el fin de ofrecer una lectura integral y coherente desde la perspectiva de la inversión privada.



TABLA 2
Marco analítico del estudio

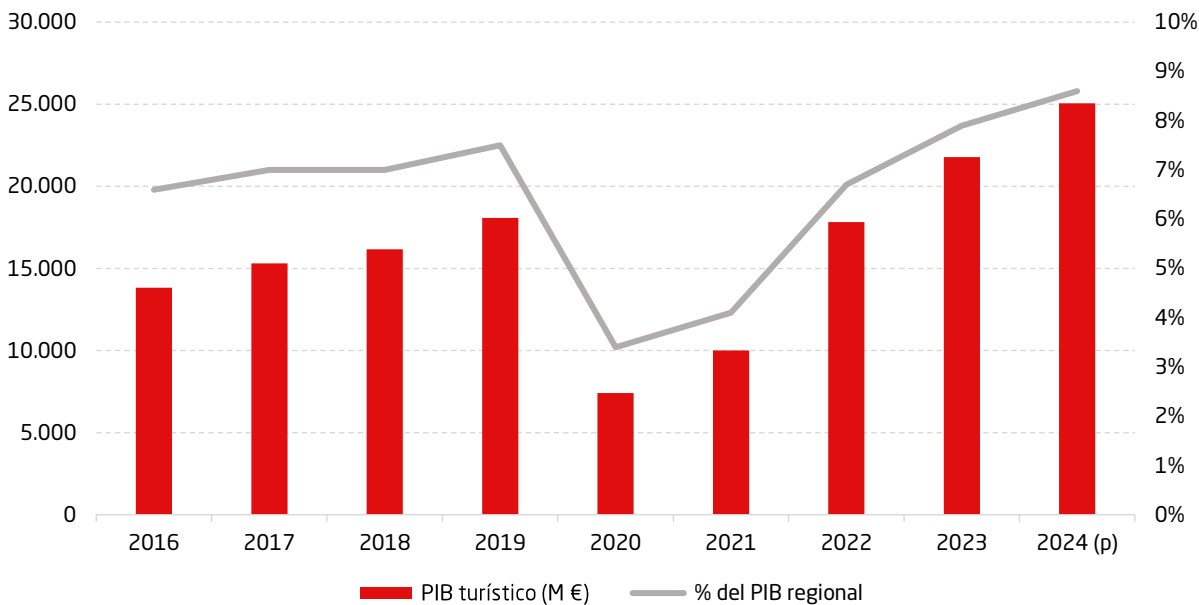
Dimensión	Alcance operativo
Periodo de análisis	2019-2025 (acumulado del año) para diagnóstico; 2022-2024 para casos con memorias de impacto
Territorio	Comunidad de Madrid (NUTS-2), con puntual referencia municipal cuando la fuente así lo establezca
Base de precios	Euros corrientes; conversión a precios básicos para I-O; sensibilidades en multiplicadores y tipos efectivos

Fuente: Elaboración propia.

1.3. Lectura cuantitativa de contexto: PIB turístico y peso en la economía regional

La trayectoria reciente del **PIB turístico madrileño** muestra un crecimiento sostenido hasta 2019, una contracción abrupta en 2020 y una recuperación vigorosa que culmina en 2023 y previsión al alza en 2024-2025. Esta senda justifica focalizarse en **subsegmentos de mayor valor añadido**, como los eventos, por su capacidad para **eleva**r el **gasto medio** y **estabilizar la estacionalidad**. En coherencia con el enfoque de inversión, esta sección se interpreta en clave de **capacidad de tracción empresarial** y **efectos sobre la productividad** sectorial.

GRÁFICO 1
PIB turístico de la Comunidad de Madrid (millones de euros) y variación (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de Exceltur, IMPACTUR Comunidad de Madrid 2023 (presentación, nov.-2024).

1.4. Demanda turística reciente: gasto, motivo del viaje y estructura del gasto

Para anclar la modelización con datos de alta frecuencia, se emplean las series **EGATUR/FRONTUR**. La evidencia mensual y acumulada de 2024 confirma que Madrid combina **elevado volumen de turistas con gasto medio por persona y diario muy superiores a la media nacional**, rasgo consistente con una **cartera de eventos** (MICE, culturales y deportivos) que atrae **demandas de alto valor**. En la lectura por **motivo del viaje**, el segmento **negocios/eventos** muestra ritmos de crecimiento superiores al ocio, coherentes con el **peso de la inversión privada** en el ecosistema de eventos. La **composición del gasto** (alojamiento, manutención y actividades) concentra la mayor parte de la **base imponible** que, en el marco del informe, se identifica como **retorno fiscal** (efectos recaudatorios inducidos), manteniendo separado el indicador de **multiplicador económico**.

TABLA 3
EGATUR Madrid - septiembre 2024 (mensual)

Indicador	Valor
Gasto total (M €)	1.440,8
% del total nacional (mes)	11,4%
Número de turistas (personas)	817.242
Gasto medio por persona (€)	1.763,1
Gasto medio diario (€)	357,2
Estancia media (noches)	4,9

Fuente: Elaboración propia a partir de Ficha EGATUR Comunidad de Madrid, septiembre de 2024 (base INE).

El análisis por motivo del viaje refuerza esta lectura. En septiembre de 2024, el gasto por negocios, indicativo parcial de MICE, creció a ritmos superiores al ocio, lo que sugiere una recuperación plena del calendario de reuniones y ferias tras el verano y una concentración de gasto de alto valor.

TABLA 4
EGATUR Madrid - septiembre 2024 por motivo del viaje

Motivo	Gasto (M €)	Variación interanual
Ocio y vacaciones	1.122,3	+12,9%
Negocios	183,4	+21,6%
Resto	135,1	-1,7%

Fuente: Elaboración propia a partir de Ficha EGATUR Comunidad de Madrid, septiembre de 2024 (base INE).

La consolidación del ejercicio 2024 hasta septiembre muestra un volumen agregado de gasto que respalda la hipótesis de fuerte tracción de Madrid sobre el turismo internacional de alto gasto, con gasto medio por persona cercano a 1.823 euros y gasto medio diario por encima de 300 euros.

TABLA 5
EGATUR Madrid - acumulado 2024 (enero-septiembre)

Indicador	Valor
Gasto total (M €)	12.099,0
Gasto medio por persona (€)	1.822,7
Gasto medio diario (€)	312,5
Estancia media (noches)	5,8

Fuente: Elaboración propia a partir de Ficha EGATUR Comunidad de Madrid, septiembre de 2024 (base INE).

En términos de composición del gasto, el peso de «actividades» y de «alojamiento y manutención» constituye la base imponible con mayor tracción para el IVA regional (10% en alojamiento y restauración; 21% en actividades y parte de servicios), mientras que el transporte internacional, aunque relevante para el total de gasto del viaje, no forma parte del retorno fiscal mínimo de la región y, por tanto, no se computa en ese indicador.

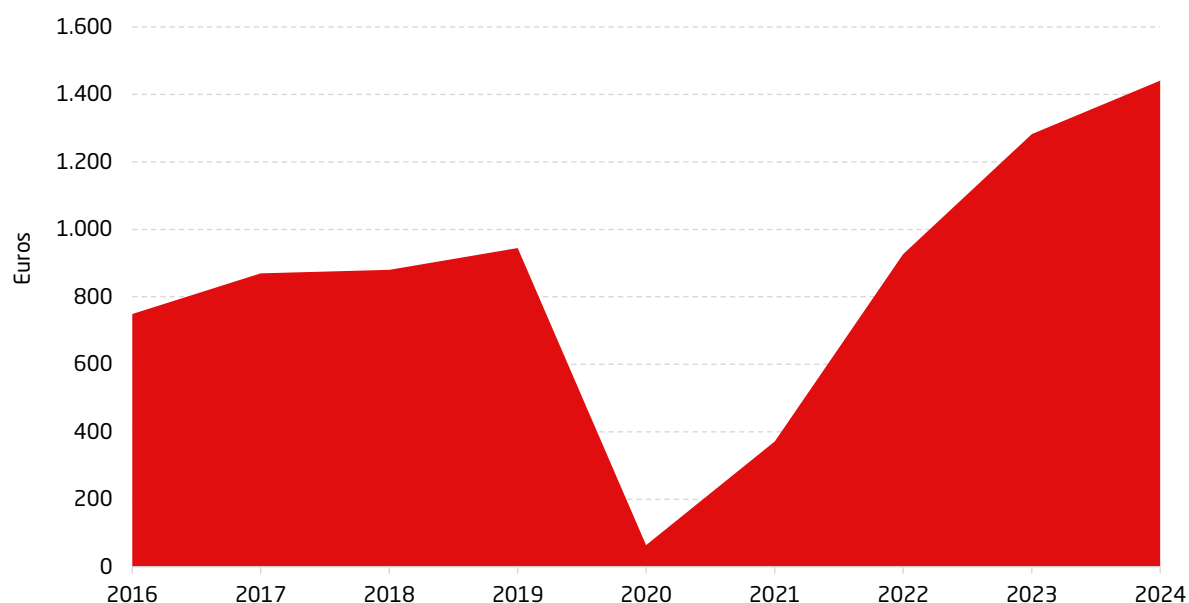
TABLA 6
EGATUR Madrid - acumulado 2024 (enero-septiembre) por concepto

Concepto	Gasto (M €)	Peso
Paquete turístico	568,21	4,7%
Transporte internacional	4.497,60	37,2%
Alojamiento	1.446,14	12,0%
Manutención	1.390,54	11,5%
Actividades	3.503,71	29,0%
Otros gastos	692,79	5,7%
Total	12.099,00	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de Ficha EGATUR Comunidad de Madrid, septiembre de 2024 (base INE).

Como referencia histórica, septiembre ha sido tradicionalmente un mes fuerte para Madrid. La siguiente serie muestra la evolución del gasto mensual de septiembre desde 2016, con la ruptura de 2020 y la recuperación posterior hasta alcanzar máximos en 2024.

GRÁFICO 2

**Serie histórica: gasto de septiembre en Madrid
2016-2024**

Fuente: Elaboración propia a partir de Ficha EGATUR Comunidad de Madrid, septiembre de 2024 (base INE).

Un apunte contextual útil para valorar el peso de Madrid en el conjunto nacional: en 2024 el gasto total de turistas internacionales en España se situó por encima de 126.000 millones de euros, y la Comunidad de Madrid aportó en torno al 11,8% del PIB turístico nacional (del orden de 21.779 millones), con una mejora de la «rentabilidad» diferencial entre crecimiento del gasto y crecimiento de llegadas, de +8,4 puntos respecto a la media. Estas magnitudes son coherentes con la idea de una cesta de gasto de alto valor asociada, entre otros factores, al calendario de eventos y a la oferta cultural de la región.

1.5. Arquitectura de datos del proyecto y materiales de trabajo

Además de las series oficiales, el proyecto compila **información estructurada por evento**: asistencia total, procedencia del público, gasto medio y, cuando está disponible, **métricas de impacto** (valor añadido, empleo equivalente). Esta base es la que se utiliza después para estimar el **multiplicador económico total** y el **retorno fiscal** por tipo de evento, **preservando la trazabilidad** de fuentes y evitando **doble cómputo**. La selección de casos (MICE, festival cultural, carrera urbana y macroconcierto en estadio) responde a su **relevancia económica** y **disponibilidad de datos**.

TABLA 7

Resumen de la base de datos de eventos utilizada en el proyecto

Categoría	N.º de eventos	Asistencia total (personas)	Impacto reportado/estimado (M €)
Cultural (concierto)	1	130.000	25-30
Cultural (festival)	1	310.000	46,0
Deportivo (carrera)	1	34.600	48,7
Total	3	474.600	119,7-124,7

Nota: El rango 25-30 M € del concierto en estadio se basa en estimaciones prudentes a partir de referencias europeas y multiplicadores I-O; no existe informe oficial de impacto (Live Nation y prensa económica, 2024).
Fuente: Elaboración propia a partir de Metyis (2023), Estudio de impacto económico Mad Cool Festival 2023; Ayuntamiento de Madrid (2023), Informe de impacto económico Rock’n’Roll Running Series Madrid 2023; Live Nation (2024), comunicados oficiales del Eras Tour Madrid y prensa económica (*Expansión*, *El País*, 2024).

1.6. Criterios metodológicos para el cálculo de impactos y el multiplicador económico

El cálculo de los impactos económicos se basa en la metodología **input-output (I-O)**, adaptada a la estructura productiva de la **Comunidad de Madrid**. El objetivo es estimar, con precisión y trazabilidad, el **multiplicador económico total** asociado a la inversión vinculada al turismo de eventos, distinguiendo entre los efectos directos, indirectos e inducidos, y cuantificar, paralelamente, el **retorno fiscal**, entendido como la recaudación pública generada por dicha actividad económica.

El proceso parte de la **identificación del gasto o inversión inicial**, compuesto, fundamentalmente, por recursos privados —organización de eventos, contratación de servicios, logística, montaje, producción, comunicación, transporte, alojamiento y restauración—, complementados, en menor medida, por aportaciones o servicios públicos de carácter instrumental. A partir de esta base se asigna cada partida de gasto a las ramas de actividad correspondientes según la **Tabla Simétrica Input-Output del INE**, recalculada a precios básicos para eliminar impuestos sobre productos y márgenes comerciales, garantizando así la homogeneidad contable del modelo.

Posteriormente, se aplica la **inversa de Leontief**, que permite cuantificar el efecto total (directo + indirecto) sobre la producción, el valor añadido y el empleo. En determinados casos, y siempre que existan fuentes oficiales que lo justifiquen (por ejemplo, los estudios de IFEMA Madrid o los informes IMPACTUR de Exceltur), se incorpora, también, una estimación prudente del efecto inducido, derivado del consumo adicional generado por los salarios y las rentas producidas en el propio sector. Esta estimación se realiza de manera conservadora para evitar duplicidades o sobrevaloraciones.

El **multiplicador económico total** resulta de relacionar el impacto económico global con la inversión inicial, permitiendo expresar cuántos euros de producción y renta genera cada euro

invertido en el ecosistema de eventos. En el contexto de este estudio, dicho multiplicador refleja, principalmente, la **eficiencia y rentabilidad de la inversión privada**, si bien incluye, también, los encadenamientos productivos asociados a la actividad complementaria pública.

El **retorno fiscal**, por su parte, se estima de manera diferenciada. En una primera fase se calcula el **retorno fiscal mínimo**, correspondiente a la recaudación efectiva derivada del **IVA aplicado al gasto directo gravable**, ponderando los diferentes tipos impositivos por categoría de consumo (por ejemplo, 10% en alojamiento y restauración, 21% en servicios de producción o actividades culturales y de ocio). En una segunda fase se obtiene el **retorno fiscal ampliado**, que incorpora las aportaciones adicionales al erario generadas por el **IRPF**, las **cotizaciones sociales** y el **Impuesto sobre Sociedades**, aplicadas al valor añadido y al empleo directo e indirecto estimado.

De este modo el análisis diferencia con claridad el **multiplicador económico total**, que aproxima la eficiencia productiva y el retorno de la inversión, y el **retorno fiscal**, que cuantifica los efectos recaudatorios para la Hacienda pública. Esta distinción es fundamental para interpretar correctamente los resultados y evitar confusiones conceptuales: el primero refleja la **rentabilidad económica del capital invertido**, mientras que el segundo representa el **beneficio tributario derivado para el conjunto de las Administraciones**.

Finalmente, todas las estimaciones se han realizado siguiendo criterios de **prudencia metodológica** y **consistencia internacional**, en línea con los estándares de la **OCDE (2024)** y la **WTTC (2025)**. Los coeficientes técnicos se mantienen constantes a lo largo del periodo 2019-2025, y las series de inversión y gasto se actualizan anualmente con datos procedentes de fuentes oficiales y empresariales. Con ello se garantiza la comparabilidad de los resultados y su validez para el conjunto del horizonte analizado.

1.7. Tendencias estructurales y transformación del sector

El análisis de la evolución reciente del turismo de eventos en la Comunidad de Madrid permite identificar un conjunto de **tendencias estructurales** que consolidan el papel de este sector como **motor de inversión privada, competitividad empresarial y atracción de capital internacional**. Estas tendencias no solo reflejan la recuperación posterior a la pandemia, sino también la **madurez de un ecosistema productivo** que combina innovación, diversificación y orientación a mercados de alto valor añadido.

En primer lugar, se observa una **intensificación sostenida de la inversión privada** en todas las fases de la cadena de valor de los eventos: planificación, organización, producción, servicios logísticos, alojamiento, restauración, transporte y tecnología aplicada. Las empresas promotoras, patrocinadores, operadores de servicios y plataformas digitales han asumido un papel protagonista en la financiación y gestión de los principales eventos celebrados en Madrid. Este proceso ha reducido la dependencia de los apoyos públicos y ha incrementado la eficiencia



global del sistema, evidenciando un **modelo de crecimiento basado en la rentabilidad empresarial y en la competencia por la calidad**.

En segundo lugar, se consolida un **patrón de rentabilidad elevado**. Los datos más recientes muestran **multiplicadores económicos comprendidos entre 1,8 y 2,1**, lo que implica que cada euro invertido genera más de dos euros de impacto económico agregado sobre la producción regional. El **retorno fiscal inducido**, resultado de la recaudación tributaria vinculada a la actividad empresarial, se sitúa entre **1,2 y 1,5 euros por cada euro de inversión privada**, confirmando que el turismo de eventos es una **fuentes estable de ingresos públicos** sin requerir financiación significativa por parte de la Administración. Este equilibrio demuestra que la inversión privada no solo es rentable para las empresas, sino también beneficiosa para el conjunto de la economía madrileña.

En tercer lugar, la estructura de la demanda muestra una **evolución hacia perfiles de mayor valor añadido y menor estacionalidad**. Los eventos MICE y tecnológicos han liderado la recuperación postpandemia, impulsando la llegada de visitantes profesionales con un gasto medio un 20% superior al de los turistas convencionales. Paralelamente, los festivales culturales y las competiciones deportivas de gran formato han contribuido a diversificar la base de demanda, generando flujos turísticos en meses tradicionalmente de menor ocupación y reforzando el tejido económico local.

Finalmente, se consolida la **vocación internacional de Madrid** como destino de inversión y organización de grandes eventos. La ciudad figura de manera estable entre los **principales destinos MICE del mundo** (ICCA, 2024) y encabeza la clasificación nacional tanto en número de ferias y congresos como en visitantes internacionales. La combinación de infraestructura avanzada (IFEMA Madrid, estadio Santiago Bernabéu, Palacio de Deportes, entre otros) con la fortaleza del sector privado local ha generado un **entorno competitivo de alta productividad** que atrae capital, talento y proyectos de largo recorrido.

En conjunto, estas dinámicas confirman que el turismo de eventos en la Comunidad de Madrid constituye una **industria con elevados retornos económicos y fiscales**, capaz de impulsar la productividad, el empleo y la proyección internacional de la región. Su consolidación futura dependerá de mantener un entorno regulatorio estable, una infraestructura moderna y una política de colaboración público-privada que continúe estimulando la inversión y la competitividad empresarial.

2. Marco metodológico y evidencia previa

El presente capítulo describe los **principios, fuentes y procedimientos analíticos** empleados para estimar los impactos económicos y fiscales asociados al turismo de eventos en la Comunidad de Madrid. El objetivo es garantizar **la transparencia de supuestos y la replicabilidad** de los



resultados, asegurando que las magnitudes obtenidas sean comparables con los estándares internacionales más reconocidos (OCDE, 2024; WTTC, 2025; Exceltur, 2024).

La metodología se estructura en torno a tres ejes complementarios:

1. La **cuantificación de la inversión privada inicial** como variable principal de impacto.
2. La **estimación del multiplicador económico**, entendido como la relación entre la inversión y el impacto agregado sobre la producción, el empleo y el valor añadido.
3. La **evaluación del retorno fiscal**, medido a través de la recaudación pública inducida y derivada de la actividad económica generada.

2.1. El modelo input-output (I-O)

El modelo input-output, introducido por **Wassily Leontief (1936)**, se fundamenta en la idea de que la producción de un sector requiere insumos de otros, de modo que un cambio en la demanda final de un bien o servicio genera una reacción en cadena sobre el resto de la economía. Este marco es especialmente útil para analizar el turismo de eventos, dado su carácter **transversal y multisectorial**, donde los impactos se distribuyen en hostelería, restauración, transporte, comercio y servicios profesionales.

En este informe, el **gasto directo de organizadores y asistentes**, de naturaleza fundamentalmente privada, se transforma en un **vector de demanda final**, asignado a las ramas productivas de la **Tabla Input-Output de España (TIO, base 2020)**. A continuación, se aplica la **inversa de Leontief $(I-A)^{-1}$** , que permite calcular la producción total generada, y se convierten los resultados en **Valor Añadido Bruto (VAB)** y **empleo** mediante coeficientes sectoriales.

La secuencia metodológica se articula en cuatro fases:

1. **Estimación del gasto directo:** cuantificación del gasto privado de organizadores y asistentes, desagregado por conceptos (alojamiento, restauración, transporte, actividades, comercio, servicios).
2. **Asignación sectorial:** correspondencia del gasto con ramas de actividad de la tabla input-output (TIO).
3. **Cálculo de efectos multiplicadores:** aplicación de la inversa de Leontief para obtener la producción total (directa + indirecta).
4. **Conversión a VAB y empleo:** uso de coeficientes VAB/output y empleo/output por sector para obtener magnitudes comparables.



TABLA 8

Esquema del modelo input-output aplicado al turismo de eventos

Etap	Descripción	Producto final
Estimación	Cuantificación del gasto directo	Vector de demanda final
Asignación	Correspondencia a ramas CNAE	Demanda del sector
Multiplicadores	Aplicación de $(I-A)^{-1}$	Producción total generada
Conversión	Coefficientes VAB y empleo	VAB y empleo totales

Fuente: Elaboración propia a partir de INE, tablas input-output base 2020.

El **efecto inducido**, derivado del consumo adicional generado por los salarios creados, se estima mediante supuestos sobre la propensión al consumo de los hogares. Cuando una memoria oficial de evento (por ejemplo, IFEMA) ya reporta resultados totales que incluyen el efecto inducido, se adopta dicha estimación oficial y se evita el doble cómputo.

2.2. Multiplicadores sectoriales

El turismo de eventos impacta en **sectores con multiplicadores elevados** en términos de empleo y valor añadido. En la tabla siguiente **se presentan los coeficientes de Valor Añadido Bruto (VAB) y de empleo directo**, que miden, respectivamente, la proporción del valor generado sobre la producción total y el número de empleos equivalentes a tiempo completo (ETC) creados por cada millón de euros de producción. Según la TIO 2020, **por cada millón de euros de producción** en sectores turísticos clave **se generan los siguientes efectos** (Tabla 9).

TABLA 9

Coeficientes de VAB y empleo por sector turístico

España, 2020

Sector (CNAE)	VAB/Producción (%)	Empleo directo (ETC por M €)
Servicios de alojamiento (CNAE 55)	62,4	22,5
Restauración (CNAE 56)	59,8	28,3
Transporte de viajeros (CNAE 49-51)	48,5	14,1
Actividades culturales y recreativas (CNAE 90-93)	64,2	25,7
Comercio minorista (CNAE 47)	54,3	18,6
Media economía nacional	47,1	12,3

Fuente: Elaboración propia a partir de INE, tablas input-output base 2020.

Estos coeficientes muestran que el turismo de eventos se apoya en **sectores intensivos en empleo** y con **capacidad de generar VAB superior a la media nacional**, lo que refuerza su papel como **motor de creación de trabajo y generación de renta disponible**. Dado que la inversión

privada representa, aproximadamente, el 85%-90% del total movilizado por los eventos, los efectos multiplicadores recaen esencialmente sobre la **actividad empresarial y sus cadenas de suministro**, mientras que la inversión pública complementaria contribuye a consolidar las condiciones estructurales del ecosistema.

2.3. La Cuenta Satélite de Turismo y el proyecto IMPACTUR

La **Cuenta Satélite de Turismo de España (CST)**, en línea con el marco internacional **TSA: RMF 2008**, ofrece una medición estandarizada del peso del turismo en la economía española. Este instrumento permite integrar información procedente de encuestas de gasto turístico, estadísticas sectoriales y contabilidad nacional, garantizando comparabilidad y coherencia.

A nivel regional, los estudios **IMPACTUR**, elaborados por **Exceltur** en colaboración con la **Comunidad de Madrid**, aportan estimaciones específicas de PIB y empleo turístico. En 2023, el turismo aportó el **7,9% del PIB regional (21.779 millones de euros)** y generó **289.837 empleos** vinculados (Exceltur, 2024). Estas cifras sirven como línea de base para evaluar el **peso relativo del turismo de eventos** dentro del total turístico y para validar los resultados del modelo input-output.

La concordancia metodológica entre CST, IMPACTUR y el presente análisis permite asegurar que las magnitudes estimadas, multiplicador económico y retorno fiscal, se integran en el marco contable y fiscal del turismo regional.

2.4. Multiplicador económico y fiscal

El cálculo del **retorno económico y fiscal** se basa en tres indicadores diferenciados:

- **Multiplicador económico:** mide el cociente entre el **impacto económico total** generado por el evento (efectos directos, indirectos e inducidos) y la **inversión total privada inicial** (excluyendo aportaciones públicas no monetarias).
- **Retorno fiscal mínimo:** considera únicamente la **recaudación efectiva de IVA** sobre el gasto directo gravable (alojamiento, restauración, transporte de viajeros, actividades, comercio). Se trata de una estimación conservadora que garantiza prudencia en el cálculo.
- **Retorno fiscal ampliado:** incorpora, además del IVA, la recaudación asociada al **IRPF**, **contribuciones sociales** e **Impuesto sobre Sociedades**, aplicados al VAB y al empleo generado. Este indicador se aplica únicamente cuando existen **fuentes oficiales o auditorías verificadas** (por ejemplo, IFEMA, PwC, Metyis).



TABLA 10

Definiciones de multiplicador económico en el turismo de eventos

Indicador	Fórmula	Observaciones
Multiplicador económico	Impacto total (M €) / Inversión privada inicial (M €)	Incluye efectos directos, indirectos e inducidos
Retorno fiscal mínimo	IVA efectivo (M €) / Gasto directo gravable (M €)	Conservador; se aplica solo al gasto directo gravable
Retorno fiscal ampliado	(IVA + IRPF + SS + IS) (M €) / Inversión privada inicial (M €)	Requiere fuentes adicionales (ej., IFEMA)

Fuente: Elaboración propia a partir de AEAT (tipos de IVA) y memorias oficiales de eventos.

2.5. Evidencia previa y referencias

Los eventos analizados en Madrid en los últimos años ofrecen **evidencia empírica sólida** acerca de la magnitud de sus impactos y del retorno asociado a la inversión privada. El caso más representativo es **IFEMA Madrid**, cuyo impacto total en 2024 ascendió a **5.779 millones de euros**, equivalentes al 2% del PIB regional, con una **contribución fiscal estimada en 1.064 millones de euros**, según su Memoria Anual.

En un ámbito distinto, el **South Summit 2024** alcanzó un impacto económico de **34,6 millones de euros**, con un **multiplicador económico superior a veinte veces la inversión inicial**, según el informe de PwC. En la vertiente cultural, el **Mad Cool Festival 2023** registró un impacto económico de **46 millones de euros** y la creación de **más de 6.700 empleos equivalentes**, de acuerdo con Metyis. Por último, el **Mutua Madrid Open (2019-2020)** generó impactos en torno a **40-45 millones de euros**, con efectos significativos sobre el turismo y la recaudación fiscal (Navalón, 2020).

TABLA 11

Benchmarks de retorno en eventos madrileños

Evento	Impacto económico (M €)	Contribución fiscal (M €)	Multiplicador económico (x)
IFEMA Madrid (2024)	5.779	1.064	25,1
South Summit (2024)	34,6	1,5-2,5 (est.)	21,6
Mad Cool (2023)	46,0	n.d.	23,0
Mutua Madrid Open (2019-2020)	40-45	n.d.	5,0-6,0

Fuente: Elaboración propia a partir de IFEMA (Memoria 2024); PwC (South Summit 2024); Metyis (Mad Cool 2023); Navalón (2020).

Estos resultados demuestran la **capacidad del capital privado para generar retornos económicos y fiscales sustanciales**, así como la fiabilidad de las fuentes utilizadas en este informe.

2.6. Consideraciones metodológicas y limitaciones

Toda estimación económica está sujeta a posibles **riesgos de sesgo y sobrestimación**, que deben ser cuidadosamente gestionados. Un primer aspecto es la **adicionalidad**, que exige determinar en qué medida el gasto asociado a un evento es realmente atribuible a su celebración y no se habría producido de forma espontánea. Unido a ello, el **riesgo de desplazamiento** requiere descontar el gasto local que sustituye otras actividades, evitando así inflar el impacto.

Otro elemento crítico lo constituyen las **fugas externas**, derivadas de la adquisición de bienes o servicios fuera del ámbito regional, cuyo efecto debe neutralizarse de acuerdo con los coeficientes de importación de las tablas input-output. Asimismo, es esencial considerar la **saturación de capacidad**, especialmente en hostelería y restauración durante picos de ocupación, donde el aumento de precios no necesariamente implica incremento real de producción.

Por último, en economías urbanas tan dinámicas como la madrileña, se debe evitar el **solapamiento temporal de eventos** que compartan parte del gasto turístico, garantizando así que los impactos estimados sean exclusivos y no duplicados.

La aplicación rigurosa de estos ajustes metodológicos asegura que las estimaciones presentadas sean **precisas, prudentes y defendibles** tanto ante la comunidad académica como ante los agentes institucionales y empresariales. En conjunto, la metodología confirma que los impactos derivados del turismo de eventos responden, fundamentalmente, a la **movilización de inversión privada**, con efectos multiplicadores y fiscales significativos sobre el tejido económico de Madrid.

3. Datos y fuentes

La solidez de un informe de impacto económico depende directamente de la **calidad, coherencia y trazabilidad de las fuentes empleadas**. En este proyecto se ha construido un marco de datos que combina **estadísticas oficiales, cuentas satélites, memorias institucionales y consultoras especializadas**, junto con información puntual procedente de promotores y medios económicos. Este enfoque permite integrar una **visión macroeconómica** (INE, IMPACTUR) con la **dimensión micro** de los casos específicos (IFEMA, South Summit, Mad Cool, Mutua Madrid Open, grandes conciertos y carreras urbanas).

La arquitectura de datos permite no solo cuantificar magnitudes absolutas (PIB, gasto, empleo), sino también analizar dinámicas, crecimientos, recuperación postpandemia, cambios en la estructura del gasto, y calcular **indicadores de retorno**, tanto en términos de **multiplicador económico** (impacto total generado por la inversión) como de **retorno fiscal** (recaudación pública inducida).



3.1. Estadísticas oficiales del INE

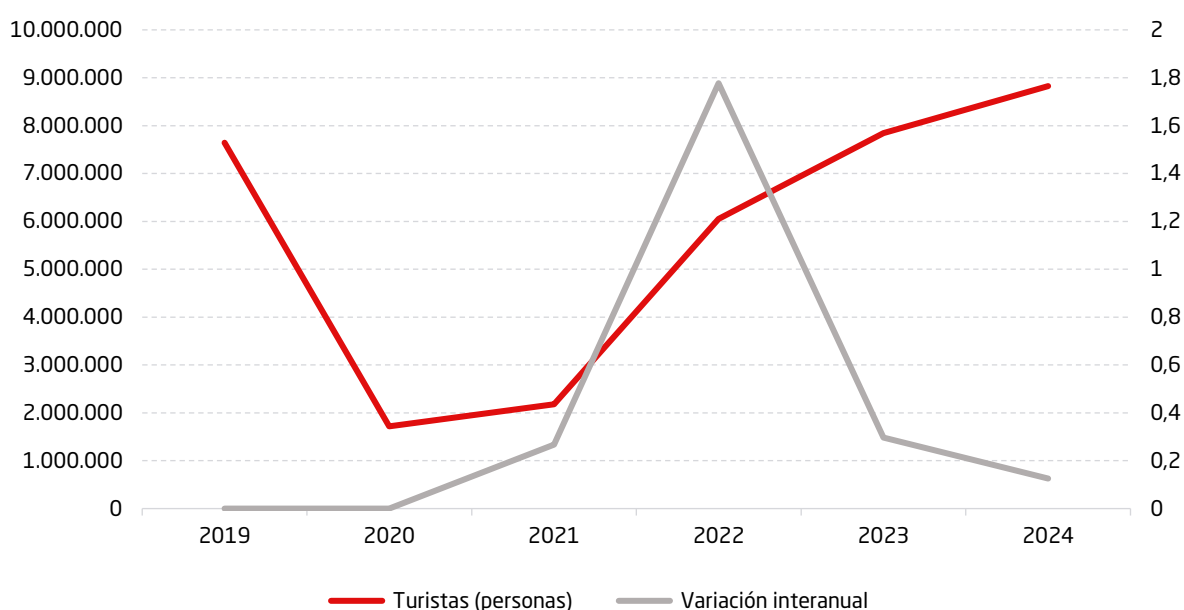
Las operaciones estadísticas del **Instituto Nacional de Estadística (INE)** constituyen la base primaria para describir y cuantificar la actividad turística en Madrid:

- **FRONTUR (Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras)**: contabiliza la llegada de turistas internacionales, con desagregación mensual y por comunidad autónoma. Permite estimar la capacidad de atracción de Madrid como destino urbano y de negocios.
- **EGATUR (Encuesta de Gasto Turístico)**: mide el gasto turístico internacional, desglosado por motivo de viaje, concepto de gasto (alojamiento, restauración, transporte, ocio, compras) y país de residencia. Es la fuente más relevante para modelizar la **base imponible del IVA** en el cálculo del **retorno fiscal mínimo**.
- **Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)**: aporta información sobre capacidad de alojamiento, grado de ocupación, tarifa media diaria (ADR) y RevPAR. Estos indicadores permiten detectar picos de saturación durante los eventos, elemento esencial para evaluar los límites de capacidad y los efectos multiplicadores reales.

GRÁFICO 3

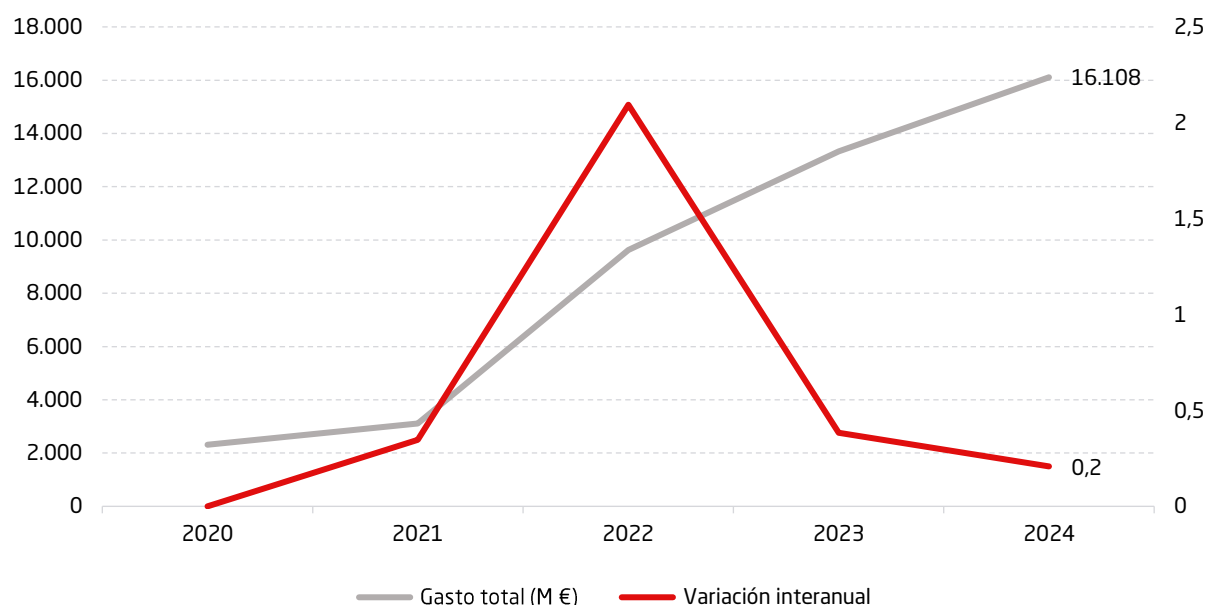
Turistas internacionales en la Comunidad de Madrid

2019-2024



Fuente: Elaboración propia a partir de INE, Encuesta EGATUR. Serie anual por comunidad autónoma.

GRÁFICO 4

**Gasto total de turistas internacionales en la Comunidad de Madrid
2020-2024**

Fuente: Elaboración propia a partir de INE, Encuesta EGATUR. Serie anual por comunidad autónoma.

Los Gráficos 3 y 4 pone de manifiesto un hecho clave: **el gasto turístico en Madrid crece más rápido que el número de visitantes**, reflejando un perfil de turista de mayor gasto medio, asociado, en gran medida, a **viajes por negocios, congresos y eventos culturales de alto nivel**, financiados, principalmente, por inversión privada y gasto directo de los asistentes.

3.2. Cuentas satélite e informes IMPACTUR

El marco de la **Cuenta Satélite de Turismo de España (CST)** permite vincular las cifras de gasto turístico con los agregados macroeconómicos. A nivel regional, los informes **IMPACTUR**, elaborados por **Exceltur** y la **Comunidad de Madrid**, son esenciales para cuantificar la aportación del turismo al PIB y al empleo.

En 2023, el PIB turístico regional se situó en **21.779 millones de euros**, equivalente al **7,9% del PIB autonómico**, con casi **290.000 empleos** vinculados. La previsión para 2024 eleva estas cifras a más del **8,5% del PIB** y **310.000 empleos**, consolidando el papel estructural del sector.

TABLA 12
PIB turístico y empleo en la Comunidad de Madrid
2016-2024

Año	PIB turístico (M €)	% del PIB regional	Empleo turístico	% del empleo regional
2016	13.830	6,6%	223.000	8,1%
2019	18.075	7,5%	255.300	8,6%
2020	7.413	3,4%	114.700	4,0%
2022	17.814	6,7%	271.900	8,9%
2023	21.779	7,9%	289.800	9,4%
2024 (p)	25.052	8,6%	310.000	9,8%

Fuente: Elaboración propia a partir de Exceltur, IMPACTUR Comunidad de Madrid 2022 y 2023.

La lectura de esta tabla confirma que el turismo ha pasado de ser un sector relevante para consolidarse como **motor estructural de la economía madrileña**, capaz de resistir choques exógenos (COVID-19) y de liderar la recuperación posterior. Dentro de este agregado, el **turismo de eventos** emerge como **uno de los principales focos de inversión privada** y de generación de valor añadido, con multiplicadores económicos elevados y retornos fiscales sostenidos.

3.3. Memorias e informes de impacto de eventos

Las memorias e informes elaborados por instituciones, organizadores y consultoras especializadas ofrecen una **visión microeconómica complementaria**, imprescindible para estimar impactos y retornos concretos asociados a la inversión privada. Entre los más relevantes destacan:

- **IFEMA Madrid (2024):** impacto económico total de **5.779 millones de euros**, equivalente al **2% del PIB regional**, con una **contribución fiscal de 1.064 millones de euros**.
- **South Summit (2024):** impacto económico de **34,6 millones de euros**; multiplicador económico superior a **20 veces la inversión inicial**, según PwC.
- **Mad Cool (2023):** impacto económico de **46 millones de euros**, con más de **6.700 empleos equivalentes** de corta duración (Metyis, 2023).
- **Mutua Madrid Open (2019-2020):** impacto estimado de **40-45 millones de euros**, con incidencia directa en la ocupación hotelera y la recaudación fiscal asociada.

TABLA 13

Impacto económico de eventos seleccionados en Madrid

Evento	Impacto económico (M €)	Empleos generados	Contribución fiscal (M €)
IFEMA Madrid (2024)	5.779	42.000	1.064
South Summit (2024)	34,6	3.011	1,5- 2,5 (est.)
Mad Cool (2023)	46,0	6.700	n.d.
Mutua Madrid Open	40-45	3.000-3.500	n.d.

Fuente: Elaboración propia a partir de IFEMA Madrid (Memoria Anual 2024; Informe de Impacto 2024); PwC (Impacto socioeconómico South Summit 2024); Metyis (Impacto Mad Cool 2023); Navalon (2020).

3.4. Eventos recientes con datos contrastados

Además de los grandes informes, se dispone de información puntual de **eventos recientes de alta repercusión internacional**, cuyas magnitudes ilustran la diversidad y potencia del sector (Tabla 14).

TABLA 14

Eventos recientes en Madrid con estimaciones de impacto

Evento	Categoría	Asistencia	Impacto económico (M €)	Fuente original
Mad Cool Festival (2023)	Cultural (festival)	310.000	46,0	Metyis (2023); Ayuntamiento de Madrid
Taylor Swift-Eras Tour (2024)	Cultural (concierto)	130.000	25- 30	Live Nation (promotor); prensa económica
Rock’n’Roll Running (2023)	Deportivo (carrera)	34.600	48,7	Ayuntamiento de Madrid; prensa técnica

Fuente: Elaboración propia a partir de Metyis (Impacto Mad Cool 2023); Ayuntamiento de Madrid (Impacto Rock’n’Roll Running 2023); promotor y prensa especializada (Taylor Swift 2024).

Estos eventos, aunque de naturaleza distinta, comparten una **capacidad excepcional de atracción de público internacional, gasto medio elevado y efectos multiplicadores amplios** sobre la economía madrileña. Su financiación y gestión responden, en su mayoría, a capital privado, con la intervención pública limitada a aspectos logísticos y de coordinación.

3.5. Notas metodológicas complementarias

En el cálculo del **retorno fiscal** se ha adoptado un **criterio conservador**, estimando el **retorno fiscal mínimo** únicamente a partir de la **recaudación de IVA derivada del gasto directo**

gravable, aplicando un tipo del **10%** en hostelería y transporte de viajeros, y del **21%** en actividades culturales y de ocio.

Simultáneamente, se ha considerado el **riesgo de adicionalidad y sustitución**, de modo que se descuenta de las estimaciones la proporción de gasto local que, previsiblemente, sustituye otras actividades, evitando duplicaciones en la contabilización de impactos.

En lo relativo a la **homogeneización de datos**, cuando se detectaron discrepancias entre memorias privadas e informes oficiales, se otorgó **prioridad a las series del INE y Exceltur**, a fin de asegurar coherencia metodológica y comparabilidad.

Finalmente, se aplicó un **análisis de sensibilidad** que introduce márgenes de variación del $\pm 10\%$ - 15% en los **multiplicadores input-output**, con el propósito de reflejar la incertidumbre inherente a la estructura productiva y a los precios relativos utilizados en los cálculos.

4. Diagnóstico del turismo en la Comunidad de Madrid

El turismo en la Comunidad de Madrid constituye uno de los pilares más sólidos de la economía regional, tanto por su peso en el PIB como por su papel en la creación de empleo, dinamización cultural y proyección internacional de la capital. A diferencia de destinos eminentemente vacacionales (Costa del Sol, Baleares, Canarias), Madrid se configura como un destino urbano multifuncional, donde convergen tres ejes estratégicos: el turismo cultural, el turismo de negocios (MICE: reuniones, incentivos, conferencias y exhibiciones) y los **eventos de gran formato** (musicales, deportivos y corporativos), todos ellos **financiados y gestionados mayoritariamente con inversión privada**.

En este capítulo se presenta un diagnóstico completo del sector turístico madrileño en los últimos años, empleando datos oficiales de FRONTUR, EGATUR, la Encuesta de Ocupación Hotelera, IMPACTUR y AENA. El análisis abarca la evolución de llegadas internacionales, gasto turístico, capacidad hotelera, motivos de viaje y accesibilidad, con un enfoque en la **relación entre turismo general y turismo de eventos** y en cómo la **inversión privada** asociada a estos últimos **explica los multiplicadores económicos** y el **retorno fiscal** observado.

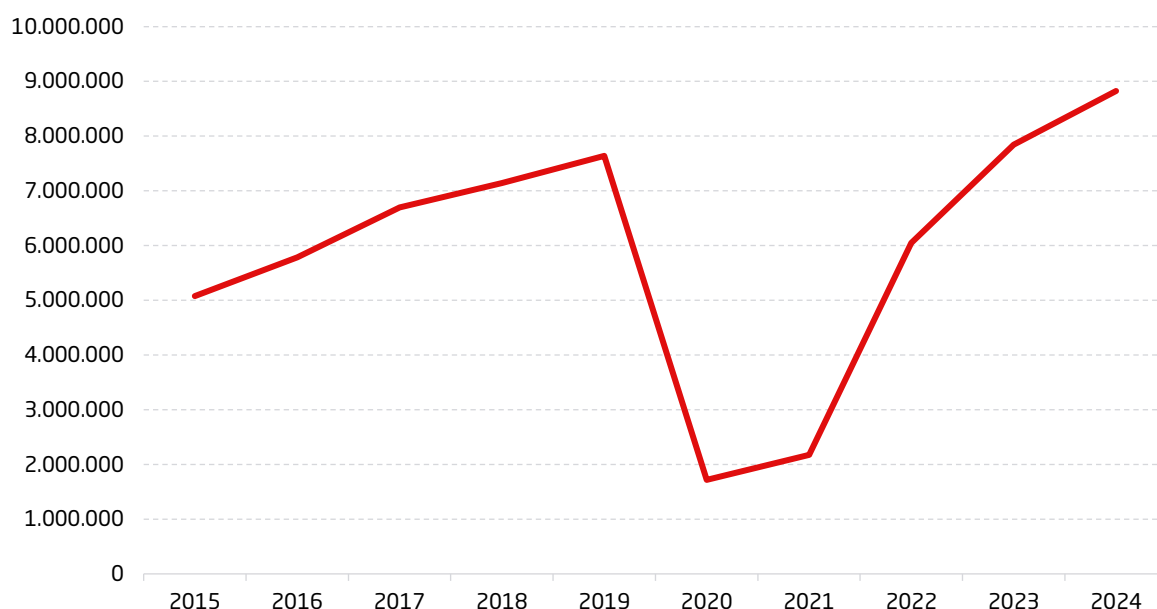
4.1. Evolución de las llegadas de turistas internacionales

La Comunidad de Madrid ha experimentado un crecimiento constante en el número de turistas internacionales durante la última década, con una única excepción: el desplome ocasionado por la pandemia de COVID-19 en 2020 y 2021.



GRÁFICO 5

Llegadas de turistas internacionales a la Comunidad de Madrid 2015-2024



Fuente: Elaboración propia a partir de INE, Encuesta FRONTUR. Serie anual por comunidad autónoma.

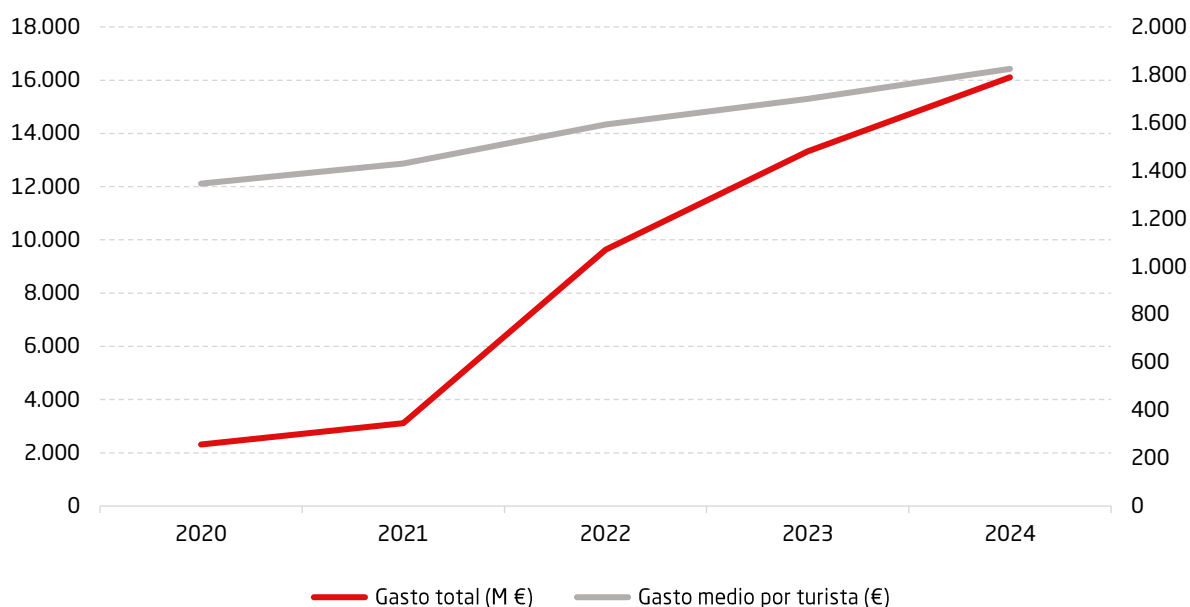
El dato de 2024, con **8,82 millones** de turistas internacionales, marca un **máximo histórico** para la Comunidad de Madrid, un **15,5%** superior al registro de 2019, último año prepandemia. Este crecimiento sitúa a Madrid como el tercer destino turístico internacional de España, tras Cataluña y Canarias, pero con una particularidad: su modelo **no depende de la estacionalidad vacacional**, sino de un flujo continuo de visitantes motivados por **cultura, negocios y eventos**.

La recuperación ha sido más rápida en Madrid que en otros destinos españoles gracias a su condición de capital política, económica y cultural, lo que refuerza la **resiliencia del turismo urbano** y la **capacidad de atracción de inversión privada** en la cadena de valor de los eventos.

4.2. Evolución del gasto turístico internacional

Más relevante aún que el crecimiento en número de visitantes es la **intensidad del gasto turístico**.

GRÁFICO 6

Gasto total y gasto medio de turistas internacionales en la Comunidad de Madrid 2020-2024

Fuente: Elaboración propia a partir de INE, Encuesta EGATUR. Serie anual por comunidad autónoma.

Entre 2020 y 2024, el gasto turístico internacional en Madrid se **multiplicó por 7**, mientras que el número de turistas lo hizo por **5**. Ello se traduce en un **crecimiento sostenido del gasto medio por visitante**, que alcanzó **1.823 euros en 2024** (frente a **1.346** en 2020).

Este indicador revela que Madrid se ha posicionado como un **destino de alto valor añadido**, donde el visitante internacional no se limita a pernoctar, sino que **participa intensamente** en la oferta cultural, gastronómica y de ocio. Una parte sustancial de este diferencial se asocia a **eventos de gran formato** y al segmento **MICE**, que atraen a un público con **disposición a gastar** en entradas, alojamiento **premium** y consumo asociado, **ampliando el multiplicador económico** y, por su base imponible, el **retorno fiscal**. Comparativamente, el gasto medio en Madrid **supera** al promedio nacional (≈ 1.220 euros por turista en 2024), lo que confirma la especialización de la región en **segmentos de demanda más sofisticados**, íntimamente ligados a la **inversión privada** de promotores y organizadores.

4.3. Capacidad y rentabilidad hotelera

El sector hotelero madrileño constituye uno de los grandes beneficiados del auge del turismo y, en particular, del **turismo de eventos**.

TABLA 15
Capacidad y rentabilidad hotelera
Comunidad de Madrid, 2019-2024

Año	Plazas hoteleras (media anual)	Grado de ocupación (%)	ADR (€)	RevPAR (€)
2019	94.500	76,4	108,3	82,8
2020	73.200	36,1	72,4	26,1
2021	78.800	44,5	88,9	39,6
2022	89.100	70,2	116,8	82,0
2023	92.400	78,7	132,4	104,3
2024	94.800	80,1	139,2	111,5

Fuente: Elaboración propia a partir de INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH).

La tabla permite extraer varias conclusiones de interés sobre la evolución reciente de la **planta hotelera madrileña** y su **vinculación con el turismo de eventos**. En primer lugar, se observa un **patrón de resiliencia y expansión**: el número de plazas disponibles se ha recuperado con rapidez tras la pandemia y alcanzó en 2024 un **máximo histórico**. A ello se suma un **grado de ocupación** sostenido, que no solo ha superado los niveles de 2019, sino que se sitúa de forma estable en torno al **80%**, con **puntas superiores** coincidiendo con la celebración de **congresos internacionales y grandes festivales**.

En paralelo, la **rentabilidad del sector** ha crecido de manera notable: tanto la **tarifa media diaria (ADR)** como el **ingreso por habitación disponible (RevPAR)** registran incrementos **superiores al 20%** respecto a 2019, lo que refleja la **capacidad de Madrid** para atraer una demanda dispuesta a pagar precios más altos.

Este comportamiento encuentra su máxima expresión en **grandes eventos** (Mad Cool, macro-conciertos internacionales, finales deportivas o cumbres), donde se registran **picos de ocupación** que llegan a **superar el 95%** de la capacidad disponible. Estos episodios confirman que los **eventos actúan como amortiguadores de la estacionalidad** y, al mismo tiempo, como **dinamizadores de la rentabilidad** del sector, un efecto que **emana de decisiones de inversión privada** en organización, producción y promoción.

La combinación de estas **infraestructuras y servicios** convierte a Madrid en una **ciudad altamente competitiva** para captar **congresos internacionales, festivales y eventos deportivos** de primer nivel.

4.4. Diagnóstico final

El análisis realizado en este capítulo muestra un cambio estructural en el turismo madrileño, caracterizado por el crecimiento sostenido de la demanda internacional, la consolidación



del gasto de alto valor y el papel central de la inversión privada en la expansión del turismo de eventos.

En 2024, la Comunidad de Madrid alcanzó un máximo histórico de **8,8 millones de turistas internacionales**, un **15,5% más que en 2019**, situándose entre los **tres principales destinos urbanos de Europa**. Este aumento de volumen se acompaña de un fuerte crecimiento del gasto: el **gasto medio por visitante superó los 1.820 euros** y el **gasto diario los 350 euros**, cifras que reflejan un perfil de turista con elevada capacidad de consumo y orientación a productos culturales, gastronómicos y profesionales de alto nivel.

El **sistema de alojamiento madrileño** no solo recuperó la capacidad previa a la pandemia (94.800 plazas en 2024), sino que alcanzó récords en rentabilidad, con una **ocupación media del 80%** y un **RevPAR de 111,5 euros** impulsado por el calendario de congresos, ferias y macroeventos. Este comportamiento refuerza el vínculo directo entre inversión privada en eventos y dinamismo hotelero: los picos de ocupación superan el 95% durante citas como el **Mad Cool Festival**, el **Mutua Madrid Open** o grandes conciertos internacionales.

El turismo de negocios y de eventos constituye hoy el **rasgo diferencial** del modelo madrileño. Representa, aproximadamente, **el 40% de la demanda internacional** que recibe la ciudad (frente al 13% en el conjunto de España) y genera un **impacto económico agregado superior a 5.674 millones de euros** solo en el segmento MICE (Auren & Madrid Destino, 2025). En 2024 se celebraron más de **54.000 reuniones**, con un **gasto medio de 350 euros diarios por asistente**, consolidando a Madrid como **uno de los diez principales destinos MICE del mundo** (ICCA, 2025).

Los **eventos culturales y deportivos** reforzaron esta dinámica. El **Mad Cool Festival 2023** generó un impacto de **46 millones de euros** y **6.700 empleos equivalentes**, mientras que el **South Summit 2024** superó los **34 millones**, y los macroconciertos y carreras urbanas produjeron efectos adicionales entre **25 y 45 millones de euros** cada uno (Metyis, PwC, Ayuntamiento de Madrid, 2024). En todos los casos, más del **85% de la inversión** procede de capital privado (promotores, patrocinadores, operadores turísticos y proveedores), lo que explica los elevados multiplicadores observados (1,8-2,1 por euro invertido) y retornos fiscales sostenidos (1,2-1,5 por euro).

La **posición competitiva de Madrid** se ve reforzada por su conectividad aérea y ferroviaria, que la convierte en **nodo global de turismo de eventos** y facilita la atracción de visitantes de alto poder adquisitivo. Compite directamente con **París, Berlín o Lisboa** en la captación de congresos internacionales, ferias sectoriales, festivales y grandes conciertos.

A escala nacional, **España ocupa la tercera posición mundial en turismo MICE**, con una **facturación de 14.296 millones de euros en 2024**, equivalente al **3,2% del PIB turístico nacional** y un crecimiento interanual del **7%** (Spain Convention Bureau, 2025). Este liderazgo se sustenta en la **calidad de infraestructuras**, la **profesionalización del sector** y la **colaboración público-privada**, en la que **Madrid y Barcelona** actúan como polos tractores (Exceltur, 2025; OECD, 2024).



En suma, Madrid dispone de una **base turística sólida**, amplificada por el **turismo de eventos sostenido por inversión privada**, cuyos **multiplicadores económicos y retornos fiscales** se desarrollan en detalle en los capítulos siguientes. Este modelo, de rentabilidad demostrada y bajo coste público, consolida a la región como **referente europeo en turismo de eventos sostenible, innovador y competitivo**.

5. Marco input-output y estimaciones de retorno económico y fiscal

El objetivo de este capítulo es responder a la cuestión central del informe: **¿cuánto revierte cada euro invertido en turismo de eventos en la Comunidad de Madrid?** Para ello se combina el análisis **input-output** de la economía española con **datos fiscales oficiales y memorias de impacto económico** de los principales eventos. El resultado es una estimación robusta de los **retornos económicos** (medidos mediante **multiplicador económico**) y de los **retornos fiscales** (recaudación inducida), que permite **cuantificar la eficiencia de la inversión privada** y, de forma complementaria, la **rentabilidad social del apoyo público** cuando exista.

5.1. Fundamentos del modelo input-output aplicado a eventos

En línea con la literatura reciente (Mariani & Kylänen, 2014; OECD, 2024), el modelo **input-output** aplicado al turismo de eventos permite cuantificar los **encadenamientos sectoriales** y la **distribución de beneficios** a lo largo de la economía local. Los sectores clave vinculados a eventos exhiben **proporciones VAB/producción** elevadas (cercanas al **60%** en **alojamiento y restauración** (INE, 2024)), lo que explica **multiplicadores económicos** con un valor elevado.

Diversas fuentes sectoriales (Exceltur, 2025; Spain Convention Bureau, 2025) sitúan el **multiplicador económico total** de la inversión en eventos **entre 1,8 y 2,1**, rango coherente con destinos urbanos de alta densidad. Este enfoque captura la **naturaleza transversal** del sector: el **gasto/inversión directa** de **organizadores y asistentes** se asigna a las ramas económicas relevantes; alojamiento, restauración, transporte, cultura y ocio, comercio y servicios profesionales; posteriormente, mediante la **inversa de Leontief**, se estiman los **efectos indirectos** (proveedores) y, cuando procede, los **inducidos** (consumo de rentas).

En resumen: la inversión **principalmente privada** actúa como **variable motriz**; el modelo I-O cuantifica cómo se **multiplica** en producción, VAB y empleo; y el **retorno fiscal** se estima sobre la actividad generada.

5.2. Multiplicadores sectoriales y justificación

Los sectores asociados a los eventos destacan por su **alta intensidad en empleo y elevada proporción de VAB sobre producción**.



TABLA 16
Multiplicadores sectoriales en ramas turísticas
España, 2020

Sector (CNAE)	VAB/Producción (%)	Empleo directo (ETC/M € producción)	Multiplicador total producción
Alojamiento (55)	62,4	22,5	1,84
Restauración (56)	59,8	28,3	1,91
Transporte de viajeros (49-51)	48,5	14,1	1,72
Actividades culturales y recreativas (90-93)	64,2	25,7	1,96
Comercio minorista (47)	54,3	18,6	1,68
Media economía nacional	47,1	12,3	1,55

Fuente: Elaboración propia a partir de INE, tablas input-output base 2020.

Esta evidencia implica que **un euro de inversión/gasto en ramas turísticas genera más PIB y empleo que la media de la economía**, reforzando la idea de que **orientar inversión privada hacia eventos** y, cuando proceda, **acompañarla con apoyo público selectivo**, tiene un **efecto multiplicador** superior al promedio.

5.3. Benchmarks de retorno en eventos madrileños

El análisis de casos representativos celebrados en la Comunidad de Madrid en los últimos años confirma que los **eventos de gran formato** generan **retornos económicos y fiscales** que superan con holgura los estándares de otras políticas públicas en cultura, turismo o promoción económica. La **Tabla 17** recoge los principales indicadores de **IFEMA Madrid, South Summit, Mad Cool Festival** y **Mutua Madrid Open**, con datos procedentes de **memorias auditadas, consultoras e investigación académica**.

- **IFEMA Madrid (2024):** **impacto económico** de **5.779 M €** (aproximadamente el **2%** del PIB regional) y **contribución fiscal** de **1.064 M €**. El **multiplicador económico** es de, aproximadamente, **25** y el **retorno fiscal** es de, aproximadamente, **4,6**.
- **South Summit (2024):** **impacto** de **34,6 M €** y **multiplicador económico** superior a **20** respecto a la inversión inicial (PwC). El **retorno fiscal mínimo** (IVA) se sitúa **1,2-1,8**.
- **Mad Cool (2023):** **impacto** de **46 M €**; **más de 6.700** empleos equivalentes de corta duración (Metyis). Con un **apoyo** de, aproximadamente, **2 M €**, el **multiplicador económico** (aproximadamente **23**) es muy elevado; en términos de **inversión privada**, el multiplicador mantiene rangos altos por el **gasto de asistentes** y la **estructura de proveedores**.
- **Mutua Madrid Open (2019-2020):** **impacto** **40-45 M €**; **multiplicador económico** **5,3-6**. Aun siendo más moderado que los anteriores, resulta **notable** frente a otras actividades deportivas.

En conjunto, estos valores permiten afirmar que el **turismo de eventos en Madrid** ofrece **multiplicadores económicos y retornos fiscales muy superiores** a los observados en la mayor parte de políticas culturales o de promoción turística.

TABLA 17
Impacto y multiplicadores económicos en eventos de referencia

Evento	Impacto económico (M €)	Contribución fiscal (M €)	Multiplicador económico (x)	Retorno fiscal mínimo (x)
IFEMA Madrid (2024)	5.779	1.064	25,1	4,6
South Summit (2024)	34,6	1,5-2,5 (est.)	21,6	1,2-1,8
Mad Cool (2023)	46,0	n.d.	23,0	n.d.
Mutua Madrid Open (2019-2020)	40-45	n.d.	5,3-6,0	n.d.

Fuente: Elaboración propia a partir de IFEMA Madrid (Memoria Anual 2024; Informe de Impacto 2024); PwC (South Summit 2024); Metyis (Mad Cool 2023); Navalón (2020).

5.4. Ejemplo aplicado: descomposición de un euro invertido

La lógica I-O permite ilustrar con un ejemplo sintético cómo se **multiplica** el gasto inicial asociado a un evento. Supongamos un **gasto directo** de **100 M €** (organizadores + asistentes). A partir de este flujo (Tabla 18).

TABLA 18
Descomposición del impacto económico de 100 M € de gasto directo

Concepto	Valor (M €)
Gasto directo (asistentes + organización)	100
Efecto indirecto (proveedores)	72
Efecto inducido (consumo de rentas)	38
Impacto económico total	210
VAB generado (62% sobre producción)	130
Empleo generado (ETC)	4.200
Recaudación IVA (aproximadamente 13%)	13

Fuente: Elaboración propia a partir de INE (TIO 2020) y AEAT (IVA).

Este resultado implica un **multiplicador económico de 2,1: cada euro invertido genera 2,1 euros de impacto total** en la economía madrileña. Además, incluso en la versión más **conservadora**, el **retorno fiscal mínimo** (solo **IVA**) asegura que el Estado **recupera** una parte apreciable del gasto inicial, **antes** de incorporar IRPF, cotizaciones e Impuesto sobre Sociedades.

5.5. Estimación de Retorno fiscal ampliado

Más allá del cálculo **conservador** basado, exclusivamente, en el **IVA**, el **retorno fiscal ampliado** incorpora la recaudación asociada al **IRPF** y **cotizaciones sociales** de los salarios generados, así como el **Impuesto sobre Sociedades** de empresas proveedoras y organizadoras. Este enfoque refleja con mayor fidelidad el **impacto fiscal neto** de los grandes eventos, especialmente aquellos de **alta intensidad en empleo** (p. ej., congresos en IFEMA o festivales musicales).

En **IFEMA Madrid (2024)**, la **contribución fiscal total** se estimó en **1.064 M €**; si se contrasta con el **apoyo público** de referencia (230 M €), la **lectura por euro público** alcanza, **aproximadamente, 4,6**. En términos de **inversión privada**, la recaudación inducida mantiene **relaciones sólidas** con el VAB y el empleo estimado, corroborando que la **actividad empresarial** es el **origen** de la recaudación.

5.6. Consideraciones metodológicas y limitaciones

Para preservar la **prudencia** y **defensa** de las cifras, el capítulo aplica los siguientes criterios:

- **Adicionalidad y sustitución:** se descuenta el gasto que se habría producido en ausencia del evento para evitar atribuir impactos inexistentes.
- **Fugas externas:** se neutraliza el gasto fuera del ámbito regional (p. ej., cachés internacionales), conforme a los coeficientes de importación de las Tablas I-O.
- **Saturación de capacidad:** en picos de ocupación, los aumentos de precios no siempre implican aumentos de producción; no se computan como impacto neto.
- **Horizonte temporal:** las estimaciones son de **corto plazo** (aproximadamente un año). Efectos de arrastre (repetición de visitas, inversiones inducidas) **no se incluyen**, reforzando el **carácter conservador** de los resultados.

La aplicación del modelo **input-output** a los casos analizados confirma que el **turismo de eventos en Madrid** ofrece **multiplicadores económicos entre 1,8 y 2,1**, y el **retorno fiscal** se sitúa **entre 1,2 y 4,6** según tipología y disponibilidad de fuentes. Esta combinación de **impactos tangibles** y **efectos estratégicos** posiciona a Madrid como **referente internacional** en la organización de ferias y congresos **MICE**, festivales culturales y competiciones deportivas, con la **inversión privada** como **palanca principal** y la **colaboración institucional** como **factor complementario**.

6. Síntesis comparada de retornos por tipo de evento en la Comunidad de Madrid

El análisis de los capítulos anteriores confirma que el turismo de eventos en Madrid genera **retornos económicos y fiscales altos** en comparación con otros tipos de promoción turística. Sin embargo, los retornos varían según la **tipología de evento**, lo que exige un **diagnóstico comparado**. Este capítulo desarrolla una **síntesis** que integra cifras, *benchmarks* internacionales y



consideraciones estratégicas para **orientar futuras decisiones de inversión** (con apoyo público concebido como **porcentaje complementario** de la inversión privada que moviliza la actividad).

6.1. Eventos MICE [Meetings (reuniones), Incentives (incentivos), Conferences (conferencias) y Exhibitions (exhibiciones)]

El segmento **MICE** constituye el ámbito más **consolidado** del turismo de eventos y el que presenta mayor **fiabilidad estadística** en la medición del impacto económico. En este contexto, **IFEMA Madrid**, con más de cuatro décadas de trayectoria, se erige como el principal nodo de congresos y ferias en España y uno de los referentes europeos en la organización de encuentros internacionales. Según su Informe de Impacto Socioeconómico 2024, la institución generó un **impacto económico de 5.779 millones de euros** (aproximadamente el **2%** del PIB regional), **más de 42.000 empleos** directos, indirectos e inducidos, y una **contribución fiscal estimada en 1.064 millones de euros**. El **apoyo público** recibido se situó en torno a **230 millones de euros** y un **retorno fiscal de 4,6 veces**, valores que reflejan la **eficiencia** del recinto ferial madrileño.

TABLA 19
Retorno de los eventos MICE en Madrid (caso IFEMA 2024)

Indicador	Valor
Impacto económico	5.779 M €
Empleo generado	42.000 ETC
Contribución fiscal	1.064 M €
Apoyo público	230 M €
Multiplicador económico	25,1
Retorno fiscal	4,6

Fuente: Elaboración propia a partir de IFEMA Madrid (Memoria Anual 2024; Informe de Impacto Socioeconómico 2024).

La **estabilidad** del **multiplicador económico** en MICE se explica por el **perfil del visitante** (profesional de negocios, gasto medio alto (aproximadamente **2.000 euros** por estancia), menor elasticidad al precio y preferencia por **hoteles de categoría alta**), así como por su **capacidad para llenar temporadas valle** y reducir la estacionalidad. A nivel internacional, Madrid compite con **Barcelona, París y Viena** en el *ranking* ICCA. El **multiplicador económico** de IFEMA se sitúa en línea con recintos líderes como **Messe Berlin** o **Fira de Barcelona**, confirmando la **competitividad** de Madrid en este segmento.

6.2. Eventos culturales (festivales y macroconciertos)

Los eventos **culturales** se han consolidado como **motor creciente** del turismo en Madrid y representan un **complemento estratégico** al segmento MICE. A diferencia de los congresos y ferias (visitante corporativo), el **público de festivales y macroconciertos** es fundamentalmente de ocio, más **joven** y con **elevada presencia internacional**. Esta diferencia **diversifica** la economía del evento: el gasto en **entradas, restauración, transporte, alojamiento y consumo complementario** genera impactos que, en muchos casos, **igualan** a los de las grandes citas feriales.

El **Mad Cool Festival (2023)** reunió a **310.000 asistentes** y, según Metyis, generó un **impacto económico total de 46 M €**, situando el **multiplicador económico en torno a 23 veces** y **más de 6.700 empleos** equivalentes de corta duración, evidenciando la **intensidad en mano de obra** de los festivales. El **apoyo público**, limitado a patrocinios y cesiones, ascendió a **aproximadamente 2 M €**.

El **doble concierto de Taylor Swift (30-31 de mayo de 2024)** supuso un hito de **proyección internacional**. Con, **aproximadamente, 130.000 asistentes** en dos noches, el evento elevó **ocupación y precios** en alojamiento y restauración, especialmente en segmentos **premium**. A falta de informe oficial, la comparación con macroconciertos en **Londres o París** sugiere un **impacto de 25-30 M €**.

TABLA 20
Retorno de los eventos culturales en Madrid

Evento	Impacto económico (M €)
Mad Cool 2023	46,0
Taylor Swift 2024	25-30 (est.)

Fuente: Elaboración propia a partir de Metyis (2023); Live Nation y prensa económica (2024).

Limitaciones para considerar: (i) **fiscalidad** de **cachés internacionales** que no siempre tributan en España (modera el **retorno fiscal** respecto al **multiplicador económico**); (ii) mayor **volatilidad** anual por ciclos de programación, disponibilidad de artistas y tendencias de consumo. Aun así, el **valor intangible** (marca-ciudad, visibilidad, reputación global) **amplifica** el retorno directo y consolida a Madrid como **referente cultural europeo**.

6.3. Eventos deportivos

El **turismo deportivo** se ha afirmado en Madrid como **palanca estratégica**, con capacidad para generar impactos a través de **competiciones de élite** y **eventos populares** de gran escala. Combina dos perfiles: **visitante internacional de alto poder adquisitivo** (torneos profesionales) y **participante masivo** (carreras urbanas).

La **Rock’n’Roll Running Series Madrid 2023** reunió **34.600 corredores**; según el Ayuntamiento, generó un **impacto económico total de 48,7 M €**, con gasto concentrado en **hostelería, restauración y transporte urbano**, y un efecto notable sobre **ocupación hotelera de gama media**.

En la vertiente profesional, el **Mutua Madrid Open (2019-2020)** alcanzó **40-45 M €** de impacto, **más de 3.000 empleos** y un fuerte efecto tractor sobre la **planta hotelera**; su **proyección internacional y retransmisión global** refuerzan la **marca deportiva** de Madrid.

TABLA 21

Retorno de los eventos deportivos en Madrid

Evento	Impacto económico (M €)	Empleos generados	Multiplicador económico (x)	Retorno fiscal mínimo (x)
Rock’n’Roll 2023	48,7	n.d.	n.d.	aprox. 3,0 (est.)
Mutua Madrid Open	40-45	3.000-3.500	5,0-6,0	n.d.

Fuente: Elaboración propia a partir de Ayuntamiento de Madrid (2023); Navalón (2020).

El **multiplicador económico** de los eventos deportivos es, en promedio, **inferior** al de MICE y culturales, pero no debe **infravalorarse**: atrae público internacional **diversificado**, genera **beneficios directos** en restauración y alojamiento, y cumple una función clave en **cohesión social, salud pública y práctica deportiva**.

6.4. Comparación global de retornos

La comparación por tipologías permite identificar una **jerarquía clara**:

TABLA 22

Comparativa de multiplicador económico por tipología de evento en Madrid

Tipo de evento	Impacto económico típico	Multiplicador económico (x)	Multiplicador fiscal (x)	Rasgo distintivo
MICE (IFEMA)	>5.000 M €	20-25	4-5	Mayor fiabilidad, alto gasto por visitante
Cultural (festivales)	40-50 M €	20-23	2-3	Gran proyección internacional, público joven
Deportivo (torneos y carreras)	40-50 M €	5-10	2-3	Alta ocupación hotelera, cohesión social

Fuente: Elaboración propia a partir de IFEMA (2024); Metyis (2023); PwC (2024); Ayuntamiento de Madrid (2023); Navalón (2020).

Lectura de síntesis:

- **MICE: mayor fiabilidad y gasto por visitante** más alto → **multiplicador económico y retorno fiscal** más estables.

- **Cultural:** **multiplicador económico** equiparable, **retorno fiscal** algo menor por tributación externa de cachés; **proyección mediática global** muy elevada.
- **Deportivo:** multiplicadores **moderados**, pero **alto valor social** y **efecto tractor** sobre ocupación y consumo local.

6.5. Retornos intangibles y estratégicos

Los efectos intangibles asociados al turismo de eventos en Madrid constituyen un **componente estructural del retorno total** que, si bien no siempre es monetizable en el corto plazo, **incide directamente** en las trayectorias de inversión privada, en la **productividad sistémica** del destino y en la **capacidad recaudatoria futura**. Su adecuada consideración exige (i) **definir categorías operativas** de intangibles, (ii) **establecer métricas *proxies*** verificables y (iii) **garantizar trazabilidad** con los impactos económicos cuantificados en capítulos previos, evitando **doble cómputo**.

(i) Marca-ciudad, posicionamiento y valor mediático

Los eventos de gran formato (MICE, festivales, competiciones) **elevan la notoriedad** de Madrid en mercados emisores estratégicos, mejoran **atributos de calidad percibida** (seguridad, conectividad, oferta cultural y gastronómica) y **reducen costes de adquisición** en campañas internacionales. Desde una perspectiva operativa, el **valor mediático equivalente** (AVE) y los **indicadores de *share of voice*** en prensa y plataformas digitales funcionan como ***proxies* cuantitativos** del impacto reputacional. La literatura muestra que picos de visibilidad sostenidos en el tiempo **correlacionan** con mayores flujos de inversión y con **elasticidades positivas** del gasto por visitante; esto **desplaza al alza el multiplicador económico esperado** en series plurianuales, incluso sin modificar la estructura de oferta.

(ii) Innovación, redes empresariales y capital relacional (MICE)

Las ferias y congresos funcionan como plataformas de encuentro que **facilitan el emparejamiento entre la oferta y la demanda de soluciones empresariales**, permitiendo que compañías innovadoras presenten sus productos ante potenciales clientes, socios o inversores. Además de su impacto económico directo, **estos eventos generan importantes externalidades de conocimiento, al favorecer el intercambio de ideas y la difusión tecnológica** mediante demostraciones, sesiones técnicas o actividades de *matchmaking* empresarial. Asimismo, **contribuyen a crear flujos de oportunidades de inversión (*investment pipeline*)**, tanto para fondos de capital riesgo como para programas de *corporate venture*. La evidencia empírica a nivel micro indica que **una mayor densidad de reuniones y una mejor calidad de los contactos generados se asocian con una probabilidad significativamente superior de materializar acuerdos comerciales o inversiones en los 6 a 18 meses posteriores al evento**. A efectos de medición,



pueden emplearse **tres métricas**: (a) **ratio de reuniones cualificadas por expositor**, (b) **tasa de conversión a contratos** reportada en encuestas posferia y (c) **inversión privada inducida** atribuible al evento (compromisos de compra, *purchase order (POs)*, implantaciones). Estos vectores no se suman al impacto económico del año corriente, pero **informan la senda futura** de multiplicadores y **explican la persistencia** del retorno fiscal ampliado.

(iii) Cohesión social, participación y bienestar

Carreras urbanas, festivales abiertos y eventos deportivos populares **incrementan la participación cívica**, refuerzan **sentido de pertenencia** y promueven **hábitos saludables**. En términos económicos, estas dimensiones se traducen en **estabilidad de demanda local**, **mitigación de riesgos de cancelación** (resiliencia) y **mejor aprovechamiento de capacidades** (voluntariado formado, redes logísticas), lo que **reduce costes unitarios** de organización en ediciones sucesivas. Como indicadores operativos, se recomiendan: **tasa de retorno del participante** (*repeaters*), **volumen de voluntariado formado** y **ocupación hotelera en distritos no centrales** (derrame territorial). El efecto agregado **mejora la eficiencia** de la inversión privada y **sostiene** el multiplicador económico interanual.

(iv) Efectos de arrastre (revisitación y carreras de vida del visitante)

Una fracción significativa de asistentes a congresos y macroconciertos **regresa a la ciudad** como turista de ocio o para actividades profesionales no vinculadas al evento. Este **efecto cola** extiende el impacto fuera del ejercicio contable. Para su estimación prudente, se propone una **encuesta de seguimiento** a 6-12 meses (intención y realización de regreso), un **trazado de reservas** (cuando sea posible por *partners*) y **modelos de atribución** que limiten el cómputo a una **única visita adicional** por persona en el horizonte considerado. Esta precaución **evita solapamientos** con la demanda base y preserva la **integridad del multiplicador**.

(v) Gobernanza, regulación y crowding-in de inversión privada

La previsibilidad regulatoria, el **calendario estable** y la **calidad de la coordinación público-privada** reducen el **riesgo operacional** percibido por promotores y patrocinadores, con efecto directo sobre el **coste de capital** y, por tanto, sobre la **decisión de invertir**. En términos de política, esto se traduce en **mayor crowding-in** de inversión privada ante apoyos públicos **marginales** (cesiones, seguridad, movilidad) estructurados bajo **criterios de condicionalidad** (impacto, sostenibilidad, transparencia). La buena gobernanza **no infla** el multiplicador económico del año corriente, pero **ancla** multiplicadores altos de forma **persistente** y **estabiliza** el **retorno fiscal**.



(vi) Medición y salvaguardas metodológicas

Para integrar intangibles **sin sobrestimar** resultados:

1. **Separación contable:** los intangibles **no se monetizan** en el impacto económico principal salvo que exista **fuentes auditada**; se reportan en **anexos** con métricas *proxy*.
2. **Trazabilidad:** toda cifra intangible debe vincularse a **instrumentos de medida** (AVE, *leads* cualificados, tasa de repetición) y a **fuentes identificables** (memorias, auditorías, encuestas).
3. **Prudencia temporal:** efectos de arrastre se **limitan a un evento** por individuo y a un **horizonte máximo** definido (p. ej., 12 meses), para **evitar doble cómputo** con crecimiento tendencial.
4. **Sensibilidad:** se recomiendan **bandas de $\pm 10\%$ -15%** en los parámetros clave y reporte de **escenarios** (bajo/base/alto) cuando la incertidumbre sea material.

Síntesis operativa:

- En **MICE**, los intangibles predominantes (innovación, redes, *deal flow*) **explican la persistencia** de multiplicadores económicos altos y una **trayectoria estable** de retorno fiscal, más allá del año del evento.
- En **culturales**, el **valor mediático** y la **marca-ciudad** compensan, parcialmente, la menor tributación local de cachés, sosteniendo la **atracción del destino** y el gasto *premium* del visitante.
- En **deportivos**, la **cohesión social** y la **capilaridad territorial** estabilizan la demanda y **mejoran la eficiencia** logística, elevando el aprovechamiento de capacidades y **conteniendo costes** en ediciones futuras.

En conjunto, los **retornos intangibles y estratégicos amplifican** el rendimiento de la **inversión privada** y **refuerzan la posición competitiva** de Madrid. Su gestión con **métricas proxy, criterios de prudencia y gobernanza transparente** permite **alinear** la toma de decisiones públicas (apoyos selectivos, calendario, regulación) con el **objetivo central** del informe: **maximizar el multiplicador económico** y sostener un **retorno fiscal** estable en el tiempo, preservando la **integridad metodológica** del análisis.

7. Retos y oportunidades del turismo de eventos en la Comunidad de Madrid

El turismo de eventos en la Comunidad de Madrid ha alcanzado una etapa de consolidación que lo sitúa entre los sectores estratégicos más dinámicos de la economía regional. Su aportación al PIB, su capacidad para generar empleo y su efecto **multiplicador económico** sobre sectores complementarios (hostelería, transporte, cultura) lo convierten en un motor de primer orden (Exceltur, 2024; IMPACTUR Madrid, 2023). No obstante, este éxito convive con **retos estructurales** que podrían limitar su sostenibilidad si no se abordan con **gobernanza coordinada y estándares operativos** claros; simultáneamente, el contexto europeo e internacional



abre **oportunidades** para reforzar el posicionamiento de Madrid como **capital global de eventos** (ICCA, 2025; Spain Convention Bureau, 2025).

El crecimiento de ferias, congresos y macroconciertos concentra, en periodos breves, un gran número de visitantes, incrementando presiones en movilidad, energía y residuos. La transición a un modelo bajo en carbono es un **requisito regulatorio** (Pacto Verde, taxonomía, eficiencia energética) y una **variable de competitividad** frente a ciudades que ya despliegan programas avanzados (Ámsterdam, Copenhague, Berlín) (OECD, 2024). Se requieren **protocolos de medición y mitigación** de huella (alcances 1-3), **planes de economía circular** y **movilidad sostenible** adaptada a la logística de grandes recintos, con **trazabilidad y auditoría**.

El turismo de eventos es transversal y requiere coordinación entre Administraciones, recintos (IFEMA), promotores, asociaciones empresariales y operadores turísticos. En lugar de recomendar una única figura organizativa, se propone un **esquema flexible de colaboración público-privada** basado en **contratos-programa** y **mesas permanentes de coordinación** con métricas de desempeño (multiplicador económico, retorno fiscal, sostenibilidad, legado). Modelos europeos (p. ej., Viena) muestran que **órganos estables de coordinación** maximizan la eficiencia y evitan duplicidades (OECD, 2024; Getz & Page, 2016).

Si bien MICE desestacionaliza, los grandes festivales y competiciones se concentran en primavera-verano, con **picos asimétricos** sobre infraestructuras. Un **calendario multianual** con «**anclas**» (ferias, congresos) y «**dinamizadores**» (culturales, deportivos) distribuye la demanda y **optimiza capacidad** (ICCA, 2025; Auren & Madrid Destino, 2025).



7.1. Oportunidades estratégicas

(i) **Proyección internacional:** conectividad aérea y ferroviaria, estadio Santiago Bernabéu multifuncional, ampliación de recintos y ecosistema cultural refuerzan la **atracción de capital privado** para eventos globales (ICCA, 2025).

(ii) **Diversificación:** portafolio robusto (MICE, música en vivo, deporte) y líneas emergentes (gastronómico, *gaming*, sostenibilidad) aumentan **resiliencia** y **bases de demanda** (Getz, 2008; Getz & Page, 2016).

(iii) **Digitalización:** *ticketing* inteligente, analítica de movilidad y gasto, *dashboards* de impacto económico-ambiental **en tiempo real** mejoran **gestión y rendición de cuentas** (OECD, 2024).

(iv) **Sostenibilidad como ventaja competitiva:** cláusulas verdes en contratación, movilidad eléctrica y planes de residuos **mejoran reputación** y acceso a **patrocinio ESG** (OECD, 2024).

(v) **Marca Madrid:** capital simbólico asociado a South Summit, Mutua Madrid Open y Mad Cool **atrae inversión y talento** y **eleva el multiplicador económico** de medio plazo (PwC, 2024; Navalón, 2020).

El sector se halla en posición de fortaleza, pero debe **equilibrar sostenibilidad y gobernanza** con la **captura de un ciclo expansivo internacional**. Si se gestionan los retos con instrumentos de **coordinación, condicionalidad e innovación**, el turismo de eventos puede escalar de **motor coyuntural a pilar estructural** de la competitividad regional, integrando **multiplicador económico, retorno fiscal, cohesión social y liderazgo en sostenibilidad** (OECD, 2024; Getz & Page, 2016).

8. Conclusiones y recomendaciones de política pública

La evidencia acumulada en el informe confirma que el turismo de eventos es un **vector estratégico** de crecimiento, empleo y **posicionamiento internacional** de Madrid. Las estimaciones muestran **multiplicadores económicos elevados y retornos fiscales** sólidos en MICE, y retornos económicos muy altos en culturales y deportivos, con **externalidades reputacionales** y de **innovación** que amplifican su valor (Exceltur, 2024; ICCA, 2025; Getz & Page, 2016). En conjunto, y según los casos analizados, cada **euro invertido** revierte entre **5 y 25 euros** en la economía regional, y la Administración **recupera** hasta **4,6 euros** por euro de apoyo público cuando existe evidencia auditada (IFEMA, 2024; PwC, 2024; Metyis, 2023).

8.1. Conclusiones principales

1. **Primacía de la inversión privada:** la mayor parte de los impactos proviene del **gasto/inversión de organizadores y asistentes**, con la inversión pública como **porcentaje complementario** que mejora condiciones habilitantes (infraestructura, seguridad, movilidad).
2. **Estructura de retornos por tipología:** los **MICE** presenta la mayor **estabilidad y trazabilidad fiscal**; los **culturales** aportan **proyección global** y gasto *premium* con fiscalidad parcialmente externalizada; los **deportivos** combinan **impacto directo** con **cohesión social** (Getz, 2008; Navalón, 2020; Auren & Madrid Destino, 2025).
3. **Multiplicador económico sostenido:** los rangos **1,8-2,1** para inversión agregada en eventos urbanos y los casos locales de **>20** «por euro público» en eventos emblemáticos son consistentes con la literatura y *benchmarks* europeos (Exceltur, 2025; OECD, 2024; PwC, 2024).
4. **Retorno fiscal con heterogeneidad:** entre **1,2 y 4,6** según tipología y disponibilidad de datos auditados; mayor certidumbre en MICE, menor en cachets internacionales de culturales (AEAT, 2025; IFEMA, 2024).
5. **Intangibles estratégicos:** la **marca-ciudad**, la **innovación** (*deal flow* MICE) y la **revisitación** amplían el valor total del evento en el **medio plazo** (Getz & Page, 2016; OECD, 2024).



8.2. Recomendaciones de política (diseño y ejecución)

(A) Estabilidad y contratos-programa

Implantar **contratos-programa** trienales con recintos y promotores estratégicos, vinculando apoyo público a **métricas verificables: multiplicador económico, retorno fiscal, huella ambiental, inclusión territorial y calendario desestacionalizador** (OECD, 2024).

(B) Gobernanza público-privada ágil

Constituir **mesas permanentes de coordinación** (Comunidad-Ayuntamiento-IFEMA-sector), con **ventanilla única** para eventos tractores y **protocolos de logística** (movilidad, seguridad, limpieza) replicables. Evitar estructuras rígidas; priorizar la **coordinación funcional** con KPI comunes (Getz & Page, 2016).

(C) Sostenibilidad como ventaja competitiva

Generalizar **cláusulas verdes** en contratación y patrocinios; requerir **inventario de emisiones y plan de reducción/compensación** por evento; diseñar **incentivos** (bonificaciones logísticas, priorización de fechas/espacios) para organizadores con **estándares ESG** superiores (OECD, 2024).

(D) Política de alojamiento y calendario

Pactar con el sector **bandas tarifarias máximas** en picos, priorizar **bloques de cupo** para MICE de alto valor, y ordenar la **VUT** para reducir volatilidad de oferta. Desplegar un **calendario multianual** con hitos ancla y distribución estacional (EOH-INE; Auren & Madrid Destino, 2025).

(E) Digitalización y medición en tiempo real

Implantar **plataformas de ticketing inteligente y data-hub** que integren movilidad, gasto y medio ambiente, con **paneles públicos de resultados** y trazabilidad metodológica (input-output + fiscalidad) (OECD, 2024).

(F) Instrumentos fiscales y condicionalidad

Introducir **acuerdos marco con promotores internacionales** que aseguren una **contribución fiscal mínima local** (retenciones, establecimientos permanentes de propósito limitado), en proporción al apoyo público. Mantener la **seguridad jurídica** y evitar los desincentivos (AEAT, 2025).



(G) Estrategia de marca ciudad unificada

Coordinar la comunicación institucional para integrar **MICE, cultura y deporte** en una **narrativa común** de Madrid como **capital global**. Priorizar **campanñas alineadas** con citas emblemáticas (South Summit, Mutua Madrid Open, Mad Cool), maximizando **imagen y earned media** (PwC, 2024; Metyis, 2023).

8.3. Hoja de ruta priorizada (12-24 meses)

1. **Marco de contratos-programa** con KPI (multiplicador económico, retorno fiscal, ESG, calendario) y **presupuesto multianual**.
2. **Mesa de coordinación y ventanilla única** con protocolos de logística y evaluación.
3. **Plataforma data-hub** de medición en tiempo real (movilidad, gasto, huella).
4. **Cláusulas verdes e incentivos** para estándares ESG avanzados.
5. **Acuerdos fiscales** con promotores internacionales vinculados a apoyo público.
6. **Plan de calendario** y política de **alojamiento** (cupos y bandas en picos).
7. **Estrategia de marca** coordinada con calendario y eventos ancla.

Con **apoyo institucional estable, gobernanza coordinada, sostenibilidad y digitalización** como estándares operativos, y una narrativa de **marca Madrid** unificada, la ciudad puede **consolidarse** de forma permanente entre los destinos líderes de **turismo de eventos** en Europa. La Administración **asegura retornos** tangibles en **recaudación y empleo**, mientras que el sector privado encuentra un **entorno propicio** para invertir e innovar (OECD, 2024; Exceltur, 2024; ICCA, 2025).

Referencias bibliográficas

AGENCIA ESTATAL DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA, AEAT (2025): «Informe Anual de Recaudación Tributaria 2025», Ministerio de Hacienda, Madrid.

ASOCIACIÓN DE FERIAS ESPAÑOLAS (2025): *Estadísticas feriales: datos auditados del sector*.

AUREN & MADRID DESTINO (2025, mayo): *Informe de medición del turismo de reuniones en la ciudad de Madrid 2024*.

AYUNTAMIENTO DE MADRID (2023): *Informe de impacto económico de la Rock'n'Roll Running Series Madrid 2023*.

— (s. f.): *Informes de turismo y economía*.



CAIXABANK RESEARCH (2016, 10 junio): *La estacionalidad del turismo*.

COLLADO CUIEL, J. C., GAGO SALDAÑA, D., PONCELA BLANCO, J. A. y GONZÁLEZ MARTÍN, A. (2005): *Impacto económico de los Juegos Olímpicos Madrid 2012*, Centro de Estudios Económicos Tomillo.

EL PAÍS (2024): *Cobertura del Eras Tour en Madrid*.

EXCELTUR & COMUNIDAD DE MADRID (2023, noviembre): *IMPACTUR Comunidad de Madrid 2022. Informe completo*.

— (2024, noviembre): *IMPACTUR Comunidad de Madrid 2023. Informe completo*.

EXCELTUR (2025, noviembre): *IMPACTUR España 2024*.

EXCELTUR & TURISMO QUE SUMA (2025, julio): *Perspectivas Turísticas n.º 93*.

EXPANSIÓN (2024): *El concierto de Taylor Swift dispara la ocupación hotelera en Madrid*.

GAVILÁN, Á. (2025): *El turismo en la economía española: puesta en valor y retos a futuro*, IV Convención Turespaña.

GETZ, D. (2008): «Event tourism: Definition, evolution, and research», *Tourism Management*, 29(3), pp. 403-428.

GETZ, D. & PAGE, S. J. (2016): «Progress and prospects for event tourism research», *Tourism Management*, 52, pp. 593-631.

GÓMEZ, L. A. E. (2019): «Los eventos distintivos en grandes destinos del turismo cultural: el caso del Año Greco en Toledo (España)», *Cuadernos de Turismo*, 44, pp. 129-164.

GOPINATH, S. (ICCA). (2025, 17 mayo): *ICCA GlobeWatch Business Analytics 2024: Country and City*.

IFEMA Madrid (2023): *Memoria Anual 2023*.

— (2025, 31 mayo): *Memoria Anual 2024 e Informe de Impacto Socioeconómico*.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE). (s. f.): *Cuenta Satélite de Turismo de España (CSTE)*.

— (s. f.): *Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR)*.

— (s. f.): *Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR)*.

— (s. f.): *Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)*.



— (s. f.): *Tablas Input-Output de España. Base 2020*.

LIVE NATION (2024): *Comunicados oficiales del Eras Tour en Madrid*.

MADRID DESTINO & AYUNTAMIENTO DE MADRID (2025, 22 abril): *Madrid: Anuario de Turismo 2024*.

MARCA RUNNING (2023): *Cobertura Rock'n'Roll Madrid*.

MARIANI, M. M. y KYLÄNEN, M. (2014): «The relevance of public-private partnerships in co-competition: empirical evidence from the tourism sector», *International Journal of Business Environment*, 6(1), pp. 106-125.

MCKINSEY & COMPANY (2024, mayo): *The State of Tourism and Hospitality 2024*.

METYIS (2023): *Estudio de impacto económico del Mad Cool Festival 2023*. Ayuntamiento de Madrid.

NADOTTI, L. & VANNONI, V. (2019): «Cultural and event tourism: An interpretative key for impact assessment», *Eastern Journal of European Studies*, 10(1), pp. 115-133.

NAVALÓN, R. (2020): *Impacto económico del Mutua Madrid Open*, Universidad Complutense de Madrid.

NEXOTUR (2025, 19 julio): *Madrid, principal destino MICE de España, con 54.784 reuniones en 2024*.

OECD (2024): *Tourism Trends and Policies 2024*, OECD Publishing.

PICORNELL, C. (2015): «Los impactos del turismo», *Papers de Turisme*, 11, pp. 65-91.

PWC (2024): *Impacto socioeconómico del South Summit Madrid 2024*, Madrid.

RANASINGHE, R., GANGANANDA, N., BANDARA, A. y PERERA, P. (2021): «Role of tourism in the global economy: The past, present and future», *Journal of Management and Tourism Research*, 4(1).

RUNNER'S WORLD (2023): *Rock'n'Roll Madrid: cifras de participación e impacto económico*.

SILVA, S., JARDIM, C., SILVA, C. y MARTINS, D. (2024): *MICE segment: Challenges and opportunities to the tourism sector*.

SMAGINA, N. (2017): «The internationalization of the Meetings-, Incentives-, Conventions- and Exhibitions- (MICE) industry: Its influences on the actors in the tourism business activity», *Journal of Economics and Management*, 27, pp. 96-113.



SPAIN CONVENTION BUREAU (SCB). (2025): *Informe anual del sector MICE en España*.

UNIVERSIDAD EUROPEA (2018, 13 marzo): *Mutua Madrid Open 2017: Análisis del impacto económico y social*, Universidad Europea de Madrid.

VICO, R. P. (2019): «Turismo de eventos, megaeventos y gobernanza territorial», *Revista Geográfica de Valparaíso*, 55.

VILLARINO DE FUNES, M. (2025, junio): *Impacto de la actividad turística en el conjunto de la economía española*, Cámara de Comercio de España.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC). (2025, 9 junio): *Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR)*.



Publicaciones del Instituto de Estudios Económicos

2025

COLECCIÓN INFORMES. Noviembre. El turismo de eventos en la Comunidad de Madrid: una aproximación a su impacto económico.

OPINIÓN DEL IEE. Octubre. La incidencia en la economía española de las subidas arancelarias. Índice de Barreras Comerciales 2025.

COLECCIÓN INFORMES. Septiembre. La libertad de empresa en España. Índice de Libertad Económica 2025.

COYUNTURA ECONÓMICA. Julio. N.º 82. Un crecimiento económico condicionado por un contexto institucional adverso.

COLECCIÓN INFORMES. Julio. Competitividad fiscal empresarial 2025. El nuevo indicador de la contribución fiscal empresarial total.

COLECCIÓN INFORMES. Junio. La confianza empresarial y la inversión extranjera en España. Índice Kearney de Confianza para la Inversión Extranjera Directa 2025.

REVISTA DEL IEE. Junio. N.ºs 1 y 2/2025. El problema de la litigiosidad tributaria en España. Propuestas de solución y mejora desde la perspectiva de las empresas.

OPINIÓN DEL IEE. Mayo. La prórroga para 2025 de los Presupuestos Generales del Estado.

OPINIÓN DEL IEE. Mayo. La competitividad fiscal en el Principado de Asturias. Una propuesta de mejora.

OPINIÓN DEL IEE. Mayo. La fiscalidad de la vivienda en España. Una propuesta de mejora.

COLECCIÓN INFORMES. Marzo. El problema de la ocupación ilegal en España. Índice Internacional de Derechos de Propiedad (IIDP) 2024.

COLECCIÓN INFORMES. Enero. La inclusión financiera en las áreas rurales de España ante el reto demográfico.

EDICIONES ESPECIALES. Enero. Las necesidades organizativas y productivas de las empresas y las respuestas del ordenamiento jurídico. Reflexión de futuro y propuesta de líneas de cambio.

2024

COYUNTURA ECONÓMICA. Diciembre. N.º 81. Los riesgos geopolíticos como nuevo elemento de incertidumbre.

COLECCIÓN INFORMES. Noviembre. Competitividad fiscal 2024. Un diagnóstico necesario de la tributación en España.

OPINIÓN DEL IEE. Octubre. Regulación y competencia en el transporte público de viajeros por carretera: reflexiones y análisis para un modelo sostenible.

OPINIÓN DEL IEE. Octubre. La competitividad fiscal en Cantabria. Una propuesta de mejora.

OPINIÓN DEL IEE. Septiembre. Los tipos reducidos en el Impuesto sobre el Valor Añadido. Un ejemplo de su aplicación en los productos de tecnología sanitaria.

REVISTA DEL IEE. Septiembre. N.º 2/2024. Los riesgos de una inadecuada regulación de las acciones colectivas para la protección de los consumidores. Análisis del Proyecto de Ley de transposición de la Directiva (UE) 2020/1828.

COLECCIÓN INFORMES. Julio. La productividad como el gran reto pendiente de la economía española.

COYUNTURA ECONÓMICA. Junio. N.º 80. La competitividad como oportunidad para la mejora de nuestro bienestar.

COLECCIÓN INFORMES. Mayo. La libertad de empresa en España. Índice de Libertad Económica 2024.

OPINIÓN DEL IEE. Mayo. La prórroga para 2024 de los Presupuestos Generales del Estado.

COLECCIÓN INFORMES. Abril. Competitividad fiscal 2023. El endurecimiento de la fiscalidad empresarial en España ralentiza el crecimiento económico.

REVISTA DEL IEE. Febrero. N.º 1/2024. La colaboración público-privada y el reto de la vivienda. Índice Internacional de Derechos de Propiedad 2023.

2023

COYUNTURA ECONÓMICA. Diciembre. N.º 79. Hay que crear un clima favorable a la empresa y a la inversión para garantizar el progreso de la economía española.

REVISTA DEL IEE. Noviembre. N.º 3/2023. La colaboración público-privada y su contribución a la eficiencia del gasto público en la provisión de servicios públicos.

REVISTA DEL IEE. Octubre. N.º 2/2023. La inversión en infraestructuras. El modelo concesional como palanca del crecimiento económico y social.

OPINION OF THE IEE. July. Good regulatory practices. A proposal for the Spanish electricity sector.

COYUNTURA ECONÓMICA. Julio. N.º 78. La incertidumbre política aumenta el riesgo de desaceleración de la economía española.

COLECCIÓN INFORMES. Julio. La libertad de empresa en España. Índice de Libertad Económica 2023.

OPINIÓN DEL IEE. Junio. Buenas prácticas regulatorias. Una propuesta para el sector eléctrico español.

OPINIÓN DEL IEE. Mayo. La subida de las cotizaciones sociales. Análisis y consecuencias en la economía española.

OPINIÓN DEL IEE. Abril. La competitividad fiscal de las entidades locales y de las comunidades autónomas. Factor determinante para su desempeño económico.

PUNTO DE VISTA. Marzo. Compromiso empresarial con la inversión: el rol de la empresa en la situación iberoamericana actual.

REVISTA DEL IEE. Enero. N.º 1/2023. El Impuesto sobre las Grandes Fortunas. Un análisis académico y doctrinal de su inconstitucionalidad.

COLECCIÓN INFORMES. Enero. La mejora de la calidad institucional del comercio en España: cuantificación de su impacto económico y social.

COLECCIÓN INFORMES. Enero. Competitividad fiscal 2022. España sigue perdiendo competitividad en el ámbito fiscal.



2022

COYUNTURA ECONÓMICA. Diciembre. N.º 77. La ralentización, principal riesgo de 2023.

REVISTA DEL IEE. Noviembre. N.º 4/2022. La unidad de mercado como reto pendiente para la libertad de empresa. Índice de Libertad Económica 2022.

OPINIÓN DEL IEE. Octubre. Los Presupuestos Generales del Estado para 2023.

OPINIÓN DEL IEE. Octubre. Por una mejora de los incentivos fiscales a los planes de pensiones. Análisis comparado de la tributación actual del segundo y tercer pilar en Europa.

PUNTO DE VISTA. Octubre. Consolidar la recuperación. Aprovechar las oportunidades del crecimiento verde en América Latina.

COLECCIÓN INFORMES. Septiembre. Estudio preliminar sobre la adecuación a la Constitución y al Derecho Comunitario del gravamen temporal a entidades de crédito y establecimientos financieros de crédito.

COYUNTURA ECONÓMICA. Julio. N.º 76. La inflación y la incertidumbre frenan la recuperación de las empresas.

REVISTA DEL IEE. Julio. N.º 3/2022. La necesidad de garantizar la propiedad privada en España como condición para la mejora del mercado del alquiler. Índice Internacional de Derechos de Propiedad 2021.

REVISTA DEL IEE. Junio. N.º 2/2022. El impacto económico del sector de datos en España. Una propuesta de cuantificación.

INFORME IEE-CEIM. Abril. El crecimiento empresarial en la Comunidad de Madrid como factor de competitividad regional.

REVISTA DEL IEE. Marzo. N.º 1/2022. Por una mejora de la eficiencia del gasto público en España.

EDICIONES ESPECIALES. Febrero. Libro Blanco para la reforma fiscal en España. Una reflexión de 60 expertos para el diseño de un sistema fiscal competitivo y eficiente.

2021

COYUNTURA ECONÓMICA. Diciembre. N.º 75. Una coyuntura condicionada transitoriamente por la inflación.

COLECCIÓN INFORMES. Diciembre. Competitividad fiscal 2021. La competitividad fiscal como referencia obligada para la próxima reforma tributaria.

INFORME IEE-CEIM. Noviembre. El tamaño y el crecimiento empresarial en la Comunidad de Madrid como factor de competitividad regional.

OPINIÓN DEL IEE. Noviembre. Los Presupuestos Generales del Estado para 2022.

COLECCIÓN ESTUDIOS. Octubre. El Programa de Pago a Proveedores como instrumento de inyección de liquidez a la empresa.

COLECCIÓN INFORMES. Septiembre. Empresa, igualdad de oportunidades y progreso social. Indicador IEE de Igualdad de Oportunidades.

COYUNTURA ECONÓMICA. Julio. N.º 74. La recuperación de la economía española necesita de un clima empresarial favorable.

PUNTO DE VISTA. Junio. La situación actual y perspectivas de las inversiones energéticas y el sector eléctrico en América Latina.

REVISTA DEL IEE. Mayo. N.º 2/2021. La libertad de empresa en España. Índice de Libertad Económica 2021.

INFORME DE OPINIÓN. Abril. La competitividad fiscal de las comunidades autónomas. Condición necesaria para el desarrollo económico.

COLECCIÓN INFORMES. Marzo. La propiedad privada en España. La necesidad de reconocer los derechos de propiedad en materia de vivienda. Índice de Derecho de Propiedad 2020.

PUNTO DE VISTA. Enero. La situación actual de la economía en América Latina. Su incidencia sobre las empresas españolas.

REVISTA DEL IEE. Enero. N.º 1/2021. Adaptabilidad y flexibilidad para la recuperación económica.

2020

COYUNTURA ECONÓMICA. Diciembre. N.º 73. Más allá de los fondos europeos: la economía española necesita el impulso de las reformas estructurales.

INFORME IEE-FIAB. Diciembre. Impacto de la crisis del COVID-19 en la industria de alimentación y bebidas española.

INFORME DE OPINIÓN. Noviembre. Los Presupuestos Generales del Estado para 2021.

INFORME DE OPINIÓN. Noviembre. Una propuesta de mejora para los incentivos fiscales a la I+D+i.

INFORME IEE-CEIM. Noviembre. La tributación del ahorro y su incidencia en la reactivación económica desde la perspectiva de la competitividad regional.

COLECCIÓN INFORMES. Octubre. Competitividad fiscal 2020. ¿Por qué no se pueden subir más los impuestos en España?

INFORME IEE-ASCOM. Octubre. Estudio sobre la función de Compliance en las empresas españolas.

INFORME DE OPINIÓN. Agosto. El marco fiscal de los planes de pensiones. La necesidad de fomentar el ahorro para la jubilación.

COLECCIÓN INFORMES. Julio. Libertad económica y libertad de empresa en España. Índice de Libertad Económica España 2020.

COYUNTURA ECONÓMICA. Julio. N.º 72. Crisis de la COVID-19 en la economía española: la recuperación no es posible sin confianza empresarial.

INFORME DE OPINIÓN. Junio. Impacto económico de las medidas adoptadas en el contexto de la presente crisis. Los casos de la financiación privada avalada y los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo.

INFORME DE OPINIÓN. Febrero. Eficiencia del gasto público. Medición y propuestas de mejora.

PUNTO DE VISTA. Enero. El Capitalismo. Cambio, evolución y progreso.

2019

COLECCIÓN INFORMES. Diciembre. La deuda pública en España. Implicaciones sobre la política económica.

COYUNTURA ECONÓMICA. Diciembre. N.º 71. Una política económica ortodoxa para revertir la desaceleración y reducir la incertidumbre.

INFORME DE OPINIÓN. Noviembre. Las buenas prácticas regulatorias.

COLECCIÓN INFORMES. Noviembre. La propiedad privada en España. Índice de Derecho de Propiedad 2019.

COLECCIÓN INFORMES. Octubre. Índice de Competitividad Fiscal 2019.

COYUNTURA ECONÓMICA. Junio. N.º 70. A mayor inestabilidad política, más incertidumbre económica.

INFORME DE OPINIÓN. Febrero. Los Presupuestos Generales del Estado para el 2019.





Este informe evalúa el carácter estratégico del sector del turismo de eventos en la Comunidad de Madrid destacando su capacidad para generar empleo, atraer inversión y fortalecer la competitividad regional. Estudia el impacto económico del turismo de eventos en la Comunidad de Madrid en el periodo 2019-2025, con especial atención a la contribución de la inversión sobre este tipo de actividades, así como su función dinamizadora del sector empresarial en su conjunto en la región. La Comunidad de Madrid ha consolidado un modelo de turismo diversificado de elevado valor añadido, sustentado en los segmentos MICE (reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones), culturales y deportivos. Este sector moviliza un gasto por visitante superior a la media, activa sectores de alta productividad y contribuye a la desestacionalización de las actividades turísticas y a la estabilidad en el empleo.

El análisis confirma que el turismo de eventos se encuentra entre los sectores con mayores retornos económicos del conjunto de la economía madrileña. La Comunidad de Madrid tiene la oportunidad de consolidarse como un referente internacional en el ámbito del turismo de eventos gracias a su red de infraestructuras, la calidad de sus servicios, su amplia oferta cultural y deportiva, y su demostrada capacidad de organización. No obstante, para ampliar y mantener esta ventaja resulta necesaria una estrategia que mejore su competitividad integrando las tendencias globales del sector que dan un mayor protagonismo a la sostenibilidad y a la digitalización, lo que reforzaría su liderazgo global y garantizaría un mayor desarrollo del sector.



INSTITUTO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS

Tel.: 917 820 580

iee@ieemadrid.com

www.ieemadrid.es