Madrid, 10 de noviembre de 2026

Esta jornada ha sido organizada por Madrid Film Office y la Universidad Autónoma de Madrid

Madrid analiza la contribución de la industria audiovisual a la internacionalización, la economía y al turismo de la capital

- **El encuentro ha reunido a representantes institucionales, académicos y profesionales para analizar el impacto económico, cultural y turístico de la actividad audiovisual en la ciudad**
- **Los participantes han subrayado la contribución del audiovisual a la generación de empleo, la atracción de inversión y el fortalecimiento del posicionamiento internacional de Madrid**
- **La contribución económica de los largometrajes y series en la ciudad ascendió a 1.541,9 millones de euros durante el periodo 2021-2024**

El Ayuntamiento de Madrid, a través de Madrid Film Office, oficina del audiovisual adscrita al Área Delegada de Turismo, y la Dirección General de Relaciones Internacionales, junto con la Universidad Autónoma de Madrid, a través del Instituto L.R. Klein-UAM, han organizado esta mañana la jornada 'La importancia de los rodajes en Madrid. Puerta abierta a la internacionalización: interconexión entre cultura, ocio, turismo y economía'. Este encuentro, celebrado en el Centro Cultural La Corrala. Museo de Artes y Tradiciones Populares, ha reunido a especialistas, responsables institucionales y representantes de la industria audiovisual para analizar la contribución de los rodajes al desarrollo económico, cultural y turístico de la ciudad.

"Madrid es uno de los principales centros de producción audiovisual de Europa y los rodajes generan actividad económica y empleo, a la vez que proyectan internacionalmente nuestra ciudad como destino cultural, turístico y de inversión", destaca la concejal delegada de Turismo del Ayuntamiento de Madrid, Almudena Maíllo. Para la concejal, "estas jornadas ayudan a evidenciar este impacto positivo y a orientar las políticas públicas poniendo en valor la aportación del sector a los madrileños".

El audiovisual, uno de los motores de la economía madrileña

En la primera intervención de la jornada, la subdirectora de Marketing de Turismo del Ayuntamiento de Madrid, Laura Navarrete, ha destacado la capacidad de la capital para atraer talento, empresas y proyectos nacionales e internacionales. Asimismo, ha puesto de relieve el compromiso municipal con el impulso de iniciativas que fortalecen el ecosistema cultural, creativo y audiovisual de la ciudad

Dirección General de Comunicación
Montalbán 1 – 3ª planta
28014 Madrid
+34 915 882 240
prensa@madrid.es
madrid.es
diario.madrid.es
@MADRID
@madrid
@ayuntamientodemadrid
@ayuntamiento-de-madrid-directo

y consolidan su posición como puerta de entrada a Europa y punto de encuentro entre mercados y culturas.

La segunda mesa ha analizado la evolución del sector y su contribución al crecimiento económico de la capital. En este debate han participado el director de Madrid Film Office, Raúl Torquemada; la directora general del Clúster Audiovisual de Madrid, Teresa Azcona; José Esteban Alenda, de la Asociación Madrileña Audiovisual (AMA); y la directora general de la Asociación de Productoras y Postproductoras de Cine Publicitario de España (APCP)Adriana Piquet.

Los participantes han coincidido en señalar que el audiovisual se ha consolidado como una actividad capaz de generar empleo cualificado, atraer inversiones y favorecer el desarrollo de un ecosistema empresarial altamente competitivo e innovador. Desde la APCP se han compartido datos sobre el impacto del sector del cine publicitario, que llevó a cabo una inversión en España en 2023 de 498 millones de euros, con un impacto de casi 212 millones en Madrid, según el sexto 'Estudio sobre el impacto económico de la producción de cine publicitario' de la asociación, realizado por SCOPEN con el patrocinio de Madrid Film Office.

A estos datos sobre el impacto del cine publicitario se suman los de otros subsectores, como el de rodaje de películas y series. A ello se ha dedicado la tercera mesa, centrada en el trabajo realizado en el estudio 'Economía de la industria audiovisual: Dimensión e impacto de los rodajes de largometrajes y series en Madrid (2021-2024)', elaborado por el Instituto L.R. Klein-UAM y Madrid Film Office, y presentado el pasado mes de abril. La sesión ha contado con la participación de Ángeles Vacas, por parte de Madrid Film Office, junto a las investigadoras Milagros Dones y Ana M. López, responsables del estudio.

En esta charla se ha reflexionado sobre la importancia y los desafíos a los que se enfrentan este tipo de trabajos y se han presentado datos sobre la contribución económica de los rodajes a la ciudad y la región a partir de las conclusiones del estudio, que cifra el impacto total de los proyectos de largometrajes y series en el territorio municipal en 1.541,9 millones de euros durante el periodo 2021-2024, con un promedio anual de 385,5 millones de euros. Esto supuso una recaudación de 367,3 millones de euros en impuestos y la creación de 10.101 empleos equivalentes a tiempo completo (ETC). Además, se ha puesto de manifiesto el efecto tractor de los rodajes sobre numerosos sectores económicos y su capacidad para generar impactos directos e indirectos más allá de la propia actividad audiovisual.

La proyección internacional de Madrid y el turismo de pantalla

La relación entre patrimonio audiovisual y turismo de pantalla ha protagonizado la última mesa de la jornada. La sesión ha analizado cómo películas, series y otros

contenidos audiovisuales contribuyen a proyectar la imagen de Madrid en los mercados internacionales, generar nuevos flujos turísticos y fortalecer el atractivo cultural y experiencial de la ciudad. La mesa ha contado con la intervención de Carmen Hidalgo, de la Universidad Autónoma de Madrid; el director de Relaciones Internacionales y Experiencia de Marca de Movistar Plus, Sergio Sánchez Benítez; María José Gómez, jefa de Área de Spain.info/DXP, Contenidos y Cultura de Turespaña; y Víctor Aertsen, de Madrid Film Office.

Todos han coincidido en señalar que Madrid reúne condiciones especialmente favorables para consolidarse como uno de los principales destinos de turismo de pantalla, gracias a su posición como centro neurálgico de la industria audiovisual española, la presencia de grandes compañías del sector, su amplia diversidad de localizaciones y la fortaleza de su patrimonio cultural y audiovisual. La mesa también ha servido para revisar las conclusiones del estudio 'El turismo de pantalla en Madrid: aproximación a las claves de un subsegmento de futuro', elaborado por las universidades Autónoma de Madrid y Carlos III de Madrid junto con el Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR), con el patrocinio de Madrid Film Office.

La jornada ha concluido reafirmando la importancia de seguir fortaleciendo la colaboración entre administraciones públicas, universidad e industria para impulsar el desarrollo sostenible del sector audiovisual y aprovechar plenamente su capacidad para generar desarrollo económico, innovación, proyección internacional y valor turístico para Madrid.

Precisamente en el marco de la internacionalización del sector audiovisual madrileño, Madrid Film Office está participando hoy en un viaje de familiarización organizado por ICEX-Shooting in Spain y dirigido a productores del sector audiovisual norteamericano. Bajo el título 'Global Stories Hidden in Spain', esta acción, que se prolongará hasta el 13 de noviembre, ha arrancado en Madrid con unas sesiones de encuentro con productores e instituciones españolas y un programa de visitas a localizaciones de la ciudad, como los túneles de Madrid Calle 30 y el Museo del Ferrocarril./

Dirección General de Comunicación
Montalbán 1 – 3ª planta
28014 Madrid
+34 915 882 240

prensa@madrid.es
madrid.es
diario.madrid.es

@MADRID
@madrid
@ayuntamientodemadrid
@ayuntamiento-de-madrid-directo