

Made in MADRID (I)

Industria/Servicios/Innovación



FORO MADRID DEBATE

 *madridiario.es*

Viña **CHY**

CHYSPEANTE

SPARKLING

— *El maridaje de las emociones* —



B L A N C O

*Chardonnay, Sauvignon
Blanco y Macabeo*

T I N T O

*Merlot y
Tempranillo*

R O S A D O

*Petit Verdot
y Tempranillo*



Existen notas que al juntarlas son capaces de crear la mejor melodía para tus oídos.

Nosotros hemos creado el maridaje perfecto juntando el vino más selecto de Casa de la Viña y la genuina Vichy Catalán para crear una inigualable melodía para tu paladar, **ViñaCHY**.

Made in MADRID (I)

Industria/Servicios/Innovación



FORO MADRID DEBATE

mdo *madridiario.es*



@madridiario



<http://www.facebook.com/madridiario>

MADE IN MADRID (I)

Una producción de Madridiario S.L.

Presidente-editor: Constantino Mediavilla
Consejero delegado: José Brías
Director: Pedro Montoliú
Gerente: Eva R. Picazo

Coordinación y edición

Pedro Montoliú y Celia G. Naranjo

Producción

Eva R. Picazo y Concha Ortega

Redacción

Constantino Mediavilla, Pedro Montoliú, Celia G. Naranjo, Lucía de la Fuente,
Carmen M. Gutiérrez, Alexandra Martín, Susana Pérez, Enrique Villalba y María Fernández

Coordinación editorial

Ramiro Domínguez. Sílex ediciones S.L.

Fotografía

Juan Luis Jaén, Kike Rincón, Elena Trincado, Antonio José Villalta y archivo de Madridiario

Maquetación y diseño

Luis Garrido. Preyfot S.L.

© Madridiario S.L.
Gran Vía, 27, 1º dcha., 28013 Madrid
www.madriario.es
e-mail: madriario@madriario.es

Impreso en España por LDM Ediciones

ISBN: 978-84-7737-877-8
Depósito Legal: M-12962-2014

Reservados todos los derechos. No se permite reproducir, almacenar en sistemas de recuperación de la información ni transmitir alguna parte de esta publicación, cualquiera que sea el medio empleado —electrónico, mecánico, fotocopia, grabación, etcétera— sin permiso previo de los titulares de los derechos de la propiedad intelectual.

Made in Madrid (I)

Industria/Servicios/Innovación

Sectores

Agricultura y ganadería

26



Industria alimentaria

36



Automoción

46



Industria farmacéutica

56



Artes gráficas y edición

64



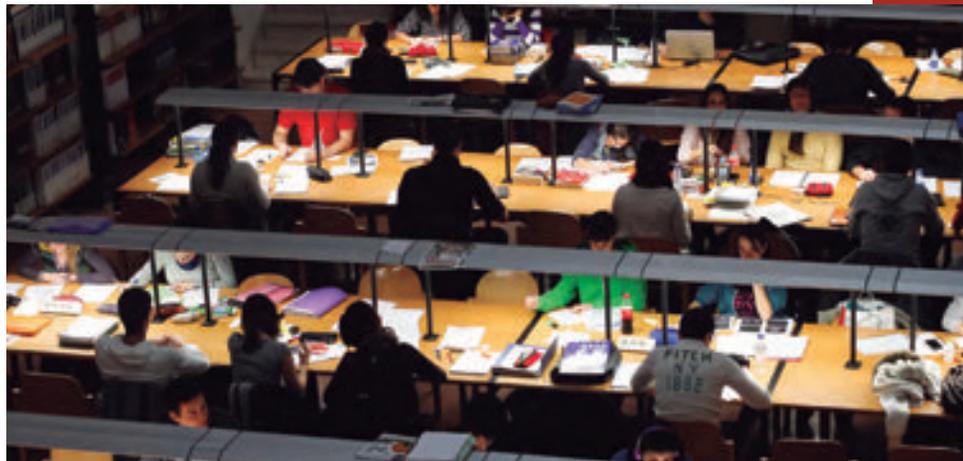
Industria química

74



Educación

86



Transporte de viajeros

94



Transporte de mercancías

102



Comercio

110



Administración pública

120



Seguros

128



Residencias y servicios sociales

136



Agua

144



Marketing y publicidad

152



Juego

160



Seguridad e investigación

176



Actividades financieras

168



Innovación

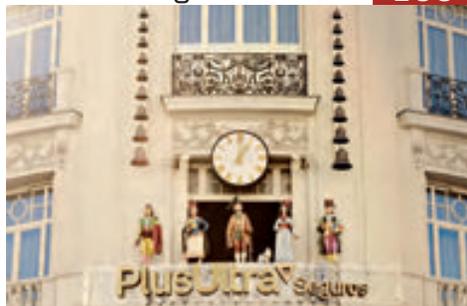
El Corte Inglés

186



Plus Ultra Seguros

188



Banco Popular

190



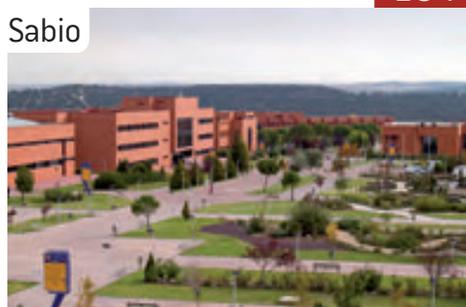
Valdebebas

192



Universidad Alfonso X el Sabio

194



Avanza

196



Aeropuerto de Madrid

198



Alsa

200



Casino Gran Madrid

202



Iberdrola

204



Getafe

206



Majadahonda

208



Móstoles

211



Opinión

	<i>Made in Madrid: "Sin complejos",</i> por Constantino Mediavilla 10
	<i>Las razones de un liderazgo,</i> por Pedro Montoliú 12
	<i>El papel de la Comunidad de Madrid en el impulso de la industria, los servicios y la innovación,</i> por Ignacio González 14
	<i>El nuevo modelo de seguridad de Madrid,</i> por Cristina Cifuentes 16
	<i>Industria, servicios e innovación: Madrid, capital global,</i> por Ana Botella 18
	<i>El necesario reequilibrio de la economía de Madrid,</i> por Arturo Fernández 20
	<i>I+D+i para ganar el futuro,</i> por José Ricardo Martínez 22
	<i>Madrid tiene futuro,</i> por Jaime Cedrún 23
	<i>Investigación para el progreso,</i> por Cristina Álvarez 31
	<i>Madrid también es vino,</i> por Juan Bautista Orusco 32
	<i>La carne de vacuno en Madrid,</i> por Lorenzo Vilas 33
	<i>Calidad, mejora continua y adaptación,</i> por Borja Sarasola 41
	<i>La industria alimentaria en Madrid,</i> por Ricardo Oteros 42
	<i>El futuro está en las pymes,</i> por Mariano Sancho 43
	<i>La pastelería artesana: crisis y futuro,</i> por Salvador Santos Campano 44
	<i>Reindustrializar España,</i> por Mario Armero 51
	<i>Un salón para dinamizar la industria,</i> por Alberto Díaz 52
	<i>Los concesionarios, claves para la automoción,</i> por Jaime Roura 53
	<i>La apuesta de Iveco por España,</i> por Jaime Revilla 54

	<i>La industria farmacéutica apuesta por Madrid,</i> por Humberto Arnés 61
	<i>Recuperar la competitividad perdida,</i> por Manuel Martínez 62
	<i>La apuesta por el crecimiento sostenible,</i> por Javier Ellena 63
	<i>La industria editorial: luces y sombras,</i> por Rosalina Díaz 69
	<i>Las librerías, espacios culturales necesarios,</i> por Pilar Gallego 70
	<i>El sector tiene futuro,</i> por Jesús Alarcón 71
	<i>Una oportunidad única para formar a nuevos profesionales,</i> por José Antonio Rodríguez 72
	<i>La industria química en Madrid,</i> por Juan José Álvarez 79
	<i>Un sector con una apuesta creciente por la innovación,</i> por Áureo Díaz-Carrasco 80
	<i>El sector químico, en moderado crecimiento,</i> por Juan Antonio Labat 81
	<i>Repsol, una empresa global vinculada a Madrid,</i> por Arturo Gonzalo 82
	<i>Competencia internacional y atracción del talento,</i> por José María Sanz 89
	<i>Diez años de reformas,</i> por Alicia Delibes 90
	<i>Universidades privadas: un modelo educativo diferente,</i> por Jesús Núñez 91
	<i>La innovación debe ser una constante en educación,</i> por Juan Luis Yagüe 92
	<i>30 años innovando en transportes,</i> por Pablo Cavero 97
	<i>Generar riqueza y empleo, una tarea compartida,</i> por Elena Mayoral 98
	<i>Madrid, en el ADN de Iberia,</i> por Manuel López 99
	<i>EMT, garantía de movilidad,</i> por Rafael Orihuela 100
	<i>El esfuerzo de los transportistas,</i> por Jorge Somoza 105

	<i>El papel de Mercamadrid en la distribución alimentaria,</i> por José Ignacio Arranz 106
	<i>Correos, operador logístico de referencia,</i> por Magín Blanco 107
	<i>Hacia un modelo inteligente,</i> por Héctor Casado 108
	<i>El comercio de Madrid: especialización, diversidad y cercanía,</i> por Ángel Luis Martín 114
	<i>La Cámara del comercio madrileño,</i> por Miguel Garrido 115
	<i>Una historia con futuro,</i> por Javier Hortelano 116
	<i>Comercio urbano y comercio 3.0,</i> por Hilario Alfaro 117
	<i>Madrid, a un clic,</i> por Salvador Victoria 123
	<i>Lo que la eliminación de duplicidades escondía,</i> por Jesús Dionisio 124
	<i>Comprometidos con la recuperación económica,</i> por Concepción Dancausa 125
	<i>Otra gestión pública es posible,</i> por José Ángel Montero 126
	<i>Madrid seguro,</i> por Miguel Ángel Vázquez 131
	<i>La mediación del seguro, un motor creciente en la economía española,</i> por Elena Jiménez de Andrade 132
	<i>El proceso de la innovación y el cambio,</i> por Jacinto Álvaro 133
	<i>Madrid, un mercado asegurador de referencia,</i> por Mario Ramírez 134
	<i>Responder a las necesidades,</i> por Jesús Fermosel 139
	<i>El futuro de la dependencia,</i> por Carmen Balfagón 140
	<i>Madrid: una ciudad socialmente cohesionada,</i> por Dolores Navarro 141
	<i>Los servicios sociales, generadores de empleo,</i> por Alfredo Santos 142
	<i>Uno de los mejores sistemas de gestión de agua del mundo,</i> por Adrián Martín 147

	<i>Un cambio histórico en la relación de Madrid con el agua,</i> por Diego Sanjuanbenito 148
	<i>Cuenca del Tajo: territorio, equilibrio y consenso,</i> por Miguel Antolín 149
	<i>Captación, tratamiento y depuración del agua,</i> por José Villar 150
	<i>El color de la ciudad,</i> por Antonio Morales 155
	<i>Un consumidor con voz propia,</i> por José Luis Zimmermann 156
	<i>Un cambio que ha llegado para quedarse,</i> por Enric Pujadas 157
	<i>Cambios en la comunicación y la publicidad,</i> por Juan Benavides 158
	<i>El sector del juego en Madrid,</i> por Fernando Prats 163
	<i>Con las máquinas recreativas ganamos todos,</i> por Pedro Melendo 164
	<i>Recupera la ilusión,</i> por Miguel Carballeda 165
	<i>Casino Gran Vía, una apuesta ganadora,</i> por Javier García 166
	<i>Casino Gran Madrid-Colón, mágico y vanguardista,</i> por Ángel M ^a Escolano 167
	<i>Un apoyo para los emprendedores,</i> por Carlos Llamera 171
	<i>Retos colectivos y desafíos individuales de los despachos de abogados,</i> por Fernando Vives 172
	<i>Madrid, ciudad que capta negocio y talento,</i> por Pilar Cavero 173
	<i>Madrid, ciudad de oportunidades profesionales,</i> por Sonia Gumpert 174
	<i>Pasado, presente y futuro de la seguridad privada,</i> por Ángel Córdoba 179
	<i>Emergencias 112 a la vanguardia,</i> por Gonzalo Quiroga 180
	<i>Velar por la seguridad vial,</i> por Antonio Carrasco 181
	<i>Investigación privada: prueba válida en procedimientos judiciales,</i> por Eva Grueso 182

CONSTANTINO MEDIAVILLA - Presidente editor del Grupo Madridiario



Made in Madrid: “Sin complejos”

Si la tecnología ‘made in Spain’ revive la marca España, la tecnología ‘made in Madrid’ debería hacer lo propio con la marca Madrid: *sin complejos y sin tapujos*. Los datos económicos avanzan que la capacidad de crecimiento madrileña es aún muy elevada, que hay margen para el desarrollo. Tanto y tan grande que este ejemplar que tiene en su manos es el primero de dos nuevos volúmenes del *Foro Madrid Debate*. Aunque en plena era tecnológica suene *demodé*, la expresión “todo está en los libros” no es una perogrullada para **Madridiario**, que también es tecnología punta y comunicación *made in Madrid*. Estos *e-book* se editan también en papel, en imprenta madrileña, y se distribuyen dentro y fuera de nuestras fronteras. *Porque un Madrid cosmopolita y sin complejos trasciende un mero puñado de kilómetros cuadrados, afortunadamente.*

Hay que mirar adelante
con optimismo porque
la necesidad de mejorar
la marca Madrid
nos atañe a todos

Madrid tiene que volver a generar confianza en los niveles que lo ha hecho en etapas anteriores. Ciertamente la incertidumbre que empaña nuestra economía hace que la imagen Madrid también esté deteriorada. La eliminación de Madrid 2020 de la candidatura olímpica o el fiasco Eurovegas tampoco han contribuido a mejorar la situación. A pesar de ello hay que trabajar desde dentro hacia fuera y conseguir proyectar una imagen positiva y de confianza: mirar adelante con optimismo, porque la necesidad de mejorar la marca Madrid nos atañe a todos.

España exporta ‘made in Madrid’ porque la región lidera el sector de la alta tecnología en el comercio exterior y los productos madrileños interesan, especialmente en China y Europa, pero también en otros mercados como América Latina en menor grado o los Estados Unidos. Lo importante es que la región no se pare en ningún momento, aunque la crisis nos haya dejado el motor *al ralenti* e incluso parado en muchas empresas. Solo el dato de las exportaciones nos hacía hasta ahora agarrarnos al clavo ardiendo del futuro inmediato, porque sorteando esa crisis económica las empresas madrileñas han dado un impulso a las exportaciones para seguir liderando el crecimiento español.

Publicamos en Madridiario citando fuentes de la Consejería de Economía y

Hacienda que el comercio exterior madrileño no deja de crecer desde 2007 y con buenas expectativas. Además, según los datos del Instituto de Comercio Exterior (ICEX), *Madrid lidera las exportaciones de alta tecnología en España desde que en 2012 exportara ya bienes por valor de 3.088 millones de euros*. Esta cantidad representa actualmente un 24,6 por ciento del total de las exportaciones. Los datos estadísticos parecen invitar a ser moderadamente optimistas de cara al futuro. La Comunidad de Madrid cerró 2013 con un 1,01 por ciento de déficit respecto al PIB, lo que, según el consejero de Economía y Hacienda, “*sienta las bases para que Madrid cumpla también con el objetivo del 1 por ciento que tendrán que cumplir todas las comunidades este año*”.

¿Dónde debe residir el atractivo de nuestra comunidad autónoma, de nuestro ‘Made in Madrid’ sin complejos? En la potenciación de nuestros valores naturales, turísticos, culturales y de entretenimiento, sin olvidar el industrial y tecnológico. Todo ello avalado por un atractivo marco financiero que garantice un potencial de crecimiento de futuro para personas y negocios y de producción de bienes y servicios de calidad. Introduzcamos los ingredientes en una hipotética coctelera añadiendo, antes de cerrarla para ser debidamente agitada, *el imprescindible valor social*. Madrid no puede ni debe descuidar un ápice —lo abordamos también en el presente volumen— el bienestar social de todos sus ciudadanos, por lo que el gobierno de turno ha de esmerarse en la efectividad y diseño de una estructura que garantice la igualdad de todos.

No es una utopía: son recomendaciones, casi parvularias algunas, pero decisivas para encarar el presente y el futuro de un Madrid que necesita dinamizarse en un ambiente favorable para desarrollar negocios, con economía de poco riesgo e infraestructuras eficientes, creando un escenario próspero y tan atractivo que invite a las empresas no solo a no abandonar la comunidad, sino a ampliar su presencia activa y de inversión en ella. La potencia de fuego de una comunidad como la nuestra es infinita si se sabe administrar de

manera conjunta y centrada en un objetivo común, más allá de buscar réditos político-partidistas. Por ello Madridiario está ya articulando —dentro de este Foro Madrid Debate— el siguiente escalón, un necesario encuentro de todos los sectores que en Madrid tengan algo que aportar sobre el sector del *turismo, pieza clave en el puzle de nuestro PIB* si queremos que en los próximos años el resto de autonomías “*no nos coman la tostada*”, que en ello andan, como es natural. Administraciones, empresarios, agentes sociales... debemos remar en la misma dirección a riesgo de matar otra gallina de huevos de oro, cada vez menos dorados por cierto. Y hacerlo además traspasando nuestras fronteras, consolidando marca exterior “*sin complejos*” como *‘Madrid made in NY’, Tokio o Berlín...*

La potencia de fuego
de una comunidad
como la nuestra es
infinita si se sabe
administrar de manera
conjunta y centrada
en un objetivo común

El Foro Madrid Debate articula así nuestra propuesta 2014, que pasa por que potenciemos sin complejos la marca ‘made in Madrid’ bajo el paraguas del “*made in Spain*” pero con identidad propia. Y que nadie vea en esta afirmación un canto al “cateto nacionalismo de trincheira”, sino una invitación a complementar esfuerzos para alcanzar objetivos comunes en la estrategia de futuro. Concluyamos que, en un mundo global como el que nos toca vivir, *una buena imagen de Madrid es un activo que sirve para respaldar la posición económica, cultural, social, científica, tecnológica, turística..., y ese sello de excelencia solo lo aporta un ‘made in Madrid’ activado sin complejos pero ejecutado con eficacia y responsabilidad*.

PEDRO MONTOLIÚ - Director de Madridiario



Las razones de un liderazgo

Hace tres años, **Madriddiario** creó el Foro Madrid Debate con objeto de abrir un espacio de análisis que permitiera conocer mejor en qué estado se encuentra la Comunidad de Madrid. Primero se publicó *Madrid Siglo XXI*, en el que repasamos las principales noticias acontecidas en la región entre el año 2000, cuando apareció el primer número de este periódico digital, y el año 2012. Permitted situarnos en el contexto de la actualidad política, económica y social. Al año siguiente, publicamos el libro *Reinventar tu ciudad*, en el que realizamos una radiografía de Madrid y profundizamos en el presente y el futuro de las comarcas y de las veinte ciudades con más de 50.000 habitantes. Tras este acercamiento a los pueblos y ciudades

de la Comunidad, toca ahora pasar revista a los sectores productivos sobre los que se asienta nuestra economía.

Made in Madrid. Industria/Servicios/Innovación es la primera parte de este análisis, pues dedica reportajes periodísticos a sectores como la agricultura, avicultura y ganadería; a las industrias alimentaria, de automoción, química, farmacéutica y artes gráficas, así como a los servicios de educación, transporte, almacenamiento y logística, comercio al por mayor y por menor, administración pública, residencias y servicios sociales, seguros, publicidad, captación, distribución y tratamiento de agua, actividades financieras, jurídicas y de contabilidad, transporte aéreo, terrestre y marítimo, actividades del juego y seguridad e investigación.

‘Made in Madrid. Industria/Servicios/Innovación’ pasa revista a los sectores productivos sobre los que se asienta nuestra economía

La lista no es exhaustiva, pues quedarán para el año próximo los informes sobre la minería; las industrias aeroespacial, textil, construcción, eléctrica y papelera, y los servicios relacionados con las actividades sanitarias, de hostelería, energía, medios de comunicación, correos, telecomunicaciones, actividades deportivas, empleo, arquitectura e ingeniería, alojamiento, recogida y tratamiento de residuos, actividades inmobiliarias y turismo, lo que nos permitirá completar el estudio.

También en este volumen se ha querido contar con la opinión de los expertos. Este tercer libro sigue la estela de los anteriores, aunque en esta ocasión se ha recabado la opinión de aún más políticos, directivos y expertos con el fin de aportar más matices y visiones diferenciadas sobre los sectores tratados. *Made in Madrid. Industria/Servicios/Innovación* ha logrado contar con la colaboración de hasta 80 responsables políticos y empresariales que dan su opinión sobre los 18 sectores estudiados. El volumen se completa con reportajes sobre algunas de las empresas e instituciones punteras en sus campos, con el fin de tener algunos ejemplos concretos de la marcha de la industria y los servicios de Madrid.

Buenos datos

Y el balance es francamente satisfactorio. Los buenos resultados económicos del Canal de Isabel II; el hecho de que la Comunidad de Madrid es, probablemente, la región mejor conectada de toda Europa, en materia de transporte de viajeros; la constatación de que aquí se encuentra la mayor concentración de infraestructuras logísticas y de transportes del país o la comprobación de que la red de servicios sociales cuenta aún, a pesar de la crisis, con más de 500 centros, podrían ser algunos de los exponentes de la situación que vive Madrid. Lo mismo que conocer que es el epicentro de la publicidad y del marketing del país, la segunda comunidad autónoma en volumen del negocio de seguros o la tercera en fabricación de vehículos, por no hablar de los 180 millones que el juego deja en las arcas regionales.

Si a ello se le añade que la Comunidad es una de las que mayor nivel de seguridad ofrecen, concentra a más de un millón de alumnos en las enseñanzas del régimen general, es la sede de 300 sellos editoriales, ocupa la cuarta plaza financiera internacional, tras París, Londres y Nueva York, y alberga las sedes de las principales empresas químicas y farmacéuticas asentadas en España, y donde la innovación se ha puesto al servicio del campo para impulsar sus productos

con denominación de origen, podemos hablar de una región pujante.

Y todo ello sin olvidar el tradicional papel de Madrid como destino de compras o como sede administrativa, algo lógico en una Comunidad que cuenta con 33.500 establecimientos mayoristas y 55.500 minoristas y una legislación de libertad de horarios, donde trabajan más de 300.000 empleados en las administraciones central, regional y local. De todo ello se habla en *Made in Madrid. Industria/Servicios/Innovación*, en un intento de acercar la realidad madrileña a los lectores de este libro, muchos de los cuales descubrirán un Madrid desconocido.

La región es un potente motor económico gracias a su papel como foco industrial y de servicios

Porque Madrid es mucho más que las administraciones que en ella se asientan. La región es un potente motor económico gracias a su papel como foco industrial y de servicios, lo que, a pesar de la coyuntura económica, le ha permitido arrancar 2014 como líder en creación de empresas. Solo así se puede entender que hace unos meses el Producto Interior Bruto de Madrid lograra superar al de Cataluña.

Y todo ello desde las numerosas empresas que se distribuyen por la geografía madrileña. Unas empresas, pymes y a multinacionales, que en estos últimos años han visto como sus sectores eran golpeados por la crisis y que, salvo excepciones concretas, han visto reducida su cifra de negocio. Son todas estas empresas las auténticas protagonistas de este libro. Por ello, a la hora de redactar los informes sectoriales, junto a las grandes cifras, se ha buscado contar sus historias, sus luchas, sus preocupaciones. Porque, al fin y al cabo, son ellas las que sustentan la economía de esta Comunidad.

IGNACIO GONZÁLEZ - Presidente de la Comunidad de Madrid



El papel de la Comunidad de Madrid en el impulso de la industria, los servicios y la innovación

La economía madrileña es la más dinámica de España y no solo ha capeado el temporal mejor que otras regiones, sino que también se ha convertido en pieza clave para que nuestro país esté viendo la luz al final del túnel. Madrid representa hoy casi el 20 por ciento del PIB nacional frente al 18,4 de 2008, encadena tres trimestres seguidos de crecimiento y este año va crecer el doble que el conjunto de España. Esto ha sido posible gracias al esfuerzo de todos los madrileños, así como a las políticas liberalizadoras, la menor presión fiscal y la estabilidad presupuestaria impulsadas por la Comunidad de Madrid.

Nuestra región resulta un lugar atractivo para invertir y emprender

Nuestra región resulta un lugar atractivo para invertir y emprender, porque ofrece un marco legal y administrativo seguro, estable y con muchas menos trabas de las existentes en otros lugares. La prueba clara de ello es que en 2013 se crearon en Madrid casi una de cada cua-

tro empresas surgidas en España y que, en los nueve primeros meses, la región acumulaba ya más de 5.500 millones de euros de inversión extranjera, lo que supone el 53,2 por ciento del total nacional.

Gran parte de esta actividad empresarial se concentra en el sector servicios, que tuvo un Valor Añadido Bruto (VAB) de más de 152.300 millones de euros en 2013, con destacada presencia de actividades financieras, servicios a empresas, transporte y comercio. El elevado peso del sector terciario en Madrid, que supone el 82,5 por ciento del VAB regional frente al 72,1 por ciento del conjunto de España, es un elemento clave para entender la situación de nuestra economía.

Varias ramas terciarias registraron un fuerte desarrollo antes de que estallara la crisis y han presentado mayor resistencia a la pérdida de valor en los peores momentos, algo que ha sido fundamental para mantener la actividad económica y, sobre todo, para que la destrucción de puestos de trabajo no haya sido tan marcada como en otras regiones. Hoy, el sector servicios da trabajo a más de 2,2 millones de personas en la Comunidad de Madrid, lo que supone el 85,2 por

ciento del empleo total regional y el 17,6 por ciento del nacional en servicios, de acuerdo con la Encuesta de Población Activa (EPA).

Con estas cifras, resulta evidente que tenemos que hacer todo lo posible para proteger el sector y facilitar su desarrollo. Buen ejemplo de ello es la Ley de Dinamización de la Actividad Comercial, que, desde su entrada en vigor en julio de 2012, ha favorecido el surgimiento de nuevos establecimientos comerciales en Madrid y ha permitido la creación de casi 13.000 nuevos puestos de trabajo en un ámbito en el que, en el resto de España, se han destruido algo más de 12.000 empleos.

Al ser una región con una marcada terciarización, el resto de sectores tienen un peso menor en la economía madrileña, aunque no por ello les prestamos menos atención. La agricultura supone un 0,1 por ciento del VAB regional, mientras que la construcción alcanza el 7,4 por ciento y la industria, el 10 por ciento.

En el caso de esta última, vemos que su peso relativo es menor que en el conjunto de España, donde supone el 17,5 por ciento del VAB, pero que en 2013 superó los 18.400 millones de euros y, de esta forma, aportó el 11,3 por ciento del VAB industrial nacional.

El sector industrial madrileño presenta, además, cuatro notas positivas que no se pueden obviar. La primera es que, en el conjunto del año 2013, las entradas de pedidos en la industria madrileña crecieron un 3,6 por ciento respecto a 2012, mientras que en España experimentaron un descenso de un 2,7 por ciento. La segunda es que, desde el inicio de la crisis, el 58,4 por ciento de la inversión en industria que se realiza en nuestro país lo hace en Madrid. La tercera es que la tasa de paro de este sector en nuestra región se sitúa casi dos puntos por debajo de la del conjunto nacional, según la última EPA.

La cuarta nota positiva y quizá la más interesante es que la industria madrileña

se caracteriza por su alto valor añadido. Concentra casi el 25 por ciento de las principales empresas de alta tecnología y se ha consolidado como un referente nacional en industria aeroespacial, farmacéutica y de componentes electrónicos.

Nuestra región juega, de hecho, un papel destacado en los sectores de alta y media-alta tecnología con una cifra de negocio de más de 17.800 millones de euros en 2012. Estos sectores dan trabajo a 308.000 personas, una cifra que supone un 11,2 por ciento de total de ocupados de la región y coloca a Madrid a la cabeza de España, por encima de Cataluña y País Vasco.

Asimismo, Madrid es líder en I+D en alta tecnología, con un gasto interno de más de 1.300 millones de euros en 2012 (el 28 por ciento del total español) y con 14.000 personas ocupadas (24,7 por ciento del total).

Madrid concentra casi el 25% de las principales empresas de alta tecnología

Estamos convencidos de que la alta tecnología y la innovación son claves para el desarrollo futuro y, aparte de ofrecer un entorno atractivo para estas actividades, hemos hecho un gran esfuerzo en crear siete centros de investigación, los llamados Institutos Madrileños de Estudios Avanzados (IMDEA) de la Comunidad de Madrid, que ya son referencia en la investigación científica internacional.

Hay, en definitiva, datos que ponen de manifiesto que estamos consiguiendo crear un entorno adecuado para el desarrollo de la actividad empresarial y la I+D, eliminando trabas administrativas, reduciendo impuestos para que la gente pueda consumir, ahorrar o invertir y dando seguridad jurídica, tal y como apuntaba al principio. No les quepa ninguna duda de que vamos a seguir avanzando en esta línea.

CRISTINA CIFUENTES - Delegada del Gobierno en Madrid



El nuevo modelo de seguridad de Madrid

Uno de los principales objetivos de la Delegación del Gobierno en Madrid desde el año 2012 se ha centrado en el desarrollo de un nuevo modelo de seguridad de carácter integral, del que forman parte no solo operativos policiales, sino también programas de carácter participativo y educativo orientados a prevenir el delito.

Todo ello desde el convencimiento de que la seguridad no es un valor aislado, sino un elemento vital para reforzar la competitividad de Madrid como ámbito de inversión destino turístico, y para incrementar la calidad de vida de los madrileños.

La seguridad no es un valor aislado, sino un elemento vital para reforzar la competitividad de Madrid

Aunar seguridad, libertad y competitividad ha sido el elemento nuclear que, desde hace más de dos años, y de una manera sostenida, ha inspirado las iniciativas de la Delegación del Gobierno para reducir los índices de delincuencia en la Comunidad de Madrid, con resultados claramente positivos.

Así lo acreditan las estadísticas de criminalidad del Ministerio del Interior, que cerraron el año 2013 con un descenso de la delincuencia en el conjunto de la Comunidad de Madrid del 3,7 por ciento, lo que supone que se cometieron casi 15.000 delitos y faltas menos que en 2012. En el caso concreto de la capital de España, los datos fueron aún más positivos, con un descenso de las infracciones penales del 4,35 por ciento. Ello ha supuesto una notable mejora respecto a 2012. Esta positiva evolución de los datos de criminalidad es fruto del nuevo modelo de seguridad que la Delegación del Gobierno en Madrid viene impulsando, desde el convencimiento de que la actuación policial debe responder a criterios homogéneos y coherentes para alcanzar la máxima eficiencia.

Se trata de un modelo de seguridad que pasa por reforzar la cooperación con los ayuntamientos y la coordinación de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad; potenciar la policía de proximidad mediante la reorganización de efectivos; prestar especial atención a la delincuencia organizada y a las tipologías delictivas que se desarrollan en zonas concretas de la ciudad y que castigan a los sectores sociales y económicos más vulnerables; incrementar la lucha contra las formas de delincuencia vinculadas a las nuevas tecnologías; extender los programas preventivos

entre escolares y mayores para evitar que sean víctimas de delitos y, finalmente, impulsar la participación de los ciudadanos en materia de seguridad, para dar una respuesta más efectiva a sus necesidades.

De las seis líneas estratégicas del nuevo modelo de seguridad de Madrid, hay que hacer especial mención a las que tienen por objetivo potenciar la cooperación institucional e incrementar la participación de los ciudadanos en la lucha contra la delincuencia. Así, buscando la mayor cooperación entre las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad y la máxima eficiencia en la utilización de los recursos materiales y humanos, se ha potenciado la celebración de las juntas y consejos locales de seguridad en los distintos municipios de la Comunidad de Madrid (351 desde enero de 2012).

El segundo eje de actuación especialmente relevante es impulsar la participación de los ciudadanos en materia de seguridad, para dar una respuesta más efectiva a sus necesidades. Durante los dos últimos años las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado han realizado en la Comunidad de Madrid 13.787 actividades de participación ciudadana.

Como resultado del nuevo modelo de seguridad de Madrid, desde el año 2012 hasta finales de 2013 se desarticulaban por parte de Policía Nacional y Guardia Civil 456 grupos criminales, incluyendo bandas de butroneros y aluñeros, con 3.204 detenciones; se desmantelaron 62 organizaciones delictivas dedicadas específicamente al tráfico de seres humanos con fines de explotación sexual y se efectuaron 394 grandes operaciones antidroga. Además, se llevaron a cabo 162.878 actuaciones a través de la nueva Unidad de Prevención y Reacción del Cuerpo Nacional de Policía, y se prestó especial atención a zonas especialmente sensibles como la Cañada Real, Lavapiés o el polígono Marconi.

Tras el desarrollo de este conjunto de iniciativas en el ámbito social y policial, a finales de 2013, disminuyeron significa-

tivamente determinados delitos como los robos con fuerza (6 por ciento), robos con violencia (11,6 por ciento), delincuencia violenta (11 por ciento) y homicidios (22,9 por ciento). Todo ello configura un mapa de la delincuencia urbana menos activo y, sobre todo, menos violento. Por el contrario, destaca el incremento del 11 por ciento en los robos con fuerza en domicilios, para lo que se han puesto en marcha operativos especiales.

El año 2013 finalizó con un descenso de las infracciones penales en el conjunto de la Comunidad del 3,7 por ciento

La evolución global de las estadísticas de criminalidad en Madrid es positiva aunque, desde luego, en materia de seguridad ciudadana nunca hay motivos para sentirse plenamente satisfechos, puesto que siempre debemos mantener el objetivo de alcanzar el *delito cero*. Y debemos hacerlo así, porque somos conscientes de que la seguridad es un activo de extraordinario valor para Madrid, que incide directamente sobre la economía, el empleo, la participación y, en definitiva, la calidad de vida de los ciudadanos.

La seguridad, sin duda, es mucho más que un dato, una estadística, o un elemento objetivo. Es una sensación subjetiva que nos permite pasear por nuestras calles en paz, disfrutar de la ciudad sin miedo o acometer una empresa sin tener que afrontar riesgos innecesarios.

Todo eso, y mucho más, es la seguridad por la que trabajan cada día tanto la Policía Nacional como la Guardia Civil y las policías locales, siempre merecedoras, por su permanente vocación de servicio, del reconocimiento de toda la sociedad.

ANA BOTELLA - Alcaldesa de Madrid



Industria, servicios e innovación: Madrid, capital global

Madrid es, junto a Berlín, la capital europea que ha experimentado una mayor transformación física, económica y social en la última década. Una ciudad que se ha preparado para afrontar el desafío de la globalización, la base sobre la que hoy se sustentan las economías mundiales, y también para cumplir con el papel protagonista que las grandes urbes están llamadas a desempeñar en este siglo. Ciudades en continua interrelación, pero también en competencia permanente: están en disputa el talento, la inversión y los recursos, que crean riqueza y mejoran la calidad de vida de los ciudadanos.

En este escenario, Madrid es, y seguirá siendo una vez superada la actual crisis, una de las 25 principales ciudades europeas con mayor crecimiento económico, entre las que ocupa el cuarto lugar después de Londres, París y Berlín, y la tercera más valorada por su competitividad económica. Su posición de salida hacia ese futuro inmediato no admite dudas: con apenas el 7 por ciento de la población nacional, aporta el 12 por ciento de la riqueza de España, y tiene un PIB per cápita que supera al resto del país en un 74 por ciento y a la Europa de los 28 en un 70 por ciento.

En el reciente estudio *Estructura Económica de la Ciudad de Madrid* la capital se muestra en muy buenas condiciones de aprovechar el cambio de tendencia que empieza a experimentar nuestra economía. Sus importantes dotaciones de infraestructuras de transportes,

sanitarias, educativas y de ocio, así como su valiosísimo patrimonio cultural, histórico y medioambiental se integran en perfecta armonía con la alta capacidad tecnológica, de investigación y desarrollo que se refleja en las diferentes estructuras productivas.

A esta pujanza contribuyen las políticas del gobierno municipal para crear un entorno de seguridad, movilidad, con servicios básicos de calidad, de sostenibilidad medioambiental y cohesión social proclive al desarrollo económico. Un ecosistema para el crecimiento basado en la libertad, donde se eliminan barreras burocráticas y fiscales —Madrid es la región con los impuestos más bajos, según un informe del Colegio de Economistas—, se bonifica la creación de empresas y de empleo y se promueve la colaboración público-privada.

Sabemos que en este medio dinámico, la inteligencia es el factor de producción decisivo. Y Madrid puede presumir de capital del conocimiento y por tanto de la innovación. Algunos datos me permiten ilustrar esta dimensión. La ciudad y su entorno más próximo es la sede de diecisiete universidades nacionales y nueve extranjeras, más de una veintena de escuelas de negocio —entre ellas, cuatro de las más importantes del mundo— y de más de una treintena de centros de investigación, entre los que destaca el prestigioso Centro Superior de Investigaciones Científicas.

Además, de los 35 hospitales existentes en la región, 22 están en nuestra ciu-

La capital se muestra en muy buenas condiciones de aprovechar el cambio de tendencia que empieza en nuestra economía

dad y son responsables del 88 por ciento de la producción científica que generan estas instalaciones. Y tenemos la satisfacción de que en la capital se reúne el 56 por ciento de las empresas innovadoras de la Comunidad.

Este balance positivo es el resultado indudable de la apuesta de la ciudad por fomentar la pasión creativa de los emprendedores junto al avance de la ciencia y la tecnología. Por eso, Madrid es el territorio de España donde más se invierte en investigación y desarrollo, superando el 2,7 por ciento del PIB de la ciudad. Unas cifras con las que no nos podemos conformar, pero que han permitido, aun en la compleja situación económica actual, la creación de más de 11.000 nuevas empresas durante 2013, un 7,4 por ciento más que el ejercicio anterior.

Sin duda, Madrid es la ciudad de Europa que más posiciones ha escalado en los últimos dos decenios, aumentando su especialización en la economía de servicios y de forma destacada su peso en la implantación de sedes sociales de empresas y en la atracción de filiales de multinacionales. La capital es sede de ocho de las diez mayores compañías del país, del 18 por ciento de las 5.000 mayores y de un 25 por ciento de las multinacionales. Esto ha obligado a reforzar los servicios avanzados que demandan —I+D, servicios informáticos y asesoramiento técnico—, un sector clave en la nueva geografía de las ciudades globales.

Por todo ello, la estructura productiva de Madrid se ha volcado en el sector terciario: los servicios, intensivos en conocimiento y capital humano, representan casi el 86 por ciento de la actividad total, destacando los dirigidos a empresas, telecomunicaciones, banca o cultura.

En contrapartida, el peso de la industria se ha reducido en los últimos años. Y aunque supone menos del 8 por ciento de la actividad, su evolución en términos absolutos es positiva, de modo que su impacto sobre el PIB se ha incrementado en los últimos años. Esto demuestra que Madrid mantiene su vocación de ciudad industrial de primer nivel.

Esto es importante porque en un contexto como el actual, en el que las economías europeas se estancan, la industria será uno de los motores de la recuperación. Y en este escenario, Madrid cuenta con una posición de salida privilegiada al apostar por sectores *de futuro*, esto es, aquellos con mayor capacidad de tracción sobre la industria en general, mayor potencial de crecimiento y que se orientan al mercado internacional. Me refiero, por ejemplo, al sector del automóvil, de gran relevancia en nuestra ciudad, líder a nivel nacional en matriculación de vehículos.

Otro ejemplo de sectores líderes en la capital y con mayor perspectiva de futuro son las tecnologías de la información y la comunicación. La región madrileña concentra el 25 por ciento de las sedes de las empresas TIC españolas, lo que supone más de 12.000 compañías.

Este potencial es evidente en los siete viveros empresariales de nuestra ciudad, con más de 400 empresas y mil trabajadores, que garantizan a las empresas recién creadas un entorno de estabilidad y protección para su desarrollo independiente.

Gracias a este esfuerzo, Madrid mantiene su capacidad para atraer inversiones incluso en momentos de dificultad económica. Así, PSA Peugeot fabricará su nuevo modelo en la planta de Villaverde; Iveco acometerá un ambicioso programa de inversiones de más de 500 millones de euros y 3M creó el año pasado un centro de innovación en el que ha invertido 6 millones de euros. Todas estas multinacionales eligieron Madrid por la elevada competitividad de sus centros de producción. Por eso, Madrid y su entorno concentran más del 50 por ciento de la inversión extranjera en España.

Por último, citaré otros proyectos de gran calado como la remodelación del complejo de Canalejas, la construcción de cuatro hoteles en el entorno de Plaza de España o la tienda de Apple en la Puerta del Sol, que reflejan el dinamismo económico de nuestra ciudad, puerta a Europa, África e Iberoamérica, que sigue, derribando barreras y tendiendo puentes, la hoja de ruta de una capital global.

Madrid mantiene su capacidad para atraer inversiones incluso en los momentos de dificultad económica

ARTURO FERNÁNDEZ - Presidente de CEIM y de la Cámara de Comercio



El necesario reequilibrio de la economía de Madrid

La crisis que ha afectado a España lo sigue haciendo a pesar de que comenzamos a salir de ella. Está siendo una dura prueba para los ciudadanos, los gobiernos y, muy especialmente, para los empresarios, que han visto como sus mercados se contraían y la financiación se ha visto restringida severamente, haciendo desaparecer a muchas empresas.

También la Comunidad de Madrid ha sufrido los embates de la crisis, a pesar de que los ha soportado mejor que otras de similares condiciones. Toda crisis conlleva desequilibrios en las estructuras productivas, de innovación y de servicios, que es preciso recuperar cuanto antes si queremos que Madrid vuelva a ser una de las regiones más importantes del mundo en generación de riqueza, empleo y calidad de vida.

Madrid tiene más especialización en productos y servicios de alto nivel tecnológico que otras regiones, lo que le reporta una ventaja competitiva

Un objetivo tan ambicioso requiere políticas que restauren el tejido industrial perdido en los últimos años y que la industria recupere la importancia que ha tenido en el VAB regional. Y lo anterior porque la industria precisa de personal y servicios

cualificados, mantiene el empleo más estable en el largo plazo, conforma la parte más importante de las exportaciones y tiene una alta demanda de I+D (más del 80 por ciento de la I+D es industrial).

El sector industrial en Madrid ha pasado de representar en el VAB regional el 18,1 por ciento en 2000, el 16,3 por ciento en 2005 y apenas representó el 10,7 por ciento en 2012, si bien, a diferencia de otras comunidades, Madrid tiene una mayor especialización en productos y servicios de alto nivel tecnológico, lo que le reporta una importante ventaja competitiva.

En 2012, la UE-27 tenía un VAB industrial (en el conjunto de la economía mundial) del 20,8 por ciento, cayendo desde el 25,7 por ciento en 2000, al contrario que los países emergentes, que pasaron del 9,6 por ciento en 2000 al 27,5 por ciento en 2012. Lo mismo ocurre con otros países industrializados, como Estados Unidos, Canadá, Corea del Sur o Suiza, que cayeron hasta el 41,7 por ciento en 2012 desde un altísimo 58,8 por ciento en 2000.

De ahí el enorme empeño de la Unión Europea por su reindustrialización, que aspira a que en 2020 la industria represente el 20 por ciento de su VAB frente al 15,5 por ciento actual, y muy especialmente en aquellas áreas que aportan mayor valor añadido a sus productos y servicios.

Este empeño por la reindustrialización se refleja no solo en la implementación de políticas industriales fuertes y coherentes con los objetivos fijados, sino en la nueva orientación que la Comisión Europea ha

dado al Programa de I+D+i Horizonte 2020, con una clara vocación de acercar la investigación al mercado a través de las empresas, especialmente de las pymes, y al que ha dotado en el nuevo Marco Financiero Plurianual 2014-2020 con un presupuesto de más de 79.000 millones.

La reindustrialización pasa, por un lado, por la mejora de la competitividad de los sectores mal llamados (en mi opinión) maduros, intensificando su innovación tecnológica, la transferencia de tecnología y una mayor y mejor cooperación con las universidades y centros de investigación de forma que se incremente su competitividad a través de la innovación.

Por otro lado, este proceso de recuperación industrial exige, muy especialmente, fomentar el crecimiento de sectores emergentes y tecnológicamente muy avanzados, entre otros la nanotecnología, biotecnología y ciencias de la vida, electrónica, comunicaciones y cibernética, apoyados en lo que se ha venido en llamar “industria de la ciencia”.

Madrid no puede perder esta senda fijada por Europa: reindustrializar su economía y dotarla de los necesarios recursos en I+D e innovación. La Estrategia RIS3 de la Comunidad de Madrid está orientada a utilizar de la forma más eficiente los recursos disponibles para I+D, difíciles de alcanzar dada la fortísima competencia que existe por obtenerlos. Esto representa un enorme reto para las empresas madrileñas, que para alcanzarlo tienen a su disposición programas como Enterprise Europe Network, en el que participa CEIM.

En la inversión en I+D sobre PIB Madrid no puede perder más posiciones en el *ranking* español y europeo. Ha pasado de ocupar la primera posición en 2007 en inversión en I+D/PIB con el 2,01 por ciento, superior a la media europea, a ocupar la tercera posición. En 2012 Madrid ocupaba la tercera posición, con una inversión del 1,99 por ciento del PIB, Navarra ocupaba la segunda con el 2,01 por ciento y el País Vasco estaba primero, con 2,05 por ciento del PIB, posiciones inversas a las registradas en 2007.

Madrid está muy bien equipada como para volver a ocupar la primera posición en

España y una de las primeras en Europa, tanto por sus industrias avanzadas como por las estructuras de soporte tecnológico y de coordinación entre el mundo académico y el empresarial. La red de parques científicos y tecnológicos, el sistema *madri+d* y el apoyo de las organizaciones empresariales son esenciales para configurar una región competitiva.

Los servicios representan una gran parte de la riqueza generada en Madrid, en torno al 80 por ciento, tanto por ser una economía altamente terciarizada como por su propia esencia de capital política, económica y financiera del Estado. También en los servicios será necesaria la reestructuración, innovando en aquellos que aportan más valor y generan más empleo.

Es necesario reestructurar la economía madrileña y hacer de Madrid lo que siempre ha sido: la locomotora de la economía española

Estos servicios de alto valor añadido se centran en servicios empresariales, como son la consultoría y las ingenierías. Los servicios financieros y los culturales representan, asimismo, una importante demanda de innovación no solo tecnológica (imprescindible para desarrollar sus actividades a nivel global) sino la innovación en mercados, en marketing y organizativa.

Es necesario, en esencia, aprovechar la crisis para reestructurar la economía madrileña y hacer de Madrid lo que siempre ha sido: la locomotora de la economía española, para lo que es necesario pensar, tomar las decisiones adecuadas y establecer un pacto a nivel regional alineado a largo plazo con estos propósitos.

El Gobierno de la Comunidad de Madrid está, sin duda alguna, capacitado para ello y contará siempre con el apoyo de CEIM y los empresarios madrileños.

JOSÉ RICARDO MARTÍNEZ - Secretario general de UGT Madrid



I+D+i para ganar el futuro

Desde UGT estamos profundamente convencidos de que solo en el marco de una estrategia consensuada entre gobiernos, partidos políticos y agentes sociales podrá diseñarse una salida viable a la crisis.

Hacemos referencia a la política industrial, el apoyo a los sectores productivos, a las pymes y autónomos, al impulso de la economía social como motor de crecimiento solidario entre ellas, aquellas relacionadas con el impulso al I+D+i, ya que la ciencia y la tecnología constituyen un elemento básico del necesario cambio del modelo productivo del que depende el desarrollo futuro de nuestro país.

El sindicato siempre ha defendido el impulso de las políticas de I+D+i, entendiendo este gasto como una inversión a medio y largo plazo, tal como ocurre con la educación en su conjunto.

Por eso consideramos que hay que abandonar el austericidio practicado por el Gobierno y volver a la inversión necesaria en educación y en I+D+i, que se convierte en imprescindible para apoyar a los sectores más pujantes, a las pymes y los autónomos; en definitiva, a la creación de empleo.

En nuestra comunidad autónoma, lejos de recortar la inversión en I+D+i, se debería volver cuanto antes a la apuesta por la recuperación de las líneas de investigación abandonadas por falta de presupuesto.

También hay que potenciar la investigación, desarrollo e innovación para retener el talento de nuestros investigadores y mantener la coherencia en sus trabajos

mediante una financiación suficiente que permita el desarrollo de las líneas investigadoras.

Asimismo, debemos recuperar nuestra participación en los programas de investigación europeos en los mismos porcentajes de antes de la crisis y dotar de los recursos financieros necesarios al conjunto de universidades públicas de cara a retomar las líneas de investigación y la divulgación científica.

Se trata de aprovechar la provocada inevitabilidad de la crisis en que estamos sumidos para buscar un modelo productivo de vanguardia, tecnológicamente eficiente, respetuoso con el medio ambiente y que genere puestos de trabajo de calidad, con alto valor añadido en los sectores productivos que surjan o se renueven conforme avancen los programas de I+D+i.

Por el contrario, las reducciones en las asignaciones presupuestarias en investigación y desarrollo condenan a las universidades y organismos públicos de investigación a una crisis de consecuencias potencialmente irreparables, al no poder retener el capital humano que hemos generado con enorme esfuerzo.

Todo ello con el objetivo de conseguir un crecimiento suficiente del PIB que genere un aumento neto del empleo y, por lo tanto, la reducción del desempleo.

Desde UGT reiteramos nuestro compromiso con la inversión en investigación y desarrollo porque estamos convencidos de que a través de ella nuestra sociedad puede encarar el futuro con posibilidades de éxito.

El sindicato siempre ha defendido el impulso de las políticas de I+D+i como una inversión a medio y largo plazo

JAIME CEDRÚN - Secretario general de CCOO de Madrid



Madrid tiene futuro

Madrid ha sido históricamente una de las locomotoras del crecimiento económico nacional. Sin embargo, en la última década, la región ha perdido ese liderazgo y las ventajas que tenía sobre el resto de comunidades autónomas se han ido reduciendo. Una de las razones ha sido el modelo de crecimiento que se ha impulsado en la última década desde los gobiernos, un modelo caracterizado por el crecimiento exponencial de actividades intensivas de mano de obra con bajo contenido tecnológico y de poco valor añadido.

Al mismo tiempo, se reducía el sector industrial, que se caracteriza por lo contrario. Su peso en el PIB regional no ha parado de descender, hasta el 9,2 por ciento actual. Esta desindustrialización de Madrid ha sido clave en el agravamiento de la crisis económica madrileña. Según datos de un estudio elaborado por CCOO de Madrid con datos de septiembre de 2013, se han cerrado 3.432 empresas y destruido 96.500 empleos.

Tampoco ha ayudado el sector servicios, donde el turismo ha sufrido una caída anual, entre agosto de 2012 y 2013, del 22 por ciento, mientras la media nacional aumentaba el 5,6 por ciento.

A su vez la inversión en I+D+i, fundamental para producir un cambio de modelo productivo, ha ido disminuyendo a pesar de su escasez en los presupuestos regionales. El mismo trato han sufrido las universidades, con efectos nefastos sobre

la formación y, sobre todo, en la investigación, que supone la cuarta parte de su presupuesto.

En 2010 se intentó reaccionar y Gobierno y agentes sociales en el Consejo de Madrid, con el consenso político en la Asamblea, suscribimos sendos acuerdos en materia de Industria e I+D+i a través de los Planes FICAM y PRIDI, ambos destinados a dinamizar la economía regional con el objetivo de cambiar el modelo productivo. Cuatro años después, se han convertido en otra gran decepción.

Responder a esta realidad solo es posible si se atacan los desequilibrios que la provocan. La Comunidad de Madrid necesita recuperar los consensos que dieron lugar al FICAM y al PRIDI, para buscar un futuro de reindustrialización y desarrollo tecnológico aprovechando las muchas potencialidades que tiene nuestra región: desarrollo de sectores industriales existentes, el sector de la logística, aprovechando las redes de transporte, recuperando la capacidad del aeropuerto, utilizando el potencial en I+D+i de nuestra universidad, OPI y promoviendo la del sector privado, potenciando los servicios de alto valor añadido y el turismo de negocios, de ocio y cultura, fortaleciendo este último sector y no comprimiéndolo entre otras cosas con el IVA cultural.

Madrid tiene futuro: solo falta voluntad política de los gobernantes para liderar un cambio que lo haga posible.

Madrid necesita recuperar consensos para buscar un futuro de reindustrialización y desarrollo tecnológico

sector primario



agricultura

ganadería





La ganadería bovina es la más numerosa de la región.

Una apuesta por la calidad

Los melones de Villaconejos, la carne de Guadarrama, las aceitunas de Campo Real, la uva que da el vino de la Denominación de Origen de Madrid o las fresas de Aranjuez. Los productos del campo madrileño gozan de buena imagen dentro y fuera de la Comunidad. Todos ellos dependen de una pequeña parte de la población madrileña, pues solo un 0,41 por ciento de los trabajadores se dedica al sector primario, que sustenta un 0,1 por ciento del PIB regional. Sin embargo, su importancia va más allá de los aspectos cuantitativos. “Tanto la agricultura como la ganadería se consideran sectores estraté-

gicos y prioritarios por muchas razones. Se producen alimentos de calidad, y contribuye a la conservación del medio ambiente y a fijar población en el medio rural”, asegura el subdirector de recursos agrarios de la Comunidad de Madrid, Jesús Carpintero.

Y es que desde los montes públicos de la sierra de Guadarrama donde pastan las vacas, a los campos de cereal de secano (cebada, alfalfa), que es el principal cultivo que se da en la región, el sector primario ocupa casi la mitad del territorio de la Comunidad de Madrid. Según los datos de 2011 del Instituto de Estadística de la Comunidad, hay cultivadas 220.000

Madrid es una comunidad eminentemente urbana y basada en el sector servicios, en la que la agricultura y la ganadería representan solo un 0,1 por ciento del PIB. No obstante, la importancia del sector primario contrasta con este dato, ya que utiliza casi la mitad del territorio de la Comunidad, es fundamental para el mantenimiento del mundo rural y produce alimentos de reconocida calidad.

hectáreas, 199.000 de ellas de secano. El cultivo principal es el cereal de grano, con 71.415 hectáreas, pero también hay 25.000 hectáreas de olivar y 12.000 de viñedo. La superficie destinada a prados y pastizales es de 142.000 hectáreas. Con respecto a la ganadería, en 2010 había 107.000 cabezas de bovino, 92.000 de ovino, 17.000 de caprino y 18.000 de porcino.

En total, en Madrid existen 8.284 explotaciones agrarias y más de 4.600 ganaderas, cuya producción asciende a 410 millones de euros, según los datos de la Comunidad. En cuanto al empleo, el sector primario daba trabajo en el tercer

trimestre de 2013 a 10.800 madrileños, a los que hay que sumar los de la industria agroalimentaria, que genera unos 20.000 empleos.

La Comunidad ha destacado el aumento del empleo en el sector primario en el año 2013. En los dos primeros trimestres del año el empleo creció un 70 por ciento en el sector, mientras que en el conjunto del país bajó un 10 por ciento. La recuperación en los últimos años del empleo en la agricultura y la ganadería no ha logrado, sin embargo, paliar la caída que se produjo coincidiendo con la crisis. Así, mientras que a principios de 2008 había hasta 21.700 personas trabajando en la agricultura y la ganadería, la cifra llegó a caer hasta los 4.800 dos años después, para, a finales de 2013, superar los 10.000.

La pérdida de peso del sector agrícola no hay que atribuirle en exclusiva a la crisis, pues ya se inició en los años ochenta, con una economía regional cada vez más orientada al sector servicios. En 1989 había el triple de explotaciones que en 2009. “En Madrid, igual que en el resto de España, con el *boom* inmobiliario el número de explotaciones agrícolas y ganaderas fue disminuyendo, pero en estos momentos se está generando empleo en el sector. Además es un área mucho más profesional, que está produciendo sobre todo productos de calidad”, resume Jesús Carpintero.

No obstante, pese a que la EPA muestra una importante mejoría del empleo, desde la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) advierten que aunque “el campo siempre ha sido un sector refugio y ahora es una alternativa para muchas familias” se están perdiendo profesionales cotizantes en el régimen agrario.

Nombres propios

Pero más allá de los números, el sector en Madrid cuenta con productos reconocidos y con figuras de calidad diferenciada. Son el Aceite de Madrid, las Aceitunas de Campo Real, la Carne de la Sierra de Guadarrama y los Vinos de Madrid.

De ellas, dos son denominaciones de origen. Aparte de Vinos de Madrid, creada en 1990 y que cada día es más reconocida, está la de Aceite de Madrid. De hecho, la aceituna es uno de los principales cultivos de la Comunidad, con 25.000 hectáreas, de las que 2.357 son de producción ecológica, repartidas por las comarcas de La Campiña, Suroccidental y Las Vegas. De ellas se extraen 16.000 toneladas de aceituna, que posteriormen-



Melones de Villacañeros.

El sector primario da trabajo a 10.800 madrileños, a los que hay que sumar otros 20.000 de la industria agroalimentaria

te se elaboran en 20 almazaras. En concreto, la denominación de origen ampara el aceite de oliva virgen extra obtenido por procedimientos mecánicos de las variedades de aceituna mayoritarias cornicabra y manzanilla, y de las variedades de aceituna minoritarias verdeja, carrasqueña, picual y gordal, procedentes todas ellas de 97 municipios de la Comunidad. La aceituna protegida por este distintivo solo puede ser recolectada al vuelo y no del suelo y debe ser transformada y envasada en estos mismos municipios, hasta obtener un aceite de oliva virgen extra con una acidez máxima de 0,5 grados de ácido oleico.

Mención aparte merecen las olivas de mesa que tienen la denominación de calidad de Aceituna de Campo Real. Estas son de las variedades cacereña o Campo Real y manzanilla, pero lo verdaderamente protegido es su aliño, elaborado con ajo, tomillo, hinojo y orégano. “La



Viña madrileña.

abundancia de estas plantas aromáticas hizo que desde la más remota antigüedad, sus habitantes las utilizaran en el aderezo de sus aceitunas y que, después, en base a su popularidad, fama y buen gusto, sus aderezos hayan sido imitados por otros pueblos y regiones”, explica Javier Guerra, presidente del órgano rector de la denominación. Fue a partir de los años 40 cuando creció de forma importante su comercio, con las mejoras en el transporte, y en 1995 se creó la denominación de calidad. En 2013, se comercializaron 1,6



Centro envasador de huevos.



Un vinicultor echa las uvas en la presa.

millones de kilos, con un valor de 4,8 millones de euros.

Se trata de un cultivo muy ligado a algunas familias del municipio, que han mantenido la tradición de generación en generación, y que ha llevado el nombre del municipio incluso fuera de la región. “Si por algo es visitado Campo Real es por sus productos típicos, entre los cuales la aceituna posiblemente sea el más demandado, aunque también disponemos de otros productos de reconocido prestigio, como el aceite y el queso. El sector elaborador de aceituna de mesa es una fuente muy importante en la creación de empleo en el municipio, no solo directo, sino también indirecto, ya que muchos almacenistas compran el producto a los aderezadores y posteriormente lo venden en Madrid y alrededores, siendo la fuente de ingreso de numerosas familias de Campo Real”, expone Guerra.

Otro municipio que debe gran parte de su economía a la agricultura es Villacañete, famoso por sus melones. La concejala de Agricultura, Natalia Pérez de Blas, afirma que alrededor de un 60 por ciento de las familias participa en la producción, embalaje y transporte de este producto, cuyo cultivo en Villacañete se remonta a tiempos remotos. Ya en el siglo XVI hay escritos en los que se recoge esta práctica. En la actualidad, se sigue planteando la creación de una denominación de calidad o geográfica para el melón de Villacañete, según comenta el presidente

de la asociación de agricultores del municipio, José Carlos Velasco, quien expresa las dificultades que atraviesa en la actualidad esta actividad. “Estamos en una mala época. En el último año los precios fueron muy bajos”, asegura.

Velasco apunta también que el secreto de la calidad de los melones de Villacañete está en que el suelo del municipio es rico en potasa, lo que lo hace más dulce. No obstante, los agricultores de este lugar se han caracterizado por viajar a tierras castellanas para poner en práctica su saber hacer. De ahí surge la Fiesta del Melón, que se celebra en octubre y que tiene su origen en la bienvenida que se les brindaba a estos emigrantes a su vuelta al municipio. Además, Villacañete ha dedicado a esta fruta un museo. La variedad más cultivada es la piel de sapo. También se utilizan la autóctona mochuelo y el melón negro, procedente de África y que dio fama al municipio.

Las fresas y espárragos de Aranjuez también gozan de nombre propio desde hace siglos. Al estar situada entre las vegas de los ríos Jarama y Tajo, la huerta de la localidad más meridional de Madrid siempre ha gozado de gran fama. El producto más conocido es la fresa. Se utiliza la especie *Fragaria vesca*, con un fruto pequeño y aromático. El transporte de la fresa y otros cultivos originó que la vía férrea entre Aranjuez y Madrid, la primera que se construyó en la región y la segunda en España, recibiera el nombre de Tren de la Fresa, que a día de

hoy sigue funcionando con fines turísticos y aún es tirado por máquinas a vapor. El otro producto conocido de la zona es el espárrago, llamado perico, cuyo cultivo se trajo de Holanda en el siglo XVIII.

Carne de prestigio

En la parte de la ganadería, el sector más importante es el vacuno, dentro del que destaca la Indicación Geográfica Protegida de Carne de la Sierra de Guadarrama. Su producción es pequeña, pero es una carne de reconocido prestigio. Se comercializan alrededor de 1.500 toneladas de carne al año. Las reses se crían en la Sierra de Guadarrama, donde pastan en montes públicos y comunales, y en la época de cebo comen leguminosas. Las claves de su calidad son las razas que utiliza (avileño, charolais y limousine), la edad de sacrificio y el sistema de crianza tradicional. En la actualidad, pese al descenso de ventas de entre el 30 y 40 por ciento debido a la crisis, siguen comercializando toda la producción al extender los puntos de venta autorizados de 100 a 150, según explica Lorenzo Villas, secretario de la Indicación Geográfica Protegida.

La calidad es la característica que guía tanto a las carnes de esta indicación geográfica protegida como a algunas nuevas apuestas, que, aunque fuera de esta asociación, trabajan por distinguirse. Es el caso de Carnes Jiménez Barbero, uno de los actuales exponentes en el sector, con 2.000 cabezas y 70 empleados. Uno de los

tres hermanos dueños de esta explotación situada en Santa María de la Alameda, Álvaro Jiménez, explica que el secreto de su éxito está en “innovar y marcar la diferencia”. Su apuesta es una organización horizontal, que no solo produce la carne, sino que también la distribuye y vende en sus propias tiendas. Y todo ello “con mucho cariño y pasión”, apostando por las “cosas sencillas y simples”, así como por la calidad y el producto responsable. Además, esta compañía ha abierto su proceso productivo a las visitas del público. En opinión de Jiménez, el sector de la ganadería “está por explotar, sobre todo en Madrid”, y aconseja hacer cosas diferentes y no “buscar siempre la rentabilidad a corto plazo”. En este momento, “los consumidores comienzan a interesarse por los productos locales y esto es una oportunidad para valorizar el sector”, apunta.

La producción de carne de la Sierra de Guadarrama es pequeña, pero de reconocido prestigio

Mención aparte merece también el sector de la producción de huevos, que en los años 2011 y 2012 tuvo que remodelar sus instalaciones y adaptarse a la nueva normativa europea de bienestar animal. Con 1.548.000 gallinas ponedoras, en Madrid se produce el 3,1 por ciento del total nacional. Huevos Pitas, situada en Tiernes, es la principal empresa en la Comunidad. “Hemos tenido que realizar importantes obras de adaptación en las granjas. Esto ha provocado ciertos desequilibrios y ha aumentado los costes de producción del huevo aunque no se hayan podido trasladar al precio final del producto”, asegura su responsable de Marketing, Adolfo Rodríguez.

La presidenta de la Asociación de Productores de Huevos (Aseprhu), Mar Fernández, explica que esta normativa supuso, además de un aumento del coste de la producción, un incremento de la misma en toda Europa, ya que muchas explotaciones aprovecharon la necesidad de hacer obras para ampliar, lo que ha repercutido en una bajada del precio de los huevos. Además, la crisis ha reducido el consumo en el canal hostelería, aunque por suerte para el sector, “al ser la proteína



Aceites y vinos de Madrid.

Una huerta cada vez más ecológica

La huerta de Madrid también es muy rica. Pese a que en la década de los 2000 se produjo un descenso de la cantidad cultivada hasta quedarse en unas mil hectáreas, hoy en la región se producen buena parte de las hortalizas que los madrileños consumen en su día a día. Así, por ejemplo, un 81 por ciento de las acelgas o un 43 por ciento de los pepinos que ha comercializado Mercamadrid en 2013 se cultivaron en la región.

De hecho, en Fuenlabrada, entre el casco urbano, el parque de Loranca, la Universidad Rey Juan Carlos, la M-407 y un polígono industrial de Humanes todavía hay sitio para la huerta que lleva décadas suministrando acelgas a Madrid. Son unas 100 hectáreas en las que también crecen lombardas, repollos, apios, puerros o coliflores, pero el principal cultivo es la acelga que, según sus productores, es de gran calidad. “Es una acelga seleccionada durante décadas y al final tenemos un producto excelente. También influye el agua subterránea”, apunta Ángel González, presidente de la comunidad de regantes. Ahora el Ayuntamiento estudia distinguir a la acelga de Fuenlabrada con un sello de calidad, al menos a nivel municipal. Otro de los productos de la huerta madrileña son los tomates, como los de Villa del Prado, que disfruta del distintivo marca de garantía.

Con una producción limitada hasta el momento, pero en plena expansión, están los productos ecológicos de huerta. El mayor productor es la cooperativa Ecosecha, con seis socios y un trabajador, que cultiva 11 hectáreas, “la mitad de la superficie de huerta ecológica en Madrid”, asegura María Fernández, de Ecosecha. Sus tierras están en Rivas-Vaciamadrid y Chinchón, desde donde salen sus productos a distintos puntos de la Comunidad. Sus principales canales de distribución son las tiendas y los grupos de consumo. “Es un cultivo ecológico y de cercanía”, destaca. Fernández resalta el crecimiento del sector: “Cuando empezamos en 2001 éramos pocos, pero en dos o tres años están surgiendo muchas fincas más”.

Ivana Martínez, de GOAG también, hace referencia al gran potencial de este nicho. “Debería ser la apuesta. Los consumidores se están organizando y hay demanda”, indica. De hecho, la agricultura ecológica está creciendo de forma importante en el campo madrileño. Así, desde 2007 la superficie ha crecido un 54 por ciento y el número de explotaciones ha pasado de 76 a 254.

“Ahora se está demandado mucho el producto de proximidad y de calidad. Y dentro de la calidad, el producto ecológico. Son alimentos que se producen sin utilizar productos químicos y con técnicas respetuosas con el medio ambiente. El ciudadano se está interesando por este tipo de productos, al igual que por el bienestar animal”, indica el subdirector de recursos agrarios de la Comunidad de Madrid, Jesús Carpintero.



La tradicional Fiesta de la Trashumancia en Madrid.

El IMIDRA desarrolla numerosos proyectos de investigación

animal más asequible”, ha aumentado su consumo en el hogar, aunque no lo suficiente para compensar totalmente la caída.

En los huevos también hay una nueva demanda por parte de consumidores más preocupados por la ecología y las condiciones de vida de las gallinas, pero “ahora crece lentamente debido a la crisis, que ha frenado la demanda de esos productos alternativos”.

Investigación e innovación

El campo madrileño se sustenta en siglos y siglos de tradición, pero también

cuenta con la ayuda de investigaciones punteras. “El Instituto Madrileño de la Investigación y el Desarrollo Rural (IMIDRA) desarrolla, en sus fincas experimentales y centros de tecnificación, numerosos proyectos de investigación vinculados al sector primario de la Comunidad. Todos ellos tienen como objetivo prioritario contribuir a la transferencia del conocimiento, para potenciar la innovación y la mejora permanente de la competitividad de nuestra agricultura y ganadería, así como de la industria transformadora”, señala Cristina Álvarez, la directora de este centro público que abanderará la investigación agraria.

Entre los principales trabajos del IMIDRA se encuentran los relacionados con la viticultura y la enología; la olivicultura y elaiotecnia; la sostenibilidad de los cultivos, con iniciativas destinadas a la recuperación de variedades hortícolas y frutícolas tradicionales, y la protección y mejora genética de las razas autóctonas de ganado ovino, caprino y bovino. “Todos estos trabajos tienen como fin último contribuir a la mejora de la competitividad del sector primario madrileño a través de la calidad y sostenibilidad, tanto económica como ambiental, de sus explotaciones y productos”, explica Álvarez.

Los vinos de Madrid, reconocidos

Con 12.000 hectáreas cultivadas y 46 bodegas, la Denominación de Origen Vinos de Madrid, creada en 1990, se encuentra en un buen momento, sobre todo desde el punto de vista del reconocimiento. “La situación está en un momento de aumento cualitativo importantísimo, porque los Vinos de Madrid en los últimos tres o cuatro años ha mejorado su nombre y ahora se valoran mucho. Estamos muy ilusionados, pero esperamos que se aleje la crisis y poder despegar en el otro sentido, en el cuantitativo”, afirma el presidente su presidente, Juan Bautista Oruzco.

La situación ha cambiado mucho desde hace unas décadas, cuando tenían fama de “peleones”, en palabras de Oruzco. Pero el trabajo de los últimos años ha dado resultados. “Hemos cambiado las bodegas, el proceso, para hacer vinos de calidad. Y después las bodegas que se han ido incorporando ya estaban preparadas”, explica. En Madrid se elabora sobre todo vino tinto, para el que se usan principalmente las variedades garracha y tempranillo.

Ya no se cultivan decenas de miles de hectáreas, como en los años 70, sino unas 12.000, pero los caldos son mejor apreciados. En la última campaña, 2012-2013, se elaboraron unos 14.000.000 de litros de vino, de los que embotellaron con la contraetiqueta de la denominación de origen más de 3,6 millo-

nes, con un valor de 2,2 millones de euros. Por primera vez, se superó el millón de botellas vendidas en el extranjero.

“Se ha incrementado sobre todo la notoriedad que estamos empezando a tener por la calidad de nuestras elaboraciones. En cuanto al volumen comercializado, las cifras no son tan positivas, ya que venimos experimentando ligeras bajadas en los últimos años”, asegura en el mismo sentido Gregorio Martínez, director de Marketing y Exportación de Vinos Jeromín, uno de los buques insignia de vinos de Madrid. Esta bodega ubicada en Villarejo de Salvanés comercializa un 30 por ciento del total de la denominación.

Martínez señala como principales problemas del sector la “atomización” de las bodegas, que suelen ser pequeños negocios familiares o cooperativas, lo que dificulta la comunicación del producto, así como “la caída del consumo en las últimas décadas y la desafección de la juventud hacia el vino en general”.

Precisamente, en esta labor de promoción, la denominación de origen ha lanzado en 2014 seis rutas del vino para dar a conocer las tres subcomarcas en las que se divide el cultivo de la vid en Madrid con el fin de dinamizar el sector, también en lo relacionado con el turismo rural y la hostelería.

CRISTINA ÁLVAREZ - Gerente del Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (IMIDRA)

Investigación para el progreso



La innovación se ha revelado como una de las mejores herramientas para el progreso del sector agrario madrileño y su industria asociada. En un mundo global donde la competitividad solo deja lugar a los mejores, nuestro sector primario necesita alcanzar la excelencia a través de la calidad de sus productos y unos procesos respetuosos con el medio ambiente.

Puede que nuestro campo tenga una participación limitada en términos de PIB para el conjunto de la economía regional pero, en los últimos años, ha experimentado un crecimiento mayor que en otras comunidades autónomas, mantiene un fuerte potencial de creación de empleo y puede impulsar áreas con grandes posibilidades de desarrollo como, por ejemplo, la industria agroalimentaria y la gastronomía.

El Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (IMIDRA), dependiente de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio, se ha convertido en un organismo de investigación aplicada, asesoramiento y formación *a demanda* de los distintos sectores. Esto ha tenido como consecuencia una especialización en los proyectos agroalimentarios, en su mayoría dedicados a la enología y la viticultura; la olivicultura; la horticultura; los cereales de invierno y la ganadería. A estas áreas está dirigida más del 70 por ciento de la investigación que desarrolla en la actualidad el instituto.

La recuperación de casi 150 variedades tradicionales de productos de la huerta madrileña; la mejora de la calidad de la uva y los vinos, así como de la aceituna y los aceites de oliva virgen extra; la agricultura de conservación para combatir la erosión; el control biológico y ecológico de plagas; el ahorro hídrico; los cultivos ecológicos y en intensivo, así como el mantenimiento de razas ganaderas ovinas de la región son algunas de las líneas que sigue el Gobierno regional a través del IMIDRA para colaborar con el sector en la producción de alimentos de calidad.

La especialización ha permitido al instituto convertirse en referente nacional e internacional en distintas materias. Sus centros dedicados a la viticultura, el mayor de España y el segundo de Europa, y a la olivicultura, donde se ensayan fórmulas de cultivo con una veintena de variedades de olivo, son un buen ejemplo.

Pero la investigación aplicada de este instituto de la Comunidad de Madrid no termina con la transferencia de los resultados de estos proyectos a los sectores implicados, sino que los conecta, como hace con su trabajo de experimentación nutricional y calidad gastronómica con los principales chefs madrileños, o la apertura de canales comerciales para los productores. Se trata de poner a disposición del campo madrileño y su industria las herramientas necesarias para que lideren una transformación que les sitúe en las primeras posiciones de la producción alimentaria de calidad.

La especialización ha permitido al IMIDRA convertirse en referente nacional e internacional en distintas materias

JUAN BAUTISTA ORUSCO - Presidente del Consejo Regulador D. O. Vinos de Madrid



Madrid también es vino

Madrid es la única capital del mundo que da su nombre a una Denominación de Origen

Hay una tendencia natural en nuestros días a sumirnos en cifras y vocablos que hasta hace no mucho solo manejaban los expertos en economía. Nos evalúan y evaluamos constantemente porque tenemos que cumplir objetivos, cuantificar resultados y crear expectativas positivas de todo cuanto tocamos.

Los que saben de vino, de tierra, de cepas y de bodegas, en nuestro caso, saben de qué hablo. El viticultor trabaja la tierra y la cepa y espera paciente un año entero después de podas y cuidados, y encomiendas al tiempo adecuado, que esa planta le dé uvas, y que el que las recoge las trate con cariño para que lleguen a las mesas hechas un vino a la altura de las viandas con las que nos hará disfrutar de dos placeres tan sublimes como son comer y beber.

Podríamos decir que Vinos de Madrid nace como idea en los 80 y que, con un puñado de bodegas que comienzan una andadura que no saben dónde les llevará, llegan a 2014 oscilando en estos años entre los tres y cuatro millones de botellas en el mercado, y llevando más de uno a Estados Unidos, China, Alemania o Japón. Podríamos decir que eso hace que 2.800 viticultores no abandonen 8.000 hectáreas de viñedo que tenemos en la Comunidad de Madrid repartidas por todo el sur, desde San Martín de Valdeiglesias a Arganda del Rey, pasan-

do por Navalcarnero. Podríamos decir también que de 44 bodegas familiares, apostando por el medio ambiente y procurando que respiremos cuando nos acerquemos a esos municipios, 21 de ellas se han lanzado a dejarse visitar, preguntar, compartir, vender y maridar con los restaurantes de cada municipio y con los hoteleros que trabajan para acoger vino y visitante como binomio en sus vidas... y se han atrevido a llamarlo rutas del vino de Madrid.

Podríamos seguir dando cifras y decir que esperamos que este año sea mejor porque en eso andamos, en trabajar por y para Madrid, y en llevar el nombre de Madrid en una etiqueta de vino allá donde nos permitan explicar que es la única capital del mundo que le da su nombre a una Denominación de Origen y es a sus vinos...

Por eso apuestan las bodegas familiares de esta región, que se han creído el proyecto en el que se han metido, en defender las tierras que les han legado y de las que pretenden vivir y hacer vivir a sus generaciones venideras, en fijar población a nuestro campo, en crear empleo a través de un producto cercano, más cercano a la capital de lo que muchos piensan, y en hacer de un entorno agrario uno medioambientalmente amable y con buen sabor de boca.

Por eso brindamos por un futuro en el que Madrid también sea vino. ¡Salud!

LORENZO VILAS - Secretario del Consejo Regulador Carne de la Sierra de Guadarrama

La carne de vacuno en Madrid



El sector de la carne de vacuno en la Comunidad de Madrid es de una relevancia absoluta y tiene gran complejidad. Relevancia absoluta, porque aglutina a gran cantidad tanto de operadores como de productores de la industria cárnica de todo tipo, como mataderos, salas de despiece, almacenes mayoristas, cadenas de distribución, puntos de venta tradicionales, hipermercados, hostelería, etcétera; y porque no olvidemos que el consumo de carne de vacuno representa uno de los capítulos más importantes, si no el más importante, en la cesta de la compra de los madrileños. Y complejidad, por la distinta procedencia y las distintas formas de comercialización. Así, entre un 20 y un 30 por ciento de la carne que se consume en la Comunidad de Madrid procede de fuera de la propia región y se comercializa a través de salas de despiece y grandes mayoristas, principalmente Mercamadrid. El resto se sacrifica en mataderos de Madrid, pero también un porcentaje importante de estos animales viene de fuera de la Comunidad. De lo sacrificado en los mataderos madrileños, parte va directamente a la tienda tradicional y parte a las salas de despiece, y de estas a tiendas tradicionales, supermercados, hipermercados y hostelería.

Todo lo expuesto, unido a la gran cantidad de normativas que rigen el sec-

tor desde el productor hasta el punto de venta, nos da idea del nivel de complejidad del sector. En este contexto, la Indicación Geográfica Protegida Carne de la Sierra de Guadarrama es una pequeña parcela, pues la producción, en torno a las 2.000 toneladas anuales, supone alrededor de un 2 por ciento de la carne de vacuno que se consume en la Comunidad de Madrid. Sin embargo, se antoja muy importante en cuanto a su contribución al mantenimiento de la población rural en su zona de producción, y más aún en lo relacionado con el medio ambiente, pues el ganado extensivo contribuye muy positivamente al sostenimiento de las condiciones medioambientales, limpieza de montes, protección ante los incendios, traslado de semillas, etcétera. Por otra parte, también se puede asegurar que la Indicación Geográfica Protegida Carne de la Sierra de Guadarrama contribuye al mantenimiento de la cabaña de vacuno de carne en Madrid, e igualmente ofrece al consumidor madrileño un producto de una calidad garantizada.

No podemos acabar este artículo sin asegurar al consumidor que toda la carne que sale al mercado ha pasado todos los controles exigidos por la legislación vigente en todas sus fases del proceso y por tanto es un alimento sano, además de nutritivo, pues la carne aporta una gran cantidad de proteínas y vitaminas.

La Indicación Geográfica Protegida Carne de la Sierra de Guadarrama ofrece al consumidor madrileño un producto de calidad garantizada

sector secundario



industria química

ARTES

automoción

GRÁFICAS

industria farmacéutica

industria alimentaria





El gran mercado de Madrid

Treinta kilos de pan, diez docenas de huevos, 49 kilos de carne, 28 kilos de pescado, 79 litros de leche, 141 kilos de frutas y hortalizas, 11 litros de aceite, 10 kilos de platos preparados y 70 litros de vino, cerveza y otras bebidas refrescantes. Es la cesta de la compra básica de un madrileño a lo largo de un año, una lista cuyo valor llega a alcanzar los 1.476 euros per cápita y que, multiplicada por los cerca de seis millones y medio de habitantes de la comunidad, avanza una idea de la importancia del sector alimentario en la economía de la región.

Este amplio mercado, unido a su céntrica ubicación geográfica, sus infraestructuras y uno de los más potentes sectores hosteleros de España, ha convertido la Comunidad de Madrid en un objetivo prioritario para la industria alimentaria y en la sede central de algunas de las principales empresas españolas que sitúan aquí también sus unidades de I+D.

Desde el punto de vista económico, este sector integra al conjunto de empresas destinadas a la obtención de alimentos y bebidas para el consumo humano o animal, es decir, aquellas cuya actividad está comprendida en el grupo 10 y 11 de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas 2009. La Comunidad de Madrid participa, sobre el total nacional, con el 4,82 por ciento de las ventas de la industria alimentaria, el 3,96 por ciento del consumo de materias primas, el 5,53 por ciento del número de personas ocupadas y el 3,18 por ciento de las inversiones en activos materiales.

Tradicionalmente la industria alimentaria ha ido de la mano de la actividad agraria, por

lo que su implantación es mayor en aquellas autonomías que cuentan con mayor peso agrícola. La Comunidad de Madrid representa una de esas excepciones que confirman la regla. Aquí la industria no se vincula a la proximidad de las materias primas, sino a la necesidad de abastecer a un extenso mercado que no deja de consumir.

Con ese objetivo operan actualmente en la región un total de 1.498 empresas alimentarias —un 5,13 por ciento del total a nivel nacional— repartidas por los principales polígonos industriales construidos alrededor de la capital. Se trata principalmente de pymes de origen familiar orientadas a la segunda transformación, que aportan valor adicional a la materia prima y la convierten en producto final. De ellas, el 86 por ciento se integran en la industria de la alimentación y el 14 por ciento en la fabricación de bebidas, según la Asociación Empresarial de Industrias Alimentarias de la Comunidad de Madrid (ASEACAM), que representa y defiende los derechos e intereses de los empresarios de este

ámbito económico. “Cuando se habla de productos madrileños normalmente solo se piensa en los vinos de Madrid, en las aceitunas de Campo Real... Pero más allá de estos alimentos existe una extensa industria que abarca todos los productos imaginables”, resalta Ricardo Oteros, presidente de ASEACAM.

Auge del sector cárnico

Por su facturación —más de 1.000 millones de euros anuales—, el subsector más destacado es el dedicado al procesado, conservación y elaboración de productos cárnicos, que integra a 279 empresas madrileñas y emplea a cerca de 3.500 trabajadores.

En Madrid producen y tienen su sede social grandes multinacionales del sector como Campofrío, que produce jamones curados y salchichas en su planta de Villaverde, pero también otras muchas empresas con origen cien por cien madrileño. Buen ejemplo de ello lo ofrece el Grupo Norteños, nacido en los años 80 de la mano de tres asturianos afincados en Madrid con décadas de experiencia en el ramo. Los socios fundaron una compañía que, tomando como eje su cuartel general de Mercamadrid, vende diariamente cerca de 2.500 toneladas de carne y factura más de 400 millones de euros al año. Su imperio llegó a alcanzar las 600 carnicerías, que más tarde vendieron a otro grupo de madrileño de alimentación, Diocarnes, de más reciente creación, y orientado a la distribución a pequeñas y grandes empresas cárnicas, distribuidores, hosteleros y comercios de alimentación. “Intentamos hacerlo cada día mejor en cuanto al control de la calidad y la relación con el cliente, facilitando financiación directa. Nos levantamos cada día para intentar mejorar algo. No hay otra manera de salir adelante”, explica Alberto Fuentes, portavoz del Grupo Norteños.

Una trayectoria similar ha seguido también la sociedad Hermanos Morán (Hemos), que en sus cerca de 40 años de historia ha visto como su pequeña sala de despiece de porcino daba paso a una gran fábrica que abastece a algunos de los principales supermercados e hipermercados madrileños, con una facturación que en los últimos años se ha disparado un 39 por ciento hasta alcanzar los 65 millones de euros anuales.

Importante es también el papel que desempeña en la industria alimentaria madrileña el subsector de lácteos y derivados, el octavo de España por



Una nave de Mercamadrid.



La cesta de la compra alcanza los 1.476 euros por madrileño.

volumen de ventas, con una facturación media de 524 millones de euros anuales. A ello contribuyen empresas como Priégola, una de las más antiguas leches de la región, y Lácteas del Jarama, pionera en la producción de mozzarella de búfala en España. “Empezamos en 1964. Traíamos queso de Burgos y otros productos lácteos a Madrid hasta que una quesería nos pidió mozzarella. Nos informamos y nos fuimos a Nápoles a aprender a hacerla, y creamos

la primera ganadería de búfalas del país”, explica el gerente, Nicolás Benito. Hoy esta empresa situada en Fuente el Saz sigue siendo pionera. “Somos una de las empresas más punteras en España y Europa. Tenemos el único coagulador continuo de España, que facilita mayor control del producto y mayor regularidad en los 80 tipos de mozzarella que producimos”. En la actualidad, esta compañía factura 40 millones de euros, en su mayor parte gracias a este queso en

concreto, que supone el 80 por ciento de su producción.

Además, a pesar de situarse a cientos de kilómetros de la costa, la Comunidad de Madrid comercializa cerca del 12 por ciento del total de la pesca marítima desembarcada en España y el 39 por ciento del producto distribuido por los mayoristas. A ello contribuye también un importante sector transformador de productos de la pesca

La Comunidad de Madrid comercializa cerca del 12% de la pesca marítima desembarcada en España

y la acuicultura, con decenas de empresas dedicadas a actividades de congelados, precocinados, ahumados o salazones.

Junto a todos estos subsectores existe también una industria, modesta pero en proceso de expansión, vinculada a las producciones agrarias locales y constituida por bodegas y almazaras, cuya actividad despierta cada vez un mayor interés fuera de España.

El futuro está fuera

Y es que el mercado internacional se ha convertido en “uno de los principales refugios de la industria en tiempos de crisis como los actuales”, según asegura Ricardo Oteros, presidente de ASEACAM. Las cifras de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del

Territorio le dan la razón: entre 2009 y 2012 las exportaciones de productos alimenticios madrileños se dispararon cerca de un 20 por ciento, llegando a superar los mil millones de euros anuales. Preparados alimenticios, carne, frutas y legumbres lideran la lista de productos regionales más demandados en el exterior y tienen como principales compradores a países como Portugal, Francia, Italia, Reino Unido y Rusia. “La exportación representa una forma extraordinaria de avalar la calidad de nuestros productos y de mostrar públicamente su competitividad”, opina Oteros. Todo ello, junto a la caída de los márgenes de beneficio, ha impulsado a muchas empresas de la región a apostar por la internacionalización como forma de mitigar los efectos de la crisis.

No obstante, los empresarios del sector reconocen que la industria alimentaria ha encarado la recesión mejor que otras. “No se han registrado grandes caídas y ha mantenido bastante bien el nivel de empleo”, reconoce el responsable de ASEACAM. La crisis ha fomentado, según explica, un mayor grado de exigencia entre los consumidores, que reclaman precios más bajos y un elevado grado de calidad, lo que ha obligado a las empresas del sector a adaptarse a los nuevos hábitos de consumo y a ofrecer nuevos formatos. “La innovación es, junto a la apuesta por la internacionalización, la gran baza de la industria alimentaria para reinventarse en estos tiempos de crisis”, concluye Oteros.

En Madrid, la industria alimentaria se ve además incentivada por un potente sector de hoteles, restaurantes y cafeterías (HORECA), que solo en la región supera las 32.700 licencias —un 11,7 por ciento del total nacional—, donde se canaliza buena parte de la distribución de productos. A través de la hostelería, los fabricantes menos conocidos por su escasa implantación en grandes superficies comerciales consiguen reforzar su presencia en la vida diaria de los madrileños.

Líderes en distribución

En Madrid hay más de 23.200 licencias relacionadas con la distribución de alimentación, con una ocupación total de 1.952.957 metros cuadrados, lo que la sitúa en cuarto lugar a nivel nacional, tanto en número como en superficie. Grupos como Carrefour, Eroski, El Corte Inglés, Mercadona, Ahorramás y Auchan lideran la comercialización de estos productos en la región.

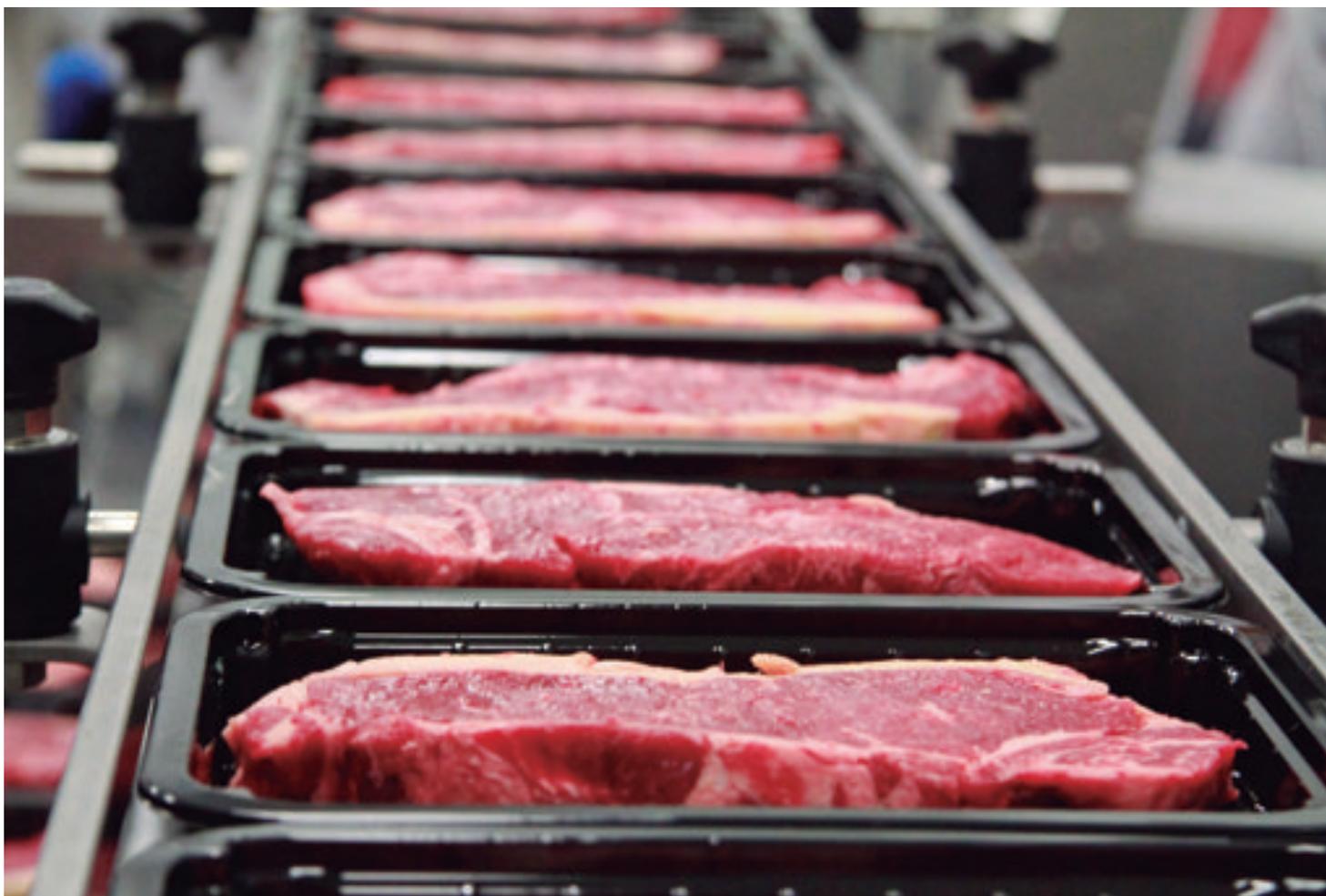
Grandes grupos madrileños

Madrid, una comunidad estratégica por su situación y gran población en el sector de la distribución, no solo ha recibido empresas foráneas, sino que ha visto nacer a grandes grupos del sector. Uno de ellos es la compañía cien por cien madrileña Hiber, principal punto de venta de la Carne de la Sierra de Guadarrama y uno de los promotores de esta Indicación Geográfica Protegida, gracias a un convenio suscrito con más de 25 ganaderos de la sierra a los que compra su producción en vivo desde que nace.

En Madrid tienen también su origen algunos de los más conocidos grupos de distribución a nivel nacional. Uno de los mejores ejemplos de ello es Unide, grupo al que pertenecen los supermercados Udaco, Gama y Maxcoop, que nació en 1931 de la unión de 200 cooperativistas del sector alimentario local. Lejos quedan ya esas humildes raíces para un grupo que cuenta en la actualidad con más de 675 tiendas repartidas por toda España. Esta dilatada carrera de Unide ha sido posible gracias a que “ha hecho de la cooperativa un catalizador de la evolución y transformación de sus socios”, según afirma José Manuel Gutiérrez, director de operaciones del grupo, quien detalla que se ha ofrecido a sus asociados “formación continua” y “herramientas tecnológicas para mejorar la eficiencia”. “Disminución de consumo, aumento de superficie comercial o presión constante del precio son elementos con los que, día a día, convivimos y afrontamos para seguir manteniendo y generando empleo, aportar servicios y dar respuesta a las demandas de un consumidor cada vez más exigente”, explica Gutiérrez sobre la actual situación del sector.

Un punto de partida similar tuvieron también los supermercados Ahorramás, que surgieron en 1979 de la mano de un pequeño grupo de empresarios minoristas madrileños que decidieron aunar sus fuerzas para desarrollar un nuevo concepto de supermercados de proximidad. Hoy, 35 años después de su fundación, la compañía factura más de 1.300 millones de euros y ha inaugurado cerca de 250 establecimientos a lo largo y ancho de Madrid y Castilla-La Mancha.

De la misma época datan otras dos importantes cadenas de supermercados madrileñas: Gigante e Hiperusera. La primera de ellas debe sus primeros pasos a los dueños de dos tiendas de ultramarinos de Cercedilla y Los Molinos, que invirtieron sus ahorros en un modelo de supermercado grande y con precios bajos por entonces desconocido en la sierra madrileña. Una idea también muy presente en Hiperusera, que nació en 1980 con una sencilla tienda ubicada en el distrito madrileño del que toma nombre y que poco a poco ha ido ganando presencia, hasta alcanzar las 50 tiendas con las que hoy cuenta en las provincias de Madrid, Guadalajara y Toledo.



En Madrid hay más de 23.000 empresas de distribución de alimentación.

Y es que el sector vive desde hace años un fuerte proceso de transformación que se ha visto intensificado con la actual crisis. Así lo explica Mariano Sancho, director de la Asociación Madrileña de Empresarios de Alimentación y Distribución La Única: “La situación económica ha reforzado el papel de las grandes superficies y establecimientos *discount*. La gente busca precios más bajos y consume mucha marca blanca, lo que en ocasiones va en detrimento de la calidad”, señala.

Una de las cadenas de supermercados que se ha visto beneficiada por esta situación es Lidl. “Estamos posicionados en el mercado como la cadena de supermercados líder en precios y probablemente ese posicionamiento haya atraído a nuevos clientes a nuestras tiendas en estos tiempos de dificultades económicas. De todos modos, Lidl viene experimentando un crecimiento sostenido en número de clientes desde antes de que se iniciara la crisis. La clave está en la relación calidad-precio de nuestros productos. Nuestros clientes acuden a nuestras tiendas atraídos por el precio, pero si no tuviéramos un producto de calidad, no volverían”, comenta



Mallorca es uno de los emblemas del sector pastelero madrileño.

Víctor de Bobes, jefe del Departamento de Comunicación de Lidl. Este auge de la marca blanca y la búsqueda de precios más bajos se ha traducido, según explica el director de La Única, en una “reducción

del comercio especializado y una mayor integración de empresas en centrales de compras”. También han perdido terreno los tradicionales mercados de abastos y las pequeñas tiendas de alimentación, que

han cedido paso a los supermercados de proximidad y a un creciente comercio étnico fundamentalmente regentado por orientales, apunta el directivo.

Los mercados municipales han visto como esta tendencia se acentuaba en los últimos años, pero algunos han conseguido remontar esta situación gracias al proceso de modernización que se ha emprendido. “Es imprescindible ir remodelando los mercados. Se ha hecho ya en el 50 por ciento y tras su reforma aumentan las ventas. El cambio ha sido espectacular y se ha hecho entre la Comunidad, el Ayuntamiento de Madrid y la Cámara de Comercio”, explica Salvador Santos Campano, presidente de honor de la Confederación de Empresarios de Comercio Minorista, Autónomos y de Servicios de Madrid (CECOMA). Ante esta situación, según señalan los expertos, el futuro del comercio madrileño debe basarse en una apuesta por sus fortalezas: la proximidad, el conocimiento del consumidor, la especialización y una mayor presencia de los productos regionales.

Además de estos canales de comercialización, la Comunidad de Madrid acoge el mayor mercado de abastos de Europa y el segundo mercado mundial de pes-

cados, tan solo por detrás del de Tokio. Mercamadrid abastece diariamente a casi 12 millones de consumidores de poblaciones de toda España en un radio de 500 kilómetros. Desde su creación en 1982, el supermercado de los supermercados se ha convertido en el cuartel general desde el que operan las 800 empresas instaladas en sus 176 hectáreas de superficie. “Nuestro planteamiento es poner en conocimiento de la sociedad y los consumidores que los productos que pasan por Mercamadrid merecen la pena. Mercamadrid da valor

añadido al producto, lo hace más seguro y más eficiente, lo que posibilita su venta a buen precio”, explica José Ignacio Arranz, gerente del mercado.

**Mercamadrid es el mayor
mercado de abastos
de Europa y el segundo
mundial de pescados**



Las famosas conchas Codan se elaboran en Arganda del Rey.

De Viena Capellanes a Codan

Un sector importante y con muchos nombres propios en la región es el de panadería, pastelería y pastas alimenticias, dinamizado por 525 empresas con cerca de 7.500 empleados. Una de las que más tradición atesoran es Viena Capellanes, creada por Matías Lacasa, un industrial afincado en Madrid que en 1873 consiguió el privilegio para introducir en la capital un producto que había conocido durante una visita a la capital austriaca y que suponía una novedad en España: el pan de Viena. Junto a su mujer, el empresario fundó una pequeña tahona en el edificio adyacente al monasterio de Las Descalzas Reales, en la entonces conocida como calle de Capellanes —la actual calle de la Misericordia— por albergar la residencia de los capellanes de la Casa Real. Tras la muerte del matrimonio, que no tuvo descendencia, el negocio quedó al frente de sus sobrinos: el escritor Pío Baroja, que compaginó durante años las labores de empresario y su vocación como literato, y su hermano Ricardo. Ambos terminarían vendiendo el negocio familiar a la familia Lence, la actual propietaria, que introdujo en su oferta los servicios de *catering* y los sándwiches, entre otras muchas innovaciones de la época.

Más recientes son los orígenes de Mallorca, otro de los emblemas del sector pastelero madrileño. En este caso fue un golpe de suerte, el del Gordo de la Lotería de Navidad, el que empujó a Bernardino Moreno a despedirse de su trabajo en el obrador de una afamada pastelería para montar su propio negocio. Corría octubre de 1931 cuando abrió el primero de sus establecimien-

tos, en la calle Bravo Murillo, en el que ofrecía ensaimadas de Mallorca calientes durante todo el día. La idea, de la que toma nombre el establecimiento, triunfó tanto entre los madrileños que, en los años siguientes, la familia Moreno inauguró la segunda de sus tiendas y una de las más célebres, la de la calle de Velázquez. Su producción alcanzó tal volumen que pronto obligó a trasladar las cocinas y panaderías a unas amplias naves de lo que entonces se consideraba periferia de la capital, el distrito de Ciudad Lineal. El negocio, uno de los pioneros en la introducción de alimentos *gourmet*, seguiría expandiéndose en los años siguientes, hasta alcanzar las diez tiendas actuales y superar ya la cuarta generación. “Tenemos muy claro que lo más importante es elaborar un buen producto y que nuestras tiendas sean lugares acogedores donde nuestros clientes se sientan cómodos. Y, por supuesto, ir adecuando nuestros servicios a las diferentes formas de vivir que el transcurso del tiempo va imponiendo”, explica María del Carmen Moreno, directora de las pastelerías Mallorca.

También en Madrid han nacido algunas de las compañías más destacadas y conocidas del sector como Codan, que daba sus primeros pasos en los años 60 del pasado siglo como un pequeño horno vertical en el madrileño distrito de Puente de Vallecas. Hoy, a pocos kilómetros de allí, en Arganda del Rey, se levantan las instalaciones productivas de la compañía, con más de 30.500 metros cuadrados, donde cada día se elaboran, entre otros muchos productos, las famosas conchas Codan.

BORJA SARASOLA - Consejero de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid

Calidad, mejora continua y adaptación



La industria alimentaria ha sabido adaptarse a los cambios de la sociedad global del siglo XXI y a las nuevas demandas de los consumidores para continuar creciendo en plena crisis. Desde 2007, este sector ha incrementado el valor económico de sus exportaciones un 47 por ciento, pasando de 777 millones a 1.143 en el último ejercicio. Hoy, la industria alimentaria representa el 7 por ciento de nuestro PIB industrial.

Desde el Gobierno de la Comunidad de Madrid entendemos que la mejora permanente de los procesos y de la calidad es imprescindible para ser competitivos. Por eso, a lo largo de este período, el Gobierno regional ha destinado 4,8 millones de euros a la mejora de la transformación y la comercialización de productos.

Es muy significativo que casi 3,6 millones hayan tenido por destino empresas que cuentan con platos preparados entre sus ramas de negocio. Y lo es porque esta rama es una de las grandes causantes del incremento de las exportaciones. La demanda externa de comidas preparadas elaboradas en la región creció en este período en más de un 215 por ciento. Países como Reino Unido casi han cuadruplicado sus importaciones. Otros, como Colombia o Brasil, han irrumpido como nuevos socios comerciales.

Aunque los países de la Unión Europea, con Portugal a la cabeza, siguen siendo nuestros principales mercados, la aparición de nuevas economías emergentes marca una perspectiva alcista. China, punta del iceberg, incrementó en 2013 su demanda de platos preparados en Madrid en más de un 60 por ciento.

Cada año, 70 millones de nuevos consumidores ingresan en la clase media gracias al crecimiento de los mercados emergentes. Esto implica el tránsito de una dieta basada en el grano a otra integrada por alimentos como la carne, el pescado o las verduras, lo que abre mercados hasta ahora impenetrables para nuestras empresas.

Junto con la calidad, la industria madrileña cuenta con el respaldo de una gastronomía que goza de una imagen internacional de prestigio, no solo por la tradición culinaria y la dieta mediterránea, sino también por los maestros cocineros de nuestro país.

Los cambios socioeconómicos experimentados en nuestras sociedades han generado nuevas demandas y una conciencia creciente de la necesidad y la importancia de mantener una dieta sana. En ese punto, la industria alimentaria madrileña ha sabido posicionarse y proporcionar la diversidad que el público pide.

Esta adaptación al medio, o al mercado, por parte de la industria madrileña es la causa natural del crecimiento sostenido de este sector en el último sexenio a un promedio del 7,5 por ciento anual. La Comunidad de Madrid seguirá apostando por la mejora y modernización constante tanto de los procesos de producción como de comercialización. Esta apuesta se plasma en 30 líneas de ayuda para la industria alimentaria y el sector primario, dotadas con 50 millones de euros al año. El éxito de la industria implica también el de nuestra agricultura y nuestra ganadería, cuyos datos de 2013 invitan también al optimismo.

La industria alimentaria
madrileña ha sabido
posicionarse y
proporcionar la diversidad
que el público pide

RICARDO OTEROS - Presidente de la Asociación Empresarial de Industrias Alimentarias de la Comunidad de Madrid (ASEACAM)



La industria alimentaria en Madrid

La industria alimentaria madrileña cuenta con más de 1.500 empresas que producen y transforman todo tipo de productos

La industria alimentaria es un sector estratégico de nuestra economía. Más allá de su importante peso en la economía en cuanto a cifras de facturación y empleo, nuestro sector se ocupa de producir y transformar los alimentos que consumimos, de los que dependen nuestra subsistencia y nuestra salud. Además, la alimentación y la gastronomía son un elemento esencial de la sociedad: forman parte de su historia y de su cultura.

La industria alimentaria madrileña es muy diversa. Cuenta con más de 1.500 empresas que producen y transforman todo tipo de productos, a saber, carnes frescas y procesadas, lácteos de todo tipo, panadería y bollería, encurtidos, bebidas, cafés y chocolates, vinos y aceites, comidas preparadas de todo tipo y origen, productos de la pesca, salsas, frutos secos, frutas y hortalizas y un largo etcétera.

Aunque habitualmente solo se suelen relacionar con los Alimentos de Madrid a los producidos por los agricultores y ganaderos de nuestra región, que suponen una pequeña e importante parte del todo, la industria que transforma y produce alimentos que después llegan al consumidor a través de las grandes

superficies o del canal Horeca es significativamente más grande y con un enorme impacto económico.

Son muchos los retos a los que se enfrenta nuestra industria en esta difícil coyuntura. Los cambios en los hábitos de consumo, las tendencias de la alimentación hacia productos cada vez más sanos y funcionales y la necesidad de producir al menor coste posible debido a los menores presupuestos de los consumidores y a la gran competencia están obligando a nuestras empresas a desarrollar y lanzar nuevos productos, así como a modernizar sus sistemas productivos para poder competir.

La cercanía al consumidor y a los centros de ciencia (universidades, etcétera) está permitiendo a nuestras empresas afrontar procesos de investigación y desarrollo que les permiten lanzar nuevos productos, más acordes con las nuevas demandas del consumidor y derivadas del fenómeno de globalización. A su vez, estos procesos facilitan la internacionalización de nuestras empresas, que, en los últimos años, han aumentado sus cuotas de exportación y algunas de ellas han emprendido procesos de inversión en proyectos internacionales.

MARIANO SANCHO - Director general de La Única



El futuro está en las pymes

Si hay algo bueno que tiene Madrid es la diversidad de origen de sus habitantes y empresas y lo que ello genera tanto en ideas, iniciativas, adaptación y asociación. La distribución alimentaria es un claro ejemplo de ello.

El comercio de alimentación madrileño, en concreto sus pequeñas y medianas empresas (pymes), ha mostrado siempre su dinamismo e iniciativa al abrir los primeros supermercados que se instalaron en España. Su asociacionismo comercial queda probado al fundar las primeras cooperativas de detallistas y centrales de compras y al organizar las primeras ferias profesionales. Gracias a su capacidad de generar empleo estable y de calidad, puede presumir de contar con los mejores profesionales en productos perecederos.

Las pymes comerciales madrileñas han sabido aprovecharse de la gran fortaleza que es la proximidad y el conocimiento del consumidor para evolucionar y adaptarse, lo que les ha permitido competir con otros formatos comerciales que se han ido implantando.

Además, y a pesar de que en un breve espacio de tiempo se han visto sometidas a una fuerte reconversión por la actuación de las administraciones públicas, han sabido mantenerse. La apuesta por el comercio periférico basada en motivos urbanísticos y

razones de falsa modernidad que han hecho las administraciones autonómica y local no las ha amilanado.

Ni tampoco se han achicado ante la crisis económica, la trepidante concentración del sector y la falta de financiación. Ni ante algunas medidas que están poniendo en peligro el equilibrio entre formatos como la liberalización de horarios comerciales, que solo sirven para expulsar del mercado a empresas eficientes pero sin músculo financiero.

Es más, a pesar de todos estos obstáculos, han conseguido que el consumidor pueda disponer del que quizás sea el comercio más variado y especializado de Europa, además del que pone al servicio del ciudadano los precios más económicos en los productos de alimentación.

Por todo ello, el futuro está en las pymes. Eso sí, la distribución alimentaria continuará siendo uno de los motores económicos de España siempre que las administraciones ayuden a mantenerse a aquellas que disputen de manera eficiente el cliente a los grandes grupos de distribución. De no ser así, la Comunidad de Madrid verá reducida su capacidad de oferta y el consumidor, la de elección y, al final, como ha ocurrido en otros países de nuestro entorno, el perjudicado será el ciudadano.

Las pymes comerciales
madrileñas han
sabido aprovecharse
de la proximidad
y el conocimiento
del consumidor

SALVADOR SANTOS CAMPANO - Presidente de la Confederación Española de Empresarios Artesanos de Pastelería

La pastelería artesana: crisis y futuro

Para promocionar nuestros negocios artesanos del dulce, en su mayoría familiares, de pastelería, repostería, bombonería o fiambres, ante un nuevo consumidor, debemos basar la elección de negocio en la calidad, la profesionalidad y los precios justos. Para ello tenemos que incorporar la innovación permanente desde la misma forma de entender el sector.

El arte del dulce vive un momento especial. La crisis nos está afectando y nuestro futuro depende de nuestra entrega, trabajo, iniciativa, arte y creatividad. Los profesionales de la pastelería precisan una formación profesional continua que abarque todos los aspectos de la empresa y facilite su evolución hacia la especialización. Las nuevas tecnologías están creando nuevas formas de trabajo en nuestros obradores y en su comercialización, a través del comercio electrónico y el telemarketing. Esto conlleva nuevas fórmulas de pago que aportan seguridad y actúan como incentivo para el consumidor.

En un mercado globalizado, y teniendo en cuenta la estructura de nuestro tejido empresarial, hemos abordado la problemática de las pymes comerciales con una visión integral de la gestión y adoptando una estrategia global centrada en la obtención de resultados. Así, se han adoptado nuevos hábitos de uso de tecnologías con una nueva mentalidad entre los pequeños empresarios, que

siguen demostrando cada día su capacidad y creatividad.

Mantener la competitividad de los productos exige innovar continuamente. No ignoramos la influencia de Internet, las redes sociales y las nuevas tecnologías en el comercio minorista, y por ello nos preparamos para actuar en un escenario virtual, al tiempo que ya conocemos las ventajas de vender los productos de pastelería y confitería mediante el comercio electrónico. Además, con las nuevas tecnologías ahora es posible obtener y analizar la información relevante necesaria para identificar las oportunidades y amenazas latentes de una coyuntura comercial y económica en constante cambio.

No deberemos olvidar el valor de prudencia y el ardor de la cautela, sin torcer el propósito, sin mellar la decisión forjada en el tesón, la paciencia, la razón, la experiencia y la meditación, que siempre ha tenido nuestro sector. Hay quienes pasan la vida soñando y quienes dan vida a sus sueños; quienes sueñan con logros y quienes logran sus sueños; quienes siguen las huellas y los que las dejaron.

Tenemos que rechazar todo lo que nos limite. El futuro se construye con la esperanza de conseguir lo que uno quiere, con fe ciega en uno mismo para lograrlo. Construir la confianza puede llevar años, pero destruirla solo unos segundos.

Los pequeños empresarios siguen demostrando cada día su capacidad y creatividad

COMPROMETIDOS

con nuestros clientes.

En Banco Popular sabemos lo importante que es evolucionar, adaptarse a cada momento, a cada cliente. Pero también sabemos que, pase lo que pase, hay algo que nunca cambiará. Algo que nos identifica y que ha sido siempre **nuestra razón de ser: la seguridad y el compromiso con nuestros clientes.**



sucursales



bancopopular.es



bancopopular.mobi



902 361 000



Un motor de empleo

Con más de 60 millones de unidades fabricadas en los últimos 25 años, la industria nacional del automóvil se ha ganado a pulso un lugar estratégico dentro de la economía española, a la que aporta una décima parte de su PIB industrial. Pero el sector no ha conseguido zafarse de los efectos de una grave crisis que ha inundado de incertidumbre el mundo del motor y lo ha hecho depender cada vez más de las ayudas públicas.

La industria española de la automoción cerraba 2012 en medio de un panorama desolador: su producción anual caía un 16 por ciento, situándose por debajo de los dos millones de vehículos. Pese a los malos datos y peores augurios, España se ha mantenido en la segunda posición entre los fabricantes de coches europeos —por detrás de Alemania y casi empatada con Francia— y a la cabeza indiscutible en la producción de vehículos industriales en la Unión Europea, y ha conseguido recuperar la senda alcista en 2013, con la fabricación de más de 2,17 millones de vehículos.

Al igual que en el conjunto del territorio nacional, el sector de la automoción juega en Madrid un papel clave en la economía, en el empleo y en el desarrollo tecnológico de otros importantes sectores, especialmente en los industriales. Las cifras no dejan lugar a dudas: la automoción madrileña aporta alrededor del 17

por ciento del PIB industrial regional y es responsable de un 6 por ciento de la producción nacional del sector, siendo la tercera comunidad autónoma en producción del sector.

En la Comunidad de Madrid se dan cita 5.000 empresas vinculadas a la automoción, que generan cerca de 79.000 empleos directos y más de 300.000 indirectos. La mayor parte de ellas —unas 4.000— corresponden al sector servicios, que agrupa a concesionarios y puntos independientes de posventa y distribución, y se localizan en gran medida en el corredor del Henares y en el cinturón sur de la comunidad.

La industria automovilística regional gira en torno a dos gigantes que han producido, en conjunto, en los últimos años alrededor de 90.000 vehículos por ejercicio: Peugeot e Iveco. Sus plantas de producción constituyen en la actualidad los dos últimos reductos de fabricación de



automóviles en la Comunidad de Madrid, tras el cierre de la factoría de Nissan en Villaverde en 2006 y la de Piaggio en Arganda del Rey, tres años antes.

Internacionalización

El centro de PSA Peugeot Citroën de Villaverde tiene más de seis décadas de actividad a sus espaldas, en las que ha producido más de tres millones de vehículos, y una historia que contiene algunos de los mayores éxitos españoles en el sector, como la revolución que supusieron los motores de Eduardo Barreiros. Su aportación para el sur de la capital es fundamental como elemento de cohesión social porque emplea a más de 2.100 personas, en su mayoría dedicadas al ensamblaje de los Peugeot 207, de los Citroën C3, C3 Pluriel, y, especialmente, el nuevo Citroën C4 Cactus. La producción de estos modelos no ha parado de subir en los últimos años, sobre todo



Un concesionario de Mercedes.



Planta de Iveco en Madrid.

La automoción madrileña aporta alrededor del 17 por ciento del PIB industrial regional

impulsada por la internacionalización de su mercado. Actualmente, destina en torno al 96 por ciento de sus vehículos a la venta en países comunitarios como Francia, Gran Bretaña, Bélgica, Holanda y Alemania. Esta elevada cifra sitúa la factoría de Villaverde como uno de los centros industriales de la comunidad con mayor porcentaje de exportación.

También a otros países se dirigieron buena parte de los 17.000 vehículos de media que vieron la luz cada uno de los últimos años en la factoría madrileña

de Iveco, la división industrial de Fiat, que exportó aproximadamente el 90 por ciento de ellos a los principales mercados europeos, además de a Oriente Medio, Rusia, Sudáfrica, Marruecos y Libia.

Instalada en la antigua fábrica de Pegaso, el centro de Iveco en Madrid constituye la única planta de vehículos industriales pesados en España y la tercera más importante de la multinacional en el mundo. Más de 2.600 personas trabajan diariamente en sus instalaciones para fabricar, en exclusiva para todo el planeta, los modelos Stralis y Trakker. Ambos son los ejes de una producción que prevé duplicarse de aquí a 2016 de la mano del nuevo plan industrial de la compañía, que tiene como objetivo el desarrollo de nuevos modelos en las factorías de Madrid y Valladolid a través de una inversión de unos 500 millones de euros y la creación de unos 1.200 nuevos puestos de trabajo.



Salón del Vehículo de Ocasión de Madrid.



Almacén de recambios de Bosch.

El plan industrial ha permitido además convertir a la planta madrileña, la tercera más eficiente de las 58 del grupo Fiat Industrial, en el centro de excelencia de camiones pesados del grupo y con-

centrar en ella toda la producción que antes se repartía con la factoría alemana de Ulm.

El nuevo centro de I+D+i de Iveco prevé la contratación de hasta 200 ingenie-

ros, que desarrollarán sus investigaciones para fabricar nuevos modelos con un alto contenido tecnológico en estrecha colaboración con el Instituto Universitario de Investigación del Automóvil, de la Universidad Politécnica de Madrid.

El sector tiene un plan

Consciente de la repercusión para el sector que tienen las ayudas en la compra de vehículos y con el objetivo de contribuir a renovar el parque automovilístico, el Ejecutivo nacional ha decidido prorrogar en varias ocasiones las dotaciones económicas destinadas al conocido como Plan PIVE, que ya va por su quinta edición. A través del Programa de Incentivos al Vehículo Eficiente, el Ministerio de Industria y las marcas de coches se comprometen a subvencionar con 2.000 euros la compra de un nuevo automóvil que conlleve la retirada de un vehículo de más de 10 años. A él se ha sumado también el plan PIMA Aire, orientado a la renovación de vehículos comerciales de hasta 3,5 toneladas con más de 7 años de antigüedad.

En la Comunidad de Madrid, según estimaciones de Anfac, incluidas las previstas para la quinta edición, los planes PIVE beneficiarán la compra de 540.000 vehículos, suponiendo una inversión de 1.080 millones, aportados a partes iguales por la administración y las marcas. De hecho, en estos momentos, seis de cada diez coches matriculados lo hacen a través del PIVE. El impacto económico directo del programa supondrá para la industria automovilística unos ingresos de 407 millones de euros. No obstante, la patronal de fabricantes eleva a 858 millones de euros la repercusión global que el plan PIVE en su conjunto tendrá sobre la economía madrileña por el efecto multiplicador sobre otros sectores. Asimismo, según apunta Anfac, estos planes promovidos por el Ministerio de Industria reportarán unos ingresos fiscales a Madrid de cerca de 214 millones de euros, a los que se suman otros en comercialización, financiación, seguros y transporte.

Por su parte, el impacto medioambiental de la sustitución de estos 540.000 vehículos va a suponer una reducción de 272 millones de litros de combustible anuales, el equivalente al 45 por ciento del total. La emisión de partículas se reducirá un 96 por ciento, un 93 por ciento en monóxido de nitrógeno, un 82 por ciento el monóxido de carbono y un 52 por ciento el dióxido de carbono.

Componentes y reparaciones

Tanto la factoría de Iveco como la de PSA Peugeot Citroën se nutren de una importante industria auxiliar, que convierte a Madrid —con el 13,1 por ciento del total nacional— en el tercer polo nacional de empresas dedicadas a la fabricación de este tipo de componentes.

Un buen ejemplo de ello es la fábrica de cigüeñales que Renault Trucks, integrada en el grupo de vehículos industriales AB Volvo, inauguraba en 2008 en el Parque Tecnológico de Leganés. El grupo sueco ha invertido 53 millones de euros para producir en la planta un tercio de su fabricación mundial.

El sector de la industria auxiliar está encabezado también por multinacionales como Robert Bosch, que tiene en la capital su sede española y sitúa también en ella dos de sus principales fábricas. En el distrito de Ciudad Lineal se ubica la primera de ellas, especializada en la división de electrónica, donde se producen anualmente cerca de 64 millones de sensores de aceleración y aparcamiento. La factoría de Aranjuez, por su parte, cuenta con 40 años de experiencia en procesos de inyección de plástico, transferencia, moldeo por compresión y montaje de filtros de combustible.



Planta de Iveco en Madrid.

Pero hay muchas más. Por ejemplo, John Deere fabrica en Getafe componentes (ejes, engranajes, cajas ligeras de transmisión, cajas pesadas de transmisión y enganches tripuntales) para las factorías que tiene por el mundo. Por su parte, Valeo está en proceso de unificar su producción de material para todo tipo de vehículos en una sola factoría en Fuenlabrada para garantizar el empleo. Aprim construye componentes eléctricos, electrónicos y neumáticos, y se ha convertido en proveedor de grandes líderes del sector como Volkswagen.

También dentro de la industria del automóvil ocupan un lugar fundamental los 5.028 talleres que velan por la reparación y mantenimiento de los más de cuatro millones de vehículos que componen el parque automovilístico madrileño. Se trata, principalmente, de centros multimarca y multiespecialistas, de carácter familiar —entre 1 y 3 empleados—, concentrados en buena parte en la capital, según indican fuentes de la Asociación de Talleres de Madrid (Asetra).

La crisis económica también ha dejado su impronta en el sector de la repara-

Madrid fue, con permiso de Vigo, la cuna de la producción de automóviles en masa en España

ción, que solo en los tres últimos años ha cerrado casi un millar de negocios en la región. “Además de que los coches hacen menos kilómetros, notamos la bajada de la demanda de servicios por la falta de capacidad adquisitiva de los madrileños. Uno de cada cuatro automovilistas no realizan operaciones de mantenimiento en los vehículos y dos de cada cuatro las retrasan”, explican desde Asetra. Pero la maltrecha situación económica no es el único de los males actuales que padece el gremio, cada vez más preocupado por la creciente competencia de los talleres ilegales, que actualmente representan en torno a un 15 por ciento de las operaciones de mantenimiento y reparación. “Hay muchas personas que se lucran con

El coche madrileño hace historia

La Comunidad de Madrid fue, con permiso de Vigo, la cuna de la producción de automóviles en masa en España. Más allá de los lujosos coches de la Hispano-Suiza barcelonesa, fueron los vehículos Pegaso de Enasa, con la nacionalización de la división de automóviles de la anterior en 1946, los que nutrieron de vehículos de transporte pesado y público al país tras la salida de la posguerra. Su actividad se extendió hasta principios de los 90, cuando la compañía acabó absorbida por Iveco. Su actividad dejó huella en la ciudad, ya que en el distrito de San Blas-Canillejas se mantiene la colonia donde se instaló a los trabajadores. En los terrenos de la antigua factoría, un proyecto municipal pretende construir un parque empresarial.



La planta de Barreiros, en los años 60.

En 1952 llegó Eduardo Barreiros, que, tras años de aventuras empresariales, instaló en Villaverde su fábrica de motores diésel y componentes, en el lugar que hoy acoge la factoría de Peugeot. Una de las calles del barrio en que está asentada lleva el nombre del industrial. De los camiones pasó a la construcción de coches antes de ser absorbido por Chrysler, para competir con la efervescente Seat, que instaló en los 60 su central en Madrid. Luego llegaron las multinacionales y el sector se fue deslocalizando poco a poco. No obstante, la región siempre quedó ligada a la producción de coches que competían en calidad y cantidad con las factorías de todo el mundo.

las reparaciones sin hacer facturas, ni estar dados de alta en la Seguridad Social, ni cumplir con la estricta normativa que a

los talleres se les exige, por lo que se está perjudicando a los empresarios cumplidores y poniendo trabas a su futuro”, denuncian desde el gremio de mecánicos.

Ayudas a la compra

Con el objetivo de frenar el impacto de la crisis y mantener la posición de la industria automovilística española en el mercado global, la Asociación Nacional de Fabricantes de Automóviles y Camiones (Anfac) presentaba a finales de 2012 el Plan 3 millones. La iniciativa debe su nombre a una meta clara: recuperar las cifras de los años de bonanza y alcanzar una producción de 3 millones de vehículos, tanto turismos como camiones e industriales, y hasta 2 millones de ventas únicamente en España.

Según los cálculos de la patronal de fabricantes españoles, la consecución de estos objetivos a corto y medio plazo —entre 2015 y 2016— permitiría crear 73.000 empleos, reducir en 10.000 millones de euros los costes logísticos y contribuir al crecimiento económico con una aportación adicional del orden del 1 por ciento al PIB.

Para colocar a la industria del automóvil a la cabeza de la reindustrialización española, los fabricantes reclaman entre otros incentivos fiscales y subvenciones para las plantas productivas, la progresiva

reducción y supresión del impuesto de matriculación, la flexibilización de costes logísticos y de tarifas energéticas y la prórroga de las medidas de estímulo económico para el sector.

Se ha disparado el número de voces que apuestan por la automoción como uno de los motores que sacarán a España de la crisis

“El principal problema al que se enfrenta el mercado interior de vehículos es la falta de confianza del consumidor. Los planes de ayuda a la compra de vehículos introducen ese elemento de confianza, indicando que es el momento de comprar”, asegura Rafael Prieto, presidente de Anfac. Por ello, el Ejecutivo central ha desarrollado varios programas de ayuda para incentivar el consumo, entre los que destacan las cinco ediciones del Plan PIVE.

“El sector lleva seis años y medio en situación de emergencia. La crisis ha supues-

to una caída brutal de las ventas y solo estos planes están impidiendo que el mercado se desplome aún más”, manifiesta abiertamente Juan Antonio Sánchez Torres, presidente de la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor (Ganvam).

Un descalabro que, según subraya Sánchez, ha tenido especial incidencia en Madrid, que, en apenas 4 años, ha visto como la venta anual de automóviles se reducía en más de 73.200 unidades, pasando de 308.037 en 2008 a las 234.815 con las que cerró 2012. Parte de esa clientela se ha trasladado al mercado de vehículos usados y de ocasión, que en 2012 comercializó más de 270.000 unidades, un cinco por ciento más que el año anterior, según datos facilitados por la Federación de Asociaciones de Concesionarios de la Automoción (Faconauto). Las estadísticas, sin embargo, vuelven a situarse por debajo de la media nacional, ya que mientras el resto de comunidades autónomas venden 2,2 vehículos por cada vehículo nuevo, el ratio en Madrid se sitúa en 0,9.

Sin embargo, la creciente recuperación que ha experimentado el sector en los últimos meses ha disparado el número de voces que apuestan por él como uno de los principales motores de crecimiento económico que sacarán a España de la crisis económica.



Salón del Automóvil de Madrid.

MARIO ARMERO - Vicepresidente ejecutivo de ANFAC



Reindustrializar España

Todos hablamos del cambio de modelo productivo para buscar el deseado crecimiento sostenible en España y en Europa... pero no hay modelo productivo con futuro sin la industria y sin hacer frente al proceso de desindustrialización de los últimos años.

Los fabricantes instalados en España han tomado decisiones orientadas a hacer compatibles los niveles de actividad de las fábricas, el sostenimiento flexible y razonable del empleo y la mejora de la eficiencia. De ahí que, por el momento, se haya podido evitar la deslocalización y se haya diluido el peligro del traslado de la producción española a otros países.

España crece en producción de vehículos. Estamos asistiendo a un ciclo inversor sin precedentes en el sector, con más de 3.500 millones en apenas un año. Generamos empleo, con más de 1.800 puestos de trabajo en el año 2013, y además los planes PIVE y PIMA Aire han permitido sostener la demanda y crecer en el mercado interior. Exportamos más y en 2013 se ha generado un superávit comercial que rebasa los 16.500 millones de euros, lo que supone un 17 por ciento más que en el año anterior, y se han exportado vehículos y piezas por valor de 37.000 millones de euros.

El índice de producción industrial español ha cambiado de tendencia y muestra un ligero ascenso, pero el de fabricación de vehículos ha conseguido tasas de crecimiento del 11,7 por ciento para el conjunto de 2013. A pesar de ello, no hay que bajar la guardia y debemos seguir trabajando para mejorar en todos aquellos aspectos relacionados con la competitividad. Necesitamos una política industrial

encaminada a mejorarla en factores como la logística, la I+D+i, los temas laborales, la fiscalidad, la formación, etcétera.

Esta es la foto de un sector que tiene potencial para crecer en España. En 2014, España fabricará 2,4 millones de vehículos, y pensamos que podemos alcanzar la cifra de 3 millones de vehículos fabricados en el año 2016-2017. Desde la Asociación Nacional de Fabricantes de Automóviles y Camiones (ANFAC) estamos impulsando nuestro Plan 3 Millones y su vertiente europea, el Pacto Industrial, para alcanzar este objetivo.

Las fábricas de vehículos en España están siendo un referente para mejorar en competitividad e incrementar la carga de trabajo en las cadenas de producción. En 2011, España fabricaba 34 modelos; en el año 2013 han ascendido a 39 y se espera producir en los próximos años 45 distintos, gracias a las inversiones recibidas y a la diversificación de los países de destino.

El sector del automóvil es un sector comprometido con el empleo y la formación. Casi 1,8 millones de españoles dependen directa o indirectamente del automóvil. El 90 por ciento de los empleados tienen contratos indefinidos y los fabricantes han invertido en los últimos cinco años más de 400 millones en formar a sus trabajadores.

Hoy, más que nunca, todos debemos trabajar en una misma dirección, recuperar el mercado interno e incrementar la competitividad de nuestras factorías para que la reindustrialización de España sea una realidad. Con más industria y activación del mercado, tendremos más inversiones y por lo tanto mayor economía.

En 2011, España fabricaba 34 modelos; en 2013 han ascendido a 39

ALBERTO DÍAZ - Director del Salón del Automóvil de Madrid de Ifema



Un salón para dinamizar la industria

Ifema se ha convertido en uno de los principales exponentes del dinamismo de la economía de Madrid y uno de los motores de impulso para los diferentes sectores a los que da servicio con sus ferias. Una plataforma de alta representación empresarial que, a lo largo de más de tres décadas, ha servido de referente para conocer los cambios y avances más significativos que se han producido en las diferentes coyunturas, y que han propiciado la evolución de las industrias.

Su experiencia y *know how* en sectores como el de automoción han llevado a Ifema a posicionarse en este ámbito con la organización de seis salones monográficos que abordan distintos contenidos relacionados con el mundo del motor, y en cuyo proyecto se han implicado activamente los principales *players* sectoriales. El Salón del Vehículo de Ocasión, Motortec Automechanika Madrid, el Salón Profesional de Flotas de Madrid, Trafic (Salón Internacional de la Seguridad Vial y el Equipamiento para Carreteras), FIAA (Feria Internacional del Autobús y el Autocar) y el Salón del Automóvil de Madrid configuran, sin duda alguna, una oferta ferial especializada y ajustada a los objetivos concretos de cada uno de estos segmentos que, en su conjunto, representan una de las industrias más competitivas e innovadoras de nuestra economía.

En esta línea de actuación, y atendiendo al volumen de ventas de Madrid y su área de influencia, con un 40 por ciento de la cuota del mercado nacional, así como a un clima de mayor confianza y a la puesta en marcha de medidas de apoyo, como la reciente aprobación del Plan PIVE 5, Ifema ha diseñado un nuevo Salón del Automóvil de Madrid que incorpora a su calendario de 2014 con un marcado perfil comercial. Un salón que evoluciona hacia un modelo útil y rentable, enfocado a impulsar las ventas y, al mismo tiempo, a dar respuesta a los objetivos de imagen y posicionamiento de las empresas y marcas participantes.

El Salón del Automóvil de Madrid ofrece en definitiva al sector una nueva plataforma de presentación y acceso a nuevas oportunidades de negocio en un contexto regional de gran potencial para dinamizar la industria, con el valor añadido de toda una serie de herramientas orientadas a facilitar las operaciones comerciales y a motivar la compra. De esta manera, junto a los fabricantes y distribuidores de automóviles, el salón contempla la presencia de empresas de servicios, como son entidades financieras, compañías de seguros, compañías de *renting*, electrónica y telefonía, etcétera, así como el desarrollo de múltiples actividades interactivas y de gran atractivo pensadas para integrar a un público entusiasta y amante del automóvil y para hacer de su visita una experiencia única.

Ifema ha diseñado un nuevo Salón del Automóvil de Madrid con un marcado perfil comercial

JAUME ROURA - Presidente de la Federación de Asociaciones de Concesionarios de la Automoción (FACONAUTO)



Los concesionarios, claves para la automoción

Uno de cada tres coches que se matriculan en nuestro país lo hace en la Comunidad de Madrid. El año pasado los madrileños compraron 228.000 coches nuevos y 222.000 de segunda mano. Estas dos cifras muestran la importancia que tiene la Comunidad para la automoción o, sería más correcto decir, para la distribución de vehículos en España. Se puede afirmar que gran parte del peso del sector madrileño de la automoción (con permiso de las fábricas establecidas en su territorio, como la de PSA en Villaverde) lo llevan los concesionarios, que dan respuesta a esta gran demanda. Para ilustrarlo, daré otra cifra: damos trabajo directo a unas 50.000 personas en la región.

El mercado madrileño, como el del resto de España, viene de atravesar seis años muy duros, en los que se ha pasado de vender más de 300.000 unidades en 2008, por ejemplo, a esas 228.000 a las que antes me refería. Los incentivos a la compra de coches puestos en marcha por el Gobierno a finales de 2012 nos han permitido remontar un poco la situación y, aun así, en el caso de la Comunidad de Madrid, el pasado ejercicio las matriculaciones se contrajeron de nuevo, un 2,6 por ciento.

Desde este punto de vista, no podemos hablar de 2013 como de un buen año. Nuestras redes están preparadas para vender muchos más coches, y las cifras actuales quedan todavía lejos de las expec-

tativas que tenemos. En cualquier caso, nuestro principal objetivo del año, que era salvar y mejorar la situación del mayor número posible de concesionarios, creo que se ha cumplido, gracias, sobre todo, a la dinamización que para el mercado han supuesto el plan PIVE y el PIMA Aire.

El mercado tocó fondo antes del verano pasado. Estos seis años de profunda crisis (la peor de la historia, probablemente) han servido para que las concesiones de la Comunidad de Madrid se reorganizaran internamente, mejorando procesos y reduciendo gastos, de tal forma que los concesionarios, en su mayoría empresas familiares, están preparadas para afrontar lo que viene y para dejar a sus sucesores empresas rentables, sólidas y viables.

Con todo, encaramos 2014 con un poco más de optimismo y con el firme propósito de que la mayor parte de nuestras empresas vayan entrando en números *negros* y sigan manteniendo el empleo. Este objetivo, como seguimos pidiendo al Gobierno, pasa por mantener los incentivos que han vuelto a acelerar el consumo en nuestro sector. En este sentido, el Gobierno cuenta con el trabajo y con la ayuda de las concesiones para que, durante este año, se mantengan unos incentivos que están funcionando, gracias a todos los actores de la automoción, permitiendo consolidar una recuperación que todos necesitamos y en la que la actividad de los concesionarios madrileños tiene mucho que decir.

Los concesionarios dan
trabajo directo a unos
50.000 madrileños

JAIME REVILLA - Presidente de Iveco España



La apuesta de Iveco por España

En la primavera de 2012, en un entorno especialmente difícil para la economía española, Sergio Marchionne, presidente de la entonces Fiat Industrial (actualmente CNH Industrial), se reunió con el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, para informarle del plan industrial que Iveco acababa de aprobar para sus plantas españolas. Unas inversiones de alrededor de 500 millones de euros y la creación de unos 1.200 nuevos puestos de trabajo en cuatro años que confirman la apuesta de Iveco por España. Tras el anuncio de Iveco, otros fabricantes del sector de automoción anunciaron planes de inversión en sus plantas españolas hasta un total de unos 4.000 millones de euros.

El plan industrial de Iveco tiene una gran relevancia para Madrid porque ha supuesto convertir la planta de la avenida de Aragón en el centro de excelencia de camiones pesados del grupo y centralizar en ella la producción de estos vehículos en Europa, trasladando el volumen que hasta entonces se hacía en Alemania. Solo unos meses después salió de la cadena de montaje de Madrid el nuevo camión pesado Stralis Hi-Way, que se convirtió en el Truck of the Year 2013, galardón que anualmente otorgan las revistas europeas más importantes de este sector. En opinión del jurado, el nuevo Stralis Hi-Way fabricado en Madrid supone la mejor contribución a la eficiencia del sector del transporte por carretera, en reducción del consumo, seguridad, confort y menor impacto medioambiental.

Tras el Stralis Hi-Way, a finales de 2012 arrancó en la planta de Madrid la

producción del nuevo Trakker, el camión *off-road* que tan buen comportamiento ha tenido en el último Dakar, y a mediados de este año, las versiones con motores Euro 6 de ambos modelos, confirmando la relevancia industrial de la planta de Iveco en Madrid.

España es el primer país fabricante de vehículos industriales de Europa y la factoría madrileña es clave para lograrlo, además de ser la única de camiones pesados que hay en el país y la tercera, por su nivel de eficiencia, de las 64 del Grupo CNH Industrial en todo el mundo. La apuesta de Iveco por España se ha concretado también en el empleo. Desde la puesta en marcha del plan industrial se han creado más de 740 puestos de trabajo y podrían ser más con una recuperación del mercado.

La apuesta de Iveco por España tiene unos sólidos motivos que se pueden extender al resto de factorías del sector. Cuenta con mano de obra competitiva y altamente cualificada y unos acuerdos de flexibilidad que están siendo copiados por otros países. Además, los sindicatos españoles del sector de automoción supieron ver, incluso antes que sus colegas de otros países europeos, cuál era la clave para asegurar el futuro y la creación de empleo. Pero no debemos conformarnos con ser un país que acoge ensambladoras: tenemos que ir más allá y consolidar el futuro. Hay que completar la producción con centros de ingeniería, innovadores e internacionales, que desarrollen los vehículos del futuro y contribuyan a mejorar los procesos productivos. Una apuesta que también está presente en el Plan Industrial de Iveco para España.

La factoría de Iveco en Madrid es la única de camiones pesados de España



5.000.000 m² de zonas verdes.

27 km de carril bici.

300.000 árboles ya crecidos.

Una ciudad accesible para todos.

Una red de transportes que te pone en 10 minutos en Plaza de Castilla.

Ven a Valdebebas y empieza a vivir

Prometimos una nueva forma de hacer ciudad. Y la hicimos. Ahora es una realidad y ya son muchas las familias que han empezado a vivir como soñaban. ¿A qué esperas para venir a Valdebebas y descubrir todo lo que tiene para ti?





La industria farmacéutica española tiene un marcado vínculo histórico con la Comunidad de Madrid. Prueba de ello es la destacada presencia de este sector en la economía de la región. Y es que los mayores productores de medicamentos a nivel internacional —las llamadas ‘big pharma’— tienen su sede para España en Madrid desde principios del siglo pasado. La industria farmacéutica es un sector estratégico para la sociedad, tanto por la naturaleza de su actividad, que investiga, desarrolla, produce y comercializa fármacos que alivian dolencias y curan enfermedades, como por su alta aportación empresarial y económica.

A la conquista del genérico

Adía de hoy la región cuenta con más de 160 laboratorios y más de 80 empresas, fábricas y plantas de producción, que suponen más del 40 por ciento del total nacional, según datos de la Asociación Nacional Empresarial de la Industria Farmacéutica (Farmaindustria). La industria madrileña del medicamento es un *cluster* que factura más de 3.300 millones de euros anuales, según cifras del Gobierno de la Comunidad de Madrid. Además, en 2012, la inversión de la industria farmacéutica en investigación y desarrollo (I+D) en España ascendió a 972 millones de euros, un 0,2 por ciento menos

que en 2011, según la Encuesta sobre Gastos de I+D en 2012 a laboratorios asociados a Farmaindustria. El 45 por ciento del gasto total en I+D de la industria farmacéutica se dedicó a contratos de investigación con hospitales, universidades y centros públicos, que están cobrando cada vez mayor importancia en la estructura de investigación de las compañías.

El principal agente público implicado en esta industria es el Ministerio de Sanidad, a través de la Dirección General de Farmacia y Productos Sanitarios y la Agencia Española del Medicamento, que es el organismo encargado de la mayor

parte de las negociaciones con la industria. En la Comunidad de Madrid las competencias en este ámbito han crecido significativamente en los últimos años y dependen de la Consejería de Sanidad a través de las direcciones generales de Farmacia y Sanidad.

La industria farmacéutica es un *cluster* cuyas sedes comerciales se asientan principalmente en la capital y cuya producción radica en municipios del norte y el este. En general, los laboratorios tienen una gama de negocios muy diversa (especialidades farmacéuticas con patente, genéricos, diagnósticos, especialidades farmacéuticas publicitarias, cosmética y nutricionales) con productos propios y licenciados. No obstante, no solo en Madrid sino en todo el mundo, se enfrenta en estos años a cambios relevantes. El vencimiento de las patentes y el auge de los medicamentos genéricos sitúan a los grandes laboratorios ante un nuevo reto, para el que no pocas empresas han optado por la racionalización de sus estructuras de coste.

Un repaso por algunas de las compañías radicadas en Madrid basta para hacerse una idea de la importancia del sector en la Comunidad. Lilly es una de las diez farmacéuticas líderes del mundo cuya sede en España, que acaba de cumplir 50 años, está establecida en Alcobendas. El complejo posee diez hectáreas y 40.000 metros cuadrados de superficie construida. “Nuestros medicamentos más conocidos están destinados a la lucha contra patologías como la diabetes, oncología, osteoporosis, enfermedades cardiovasculares o del sistema nervioso central”, señala una portavoz de la empresa. Quizá su fármaco más reconocido a nivel mundial sea el antidepresivo Prozac. Otra gran *big pharma* es la estadounidense Pfizer, que factura 950 millones de euros anuales, emplea a 1.132 trabajadores en España y tiene una planta de producción en San Sebastián de los Reyes. “Esta planta está considerada como centro de excelencia para el suministro de medicamentos destinados al tratamiento de distintos tipos de hemofilia y es la única del mundo que fabrica, empaqueta y distribuye productos recombinantes para el tratamiento de la hemofilia A y B”, señalan fuentes de la empresa norteamericana. De hecho, el 95 por ciento de su producción se destina a la exportación. El fármaco más famoso que comercializa Pfizer es la Viagra.

También Roche es un gran grupo farmacéutico con presencia en Madrid.



El gasto farmacéutico de la Comunidad de Madrid supera los mil millones de euros.

La industria madrileña del medicamento factura más de 3.300 millones de euros anuales

Con una plantilla de 1.150 empleados, tiene establecida su sede central en España en el distrito madrileño de Ciudad Lineal, un centro de logística en Getafe y uno de producción en Leganés. “Somos líderes mundiales en el desarrollo de medicamentos contra el cáncer: hemos conseguido introducir en el mercado numerosos fármacos significativamente eficaces”, apuntan desde la empresa. Otras áreas de especialización son las relativas a las infecciones virales, el metabolismo, el sistema nervioso central y las enfermedades inflamatorias. El volumen de ventas de Roche Farma España a fecha de diciembre de 2013 alcanzó los 605.098 euros, según las cifras facilitadas por la propia empresa.

Otro grupo cuya sede española está establecida en Madrid es AstraZeneca, una farmacéutica cuyo volumen de facturación en 2012, tal y como reflejan los datos facilitados, ascendió a 398 millones de euros. Esta empresa, que cuenta con 500 empleados en nuestro país, comercializa medicamentos indicados para el infarto de miocardio, para diabéticos o



En Madrid hay más de 2.700 puntos Sigre.

para el cáncer, pero también antiinflamatorios o comprimidos gastrorresistentes o para rebajar los niveles de colesterol.

Aunque su sede principal está establecida en Barcelona, Novartis tiene su división de medicamentos genéricos y biosimilares (Sandoz) en la Comunidad de Madrid. Sandoz es la segunda compañía mundial en ventas de genéricos, lo que representa en torno al 15 por ciento de las ventas del grupo. También Bayer

o Sanofi Pasteur cuentan con industria en nuestra comunidad autónoma. La primera, aunque tiene su sede principal para España en Barcelona, cuenta en Alcalá de Henares con una fábrica de 30.000 metros cuadrados que emplea a 300 personas. Produce “más de 450 líquidos y cápsulas de gelatina blanda de productos farmacéuticos, cosméticos y complementos alimenticios”, indica un portavoz de la farmacéutica. Sanofi Pasteur, por su parte, está especializada en la producción de vacunas contra el cáncer de cuello de útero, la varicela, la gripe o la hepatitis B, entre otros. La sede principal de esta compañía de origen francés está ubicada en la zona de Campo de las Naciones, en el distrito de Barajas.



Trabajadoras en una farmacia.

En la Comunidad de Madrid existen 3.139 farmacias, 2.128 en la capital

Más de 3.000 farmacias

En la Comunidad de Madrid existen 3.139 farmacias, 2.128 en Madrid capital y 1.011 distribuidas por el resto de muni-

cipios de la región, según datos facilitados por el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid. En ellas trabajan 13.000 profesionales, de los que 7.650 son licenciados. El principal distribuidor de medicamentos es el Grupo Cofares, una cooperativa que en toda España cuenta con más de 9.600 socios farmacéuticos y que en 2013 facturó algo más de 2.700 millones de euros, un 5 por ciento más que en 2012. Según su presidente, Carlos Bosch, “el sector farmacéutico en Madrid tiene una situación envidiable dentro del panorama nacional. El Gobierno de la Comunidad de Madrid ha cumplido exquisitamente con todos los pagos. No hemos tenido ningún problema de retraso ni en los años más duros de la crisis, lo que no ha sucedido en todas las comunidades autónomas”, afirma Bosch.

Como objetivos a corto plazo, Cofares se propone profundizar en la diversificación de actividades logísticas o tecnológicas para coadyuvar a la disminución del gasto farmacéutico, que se estima un 25 por ciento inferior desde que comenzó la recesión. “Esperamos que este año con las mejoras en la economía y la no puesta en marcha de otras medidas de ajuste mejore el consumo y podamos hacer algo más”, indica el presidente del grupo.

10,34 euros: gasto medio por receta

Según un informe estadístico facilitado por la Asociación de Empresarios de Farmacia de Madrid (Adefarma), que realiza evaluaciones interanuales de los principales datos de consumo de medicamentos, en 2013 el gasto farmacéutico de la Comunidad de Madrid superó los mil millones de euros, habiéndose generado más de 97 millones de recetas y siendo el gasto medio por receta de 10,34 euros. Estos abultados datos reflejan que Madrid gasta en farmacia algo más del 10,9 por ciento del total nacional. Y es que en toda España el gasto alcanzó los 9.183 millones de euros, con más de 859 millones de recetas y un gasto medio por receta de 10,68 euros. Estas cifras reflejan una ligera disminución del gasto con respecto al mismo período del año anterior, aunque lo cierto es que el gasto medio por receta se ha incrementado. “Madrid lleva desde el mes de julio de 2013 incrementando el gasto medio por receta, sin que ello suponga unas consecuencias demasiado graves, por cuanto tiene uno de los gastos medios más bajos de todas las comunidades autónomas”, señala un portavoz de Adefarma.

Medidas de ajuste

Desde 2010, la necesidad de reducir el déficit ha llevado a las distintas administraciones, tanto central como autonómicas, a poner en marcha severas medidas de ajuste presupuestario que han alcanzado al Sistema Nacional de Salud y, por tanto, al gasto farmacéutico, transformando radicalmente el mercado español del medicamento. Entre 2010 y 2012 se han aprobado cuatro reales decretos y un amplísimo abanico de decisiones adoptadas por las comunidades autónomas han conducido a una reducción sin precedentes de la factura pública farmacéutica.

Uno de los asuntos que más directamente han tenido incidencia sobre el sector farmacéutico es el tema del copago. La medida más drástica fue impulsada por la actual ministra de Sanidad, Ana Mato, que subió los precios de referencia (actualmente el consumidor paga una media del 10 por ciento del producto, cuando antes la media era del 5 por ciento) y excluyó 400 medicamentos de la financiación pública.

Además, el 1 de octubre Mato profundizó en el recorte estableciendo un nuevo copago a 42 fármacos de dispensación hospitalaria, indicados para el tratamiento de pacientes crónicos, por ejemplo enfermos de cáncer, hepatitis o artritis, que pagarán un tope de 4,20 euros por cada envase.

La Comunidad de Madrid acató la nueva normativa, pero aún no se ha implantado pues, según Sanidad, está realizando las adaptaciones necesarias (informáticas y en la organización del trabajo) en los servicios de farmacia de los hospitales. A diferencia de Madrid, los dirigentes de otras regiones españolas como Canarias, Andalucía, Aragón, País Vasco, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Castilla y León y Baleares anunciaron al final del año pasado que no aplicarían esta medida, bien por rechazo ideológico o bien por tener problemas para su implantación.

De cumplirse las previsiones que actualmente maneja Farmaindustria, el gasto farmacéutico público se reduciría en más de 4.100 millones de euros.



Sede de Bayer en Madrid.



Sede de AstraZeneca en Madrid.

Una de las últimas novedades legislativas que afectan directamente a las oficinas de farmacia de la región ha supuesto una

modificación de la ley de Ordenación y Atención Farmacéutica de la Comunidad de Madrid, que viene aprobada en la ley

Madrid tiene uno de los gastos medios por receta más bajos de toda España

de acompañamiento de los presupuestos de 2014, en virtud de la cual se han cambiado los baremos para abrir una botica. Y es que si antes para poner en marcha una farmacia se primaba la experiencia profesional sobre un buen expediente académico, ahora esto ha dejado de ser así. La necesidad de la reforma viene motivada porque la lucha para conseguir una licencia nueva entre recién licenciados y farmacéuticos que ya fueran dueños era muy desigual, ya que el sistema favorecía el monopolio del sector por los profesionales más veteranos.

Reciclaje de medicamentos

Los laboratorios farmacéuticos han de cumplir con lo dispuesto en la normativa medioambiental y sanitaria, para garantizar la correcta gestión de los residuos de envases y restos de



Llega la receta electrónica

Las farmacias de Madrid se encuentran inmersas en un proceso para la generalización de la receta electrónica (eReceta), un sistema informatizado que permite al médico grabar su receta en la tarjeta sanitaria en lugar de escribirla en un papel. En enero de 2014, según datos de Sanidad, la receta electrónica ya había sido desplegada en 32 centros de salud, 81 consultorios locales y 238 farmacias de la región. El Gobierno calcula que pasado el segundo semestre del año todos los madrileños podrán hacer uso de este dispositivo, que supondrá que el médico prescriba la medicación al paciente grabándola en su tarjeta sanitaria habitual, mediante un sistema informatizado “privado y seguro”.

Después, los farmacéuticos podrán consultar la prescripción mediante un lector de tarjetas previamente instalado. “Una sola receta podrá llegar a abarcar un año de tratamiento, lo que será muy práctico, por ejemplo, en el caso de los pacientes crónicos”, explicó durante un acto de presentación del sistema el presidente de la Comunidad de Madrid, Ignacio González. Con la total implantación de la eReceta se culminará una promesa electoral que viene coleando desde 2007.

medicamentos que se generan en los domicilios particulares. Sigre Medicamento y Medio Ambiente, S.L. (Sigre) es la entidad que cuenta con la participación activa de todos los agentes del sector, vela por el cumplimiento de esta legislación y opera con los medicamentos en la planta de Tratamiento de Envases y Residuos de Medicamentos que posee en Tudela de Duero (Valladolid).

Por su parte, la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) elaboró una Ordenanza Marco de Residuos para ayudar a las entidades locales en el proceso de recogida, transporte y gestión de los residuos generados en los hogares, comercios y servicios. La ordenanza establece que “los medicamentos caducados, los medicamentos en desuso, los restos de medicamentos y sus envases



Arriba, una farmacia; abajo, justificantes de recetas electrónicas.

serán entregados por los ciudadanos en los puntos de recogida Sigre, en aquellas farmacias donde los hubiera”. Asimismo, se indica que solo en aquellos casos en que no exista ningún punto Sigre en el municipio, estos residuos se podrán llevar a un punto limpio. Los madrileños tienen a su disposición un total de 2.783 puntos Sigre, repartidos por todo el territorio.

HUMBERTO ARNÉS - Director general de Farmaindustria

La industria farmacéutica apuesta por Madrid



La industria farmacéutica innovadora presente en España se asienta, principalmente, en dos áreas territoriales: Madrid y Cataluña. Farmaindustria, que es la patronal representativa del sector, cuenta con 85 laboratorios asociados con su sede social en la capital de España y en su comunidad autónoma, el 45 por ciento del total de miembros de la asociación.

Las compañías farmacéuticas radicadas en Madrid son tanto laboratorios españoles como filiales de grandes multinacionales que disponen en la capital de oficinas, centros logísticos de distribución, plantas de fabricación e incluso destacadas unidades de investigación.

Es, precisamente, la apuesta de la industria farmacéutica por la innovación y el desarrollo de nuevos medicamentos que puedan contribuir a mejorar la calidad de vida de los pacientes una de las principales características que definen la idiosincrasia de este sector.

De hecho, y a pesar de la crisis, el sector farmacéutico mantiene en España su compromiso con la I+D y sigue siendo locomotora de estas inversiones en nuestro país, a pesar del difícil momento que atraviesan muchas compañías como consecuencia de las medidas de contención del gasto farmacéutico.

En 2012, último dato disponible, la inversión de la industria farmacéutica en investigación y desarrollo (I+D) en España ascendió a 972 millones de euros, de los que el 45 por ciento se dedicó a contratos de investigación con hospitales, universidades y centros públicos (I+D extramuros), que están cobrando cada vez mayor importancia en la estructura de investigación de las compañías farmacéuticas.

Ese gasto extramuros superó en 2012 los 461 millones de euros, 96,4 de los cuales (el 21 por ciento) se invirtió en la Comunidad de Madrid, la autonomía que concentra la mayor parte de esta apuesta de la industria farmacéutica por la I+D.

Farmaindustria, por su parte, refuerza esa apuesta del sector estableciendo relaciones de cooperación y colaboración con las autoridades públicas con el objetivo de construir entre todos el mejor escenario posible para la llegada a nuestro país de inversiones en I+D de la calidad y el potencial que puede ofrecer la industria farmacéutica en esta materia.

Ejemplo de este afán es la inversión que la industria farmacéutica llevó a cabo en 2010 en la Comunidad de Madrid en el marco del llamado Programa +i de Cooperación en Investigación Clínica y Traslacional, por el que se destinaron seis millones de euros a 26 iniciativas distintas de impulso a la I+D+i biomédica en la región.

Estos datos ponen de relieve el compromiso de la industria farmacéutica con la economía del país en general, y de Madrid en particular, y su voluntad de seguir contribuyendo al nuevo modelo productivo que necesita España para salir de la crisis. En un escenario más positivo para las compañías farmacéuticas estas inversiones podrían seguir creciendo muy por encima de lo que lo han hecho.

Madrid concentra el
21% del gasto
extramuros de I+D
farmacéutica en España

MANUEL MARTÍNEZ - Director de la planta de Bayer en Madrid (Berlimed)



Recuperar la competitividad perdida

La industria farmacéutica tiene una larga tradición en España y, en especial, en la Comunidad de Madrid. Son muchas las empresas que a lo largo de los años han decidido ubicar en esta región sus centros productivos. Ello ha permitido el desarrollo de un potente tejido industrial soportado principalmente por unos profesionales altamente cualificados y por un parque de proveedores muy competitivo. Esta situación se ha mantenido a lo largo de los años hasta culminar a principios del año 2000, cuando eran muchas las empresas que tenían ubicados en Madrid no solo centros productivos, sino también importantes centros de investigación y desarrollo y delegaciones con poder de decisión internacional.

En los últimos años esta situación se ha deteriorado debido a la crisis económica y a las nuevas medidas introducidas por el Gobierno, que han impactado negativamente en la industria farmacéutica innovadora. Todo ello ha provocado que algunas plantas de producción de compañías multinacionales hayan cerrado buscando entornos más favorables y su lugar haya sido ocupado por productores de genéricos o para terceros. Si bien la industria de genéricos es fundamental y ha permitido en cierto modo mantener el nivel de empleo, este nuevo entorno ha supuesto un sacrificio de los procesos de alto valor añadido asociados a los medicamentos novedosos, algo que lamentamos desde la industria innovadora.

A pesar de esta situación, existen áreas de mejora que pueden ayudar

a recuperar la competitividad perdida del sector farmacéutico en Madrid. Por ejemplo: una mayor celeridad en los procesos burocráticos, un nivel impositivo más competitivo y en línea al de otros países de la Unión Europea, un mercado laboral más flexible y unos costes energéticos al mismo nivel que el de otros países de la zona euro. La mejora de estos factores ayudaría a la recuperación de nuestro sector y le permitiría seguir contribuyendo con el PIB de esta región.

Muestra de que aún se puede reconducir la situación es el caso de Bayer, que, a pesar de este entorno desfavorable, ha sabido adaptarse y ha podido redirigir sus operaciones apostando por una mayor flexibilidad, una consolidación de costes más competitivos y, sobre todo, un aumento de la exportación. A día de hoy, más del 90 por ciento de la producción de la Planta de Berlimed, en Alcalá de Henares, se destina a la exportación. Además, hemos seguido invirtiendo en I+D y, de nuestros cerca de 300 empleados, 20 se dedican enteramente a tareas para la introducción de nuevos productos. Y todo ello contando con el apoyo de la administración local y el compromiso de la multinacional por seguir apostando por este país.

Si queremos que el sector farmacéutico recupere su potencial y vuelva a convertirse en motor económico de esta comunidad, la industria y la administración deben trabajar de forma conjunta y con una mentalidad abierta.

La industria y la administración deben trabajar juntas y con una mentalidad abierta

JAVIER ELLENA - Presidente de Lilly España, Portugal y Grecia



La apuesta por el crecimiento sostenible

El papel del sector farmacéutico en la creación de riqueza, tanto en la Comunidad de Madrid como en el resto del país, es indiscutible. La industria farmacéutica genera 18.000 empleos directos en la región, el 27 por ciento de todo el país. La fabricación del sector farmacéutico supera el 8 por ciento del sector industrial madrileño. Esta aportación del sector repercute además tanto en su contribución al PIB como en la inversión del sector en I+D y también en las exportaciones. Pero esto no es todo: el sector farmacéutico genera conocimiento y eso es esencial en un crecimiento sostenible. Es una apuesta por el futuro.

Esta es la misma apuesta que se espera de la Comunidad de Madrid desde el sector. Las farmacéuticas son empresas de ciclo largo. Esto quiere decir que, debido a lo extenso del período necesario para el descubrimiento y desarrollo de un fármaco, el resultado de las inversiones tiene lugar en el largo plazo. Por ese motivo, a la hora de elegir un lugar para desarrollar inversiones, las casas matrices necesitan disponer de una serie de garantías, como la estabilidad y como unos criterios que definan cómo se va a configurar el marco de acción y cuál va a ser la política sectorial en los próximos años. Son muchas las filiales que compiten para llevarse esta confianza y debemos hacer lo posible para que se siga viendo en España, y concreta-

mente en Madrid, un buen destino para esas inversiones.

Los datos recientes nos alertan de que en los últimos años se ha producido un peligroso proceso de desindustrialización. Ello supone un claro riesgo para la Comunidad y para el país. A la hora de diseñar la oferta del tejido industrial, no podemos apostar únicamente por la variable costo, pues esta es una opción cortoplacista; también hay que apostar por la calidad y la competitividad para establecer un modelo sostenible, para lo que es indispensable establecer un entorno favorable a la inversión.

En Lilly lo entendemos así: la apuesta por la calidad y la competitividad, por la generación de conocimiento que enriquece a nuestros empleados, a la compañía y a toda la sociedad, gracias al establecimiento de alianzas generadoras de valor añadido. Eso ha permitido que hayamos cumplido 50 años de éxito en Madrid. En Alcobendas contamos con un centro de investigación puntero, el segundo más importante de la compañía en el mundo; con una planta de producción que exporta a más de 120 países, con elevados niveles de productividad y con 1.200 empleados satisfechos con su trabajo, que cada año renuevan su confianza con Lilly, situándola entre las diez primeras del *ranking* Best Place to Work que mide las mejores empresas para trabajar en España.

Debemos hacer lo posible para que se siga viendo en Madrid un buen destino para las inversiones de ciclo largo

Líderes editoriales



Si los libros dejaran un rastro de tinta desde su origen hasta las manos del lector, Madrid se encontraría en el otro extremo en cuatro de cada diez casos. Y es que aquí se concentran unos 300 sellos editoriales que lanzan, entre todos, más de 35.000 títulos al mercado cada año. Cuna por excelencia del libro de texto y del libro infantil y juvenil, Madrid también tiene otros liderazgos menos conocidos, como el del libro-catálogo de arte, un producto que la región proporciona a los museos más importantes del mundo. En cuanto a las artes gráficas, las empresas madrileñas del sector están viviendo una edad de oro de innovación y creatividad. Madrid está escribiendo con letras de oro el futuro de la cultura impresa.

Madrid es la segunda potencia nacional en edición de libros, solo por detrás de Cataluña, con un 43 por ciento de la producción editorial de todo el país. Existen 333 sellos registrados en el Gremio de Editores de Madrid, aunque este abarca también alguna que otra editorial con

sede en otras regiones como Extremadura o Aragón, que no cuentan con un gremio propio. Aun así, y aunque los datos más recientes datan de 2012, los expertos afirman que son unas 300 las empresas que se dedican efectivamente a esta actividad en toda la región. Y, a pesar de que la crisis les ha infligido una *mordida* del 35

por ciento desde 2008, entre todas ellas continúan facturando más de mil millones de euros.

Y es que, como recuerda Rosalina Díaz, recién reelegida presidenta de la Asociación de Editores de Madrid, “aunque han bajado los ingresos, no se ha dejado de editar”. La variedad de títulos que se lanzan al mercado continúa siendo muy grande: en 2012 se editaron 35.000 títulos, si bien se imprimen menos ejemplares de cada uno de ellos. La tirada media ha acusado en los últimos años una caída sostenida, hasta situarse en 3.500 ejemplares, según los últimos estudios.

En cuanto al número de empleados en las empresas editoriales madrileñas, la media se situó en 2012 en 20, por encima de la media nacional, que se quedó en 16. En total, según los datos de las empresas agremiadas, el sector editorial da trabajo directo a 6.551 personas en la región, un

51,6 por ciento del total de empleados de las editoriales en España. De ellas, 2.570 se dedican directamente a la producción editorial.

Pero no hay que olvidar a los colaboradores externos, un perfil de trabajador muy numeroso en el sector editorial, que proporciona a las empresas servicios de maquetación, corrección, traducción o lectura de originales, entre otros. En Madrid, el número medio de colaboradores por editorial se situó en 30; lo que supone que hay unos 10.000 profesionales de ese tipo en la región, aunque esta cifra podría verse reducida en un pequeño porcentaje, ya que es frecuente que un mismo trabajador proporcione sus servicios a más de una editorial a la vez.

La producción del libro de texto está prácticamente centralizada en Madrid

Buena parte de esta actividad la desarrollan los grandes grupos editoriales, cuatro de los cuales, con sede en Madrid, facturan más de 60 millones de euros al año. Unas cifras que tienen mucho que ver con la pujanza del libro de texto, cuya producción está prácticamente centralizada en Madrid, en manos de grandes grupos como Anaya, SM, Santillana u Oxford University Press. Este tipo de libros supone el 12,9 por ciento del total de títulos editados en Madrid durante 2012 y nada menos que el 32,5 por ciento de la facturación de todo el sector y es, con diferencia, el que mejor resiste la crisis económica. Así, por ejemplo, de cada diez euros que factura el Grupo Santillana, 6,8 proceden de la venta de libros de texto. “La fundación de Santillana en Madrid por parte de Jesús de Polanco, a raíz de la ley que universalizó la educación básica en 1960, fue un hito”, explica Mariano Jabonero, director de Relaciones Institucionales del grupo. Después, Santillana comenzó a incorporar otros sellos dedicados a la literatura o al ensayo como Taurus, Alfaguara, Aguilar, Punto de Lectura (bolsillo)... Pero su principal negocio continúa siendo el libro de texto. “El principal reto al que se enfrenta el libro de texto hoy es la digitalización de contenidos. Los docentes son quienes marcan la pauta y demandan cada vez más contenidos digitales, por lo que la edición multimedia y



Los libros de texto son una importante línea de negocio.



Lectores comprando en la Casa del Libro.

la innovación cobran cada vez más peso”, apunta Jabonero. A día de hoy, Santillana cuenta con unos 800 empleados en plantilla en Madrid, el 89 por ciento de los cuales tienen un contrato indefinido, y unos 4.020 repartidos por 23 países.

Según el editor José Manuel Gómez Luque, cofundador de Mr. Garamond y coordinador del Máster de Edición de la Universidad Autónoma de Madrid, el libro de texto ha resistido bien la crisis, con la peculiaridad de que tiene liberalizado el precio, a diferencia de los demás, protegidos con un descuento máximo del 5 por ciento (10 por ciento durante el Día y la Feria del Libro) permitido por ley.

Libros para las nuevas generaciones

Aparte de los libros de texto, el otro gran producto editorial madrileño es el libro infantil y juvenil. “La crisis vino a cortar el grifo del dinero en un cierto momento

de euforia en el que se había creado un buen número de editoriales dedicadas a este segmento”, explica Gómez Luque. “Hay pequeñas editoriales que siguen apostando por nuevas propuestas y que están capeando el temporal a fuerza de imaginación y de oficio, como es el caso de Kókinos o, con un tamaño mucho mayor, como Siruela”, añade. Por su parte, los grandes grupos editoriales han puesto especial mimo en esta nueva línea de negocio que ha traído nuevos *bestsellers* a sus catálogos, como *Geronimo Stilton* (Destino), *Kika Superbruja* (Anaya) o el gran éxito para bebés, *El pollo Pepe* (SM). Su presidente, también líder de la Federación de Gremios de Editores de España, Javier Cortés, insiste en que este segmento es la otra gran “fortaleza” del libro madrileño, para el que trabajan cientos de editores, correctores, ilustradores... Toda una industria dedi-



Puesto callejero de venta de libros.

cada a alimentar la mente de las nuevas generaciones de lectores, “pequeños grandes consumidores de cultura”. Los mismos que, ya de adolescentes, continúan demandando literatura fantástica, vinculada al cine o al *fenómeno fan* del momento. Productos como *Juego de tronos* (Gigamesh) o *Crepúsculo* (Alfaguara) son prueba de ello.

Pequeñas editoriales

Al margen de las grandes cifras de negocio, el grueso de la *tarta* editorial está formado, sin embargo, por las pequeñas y medianas editoriales, que suponen 275 de las 333 empresas que forman parte del Gremio de Editores de Madrid. Su importancia no es tanto cuantitativa como cualitativa. Y es que, como recuerda Rosalina Díaz, en un sector cultural como el que nos ocupa, “no solo dan empleo a mucha gente, sino que además mantienen la independencia cultural”. Y ello lo logran no solo a la hora de dar a conocer a los nuevos escritores, sino de mantener el fondo de catálogo, esos libros que es necesario mantener disponibles o rescatar de vez en cuando del olvido por su interés cultural... aunque por sí solos no basten para sacar a un editor de su crisis particular. Entre todas las editoriales madrileñas, mantienen vivos en sus catálogos más de 200.000 títulos, una variedad más que suficiente para satisfacer la voracidad de la sociedad más lectora de todo el país.

Madrid es, además, la plataforma perfecta para exportar libros, principalmente a América Latina. Si la Feria del Libro es capaz de salvar un año entero a los editores y las librerías, y la Noche de los Libros vuelve a dinamizar las ventas interiores tras el parón posnavideño, Liber, la Feria Internacional del Libro, es el escaparate perfecto para exhibirlos ante los compradores extranjeros, especialmente para las editoriales pequeñas, que no tienen delegaciones en el exterior. Si grandes grupos como Santillana tienen a 600 empleados en Brasil y otros cientos por diversos países latinoamericanos, los pequeños y medianos sellos acuden a este evento para encontrarse directamente con sus clientes. Y los gobiernos latinoamericanos compran muchos libros a las editoriales españolas. “Si en España la facturación alcanza 1.800 millones de euros, las ventas en Latinoamérica superan los 2.000. Se hace un 10 por ciento más de negocio en ultramar que en España”, apunta Díaz.

De la imprenta al lector

En Madrid se venden el 21,3 por ciento de los libros que se comercializan en todo el país. En otras palabras: uno de cada cinco ejemplares son adquiridos en alguna de las 140 librerías asociadas en el Gremio de Libreros de Madrid. Y es que, en relación con la población, el índice de venta de libros es el más alto de toda España, un 7,9 por ciento por encima del que le correspondería por su peso sobre la población total. La *Encuesta sobre Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España* arroja, año tras año, unas cifras muy altas de lectores frecuentes en su tiempo libre en comparación con la media española: en 2012, esta se situó en el 51,9 por ciento, mientras en Madrid alcanzó el 71,3 por ciento.

“El precio medio del libro es de 13 euros, menos de lo que cuesta una ronda de cañas”, apunta Pilar Gallego, presidenta del Gremio de Libreros. La crisis ha azotado también a este sector, cuyo margen de beneficio ronda el 30 por ciento sobre el precio del libro, que está regulado por ley, salvo en el caso de los libros de texto. Sin embargo, aunque han cerrado algunas librerías, han abierto otras en Madrid, con lo cual el número de agremiados se ha mantenido estable estos últimos años. Y es que, recuerda Gallego, “como nunca hemos tenido grandes riquezas, ahora tampoco sufrimos grandes pobreza”.

Sin embargo, y según los datos aportados por CEGAL en 2013, el número de ventas sí ha descendido —nada menos que un 35 por ciento en los últimos cinco años— “por la falta de tráfico de personas hacia las librerías”, explica Pilar Gallego. La solución: innovar. Los lectores ya no solo compran libros en este tipo de establecimientos, sino también en otros puntos de venta como pequeñas papelerías o bazares. Y acuden más a la librería especializada, un modelo de negocio en auge para un público que tiene sus gustos cada vez más claros y segmentados. Por otro lado, como recuerda José Manuel Anta, director general de FANDE (Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones), los lectores compran cada vez más libros en centros comerciales —que tienen sus propias centrales de compra— o directamente a las editoriales, sin intermediarios; o bien a través de Internet, en librerías online como FNAC, Agapea, la Casa del Libro o Amazon. Estas dos últimas cuentan con grandes centros logísticos en la Comunidad de Madrid, desde donde se distribuyen ejemplares a pequeños puntos de venta o directamente al comprador.



Feria del Libro de Madrid en el parque de El Retiro.

Las artes gráficas se reinventan

Las artes gráficas aparecen como un sector asociado tradicionalmente a la actividad editorial, aunque lo cierto es que solo comparten convenio colectivo y una parte del negocio. Y es que, a pesar de que el libro suele ser el primer producto que le viene a uno a la cabeza cuando piensa en ellas, este supone solo un 8 por ciento de todo el sector de las artes gráficas. Estamos, pues, ante una industria mucho más amplia y desconocida para el gran público que la de productos editoriales, en la que Madrid acapara nada menos que un tercio de la facturación nacional, un tercio de los profesionales y el 30 por ciento de las empresas de toda España. Son datos de la Asociación de Empresas de Artes Gráficas de Madrid, que calcula que en Madrid se dedican a esta actividad unas 3.200 empresas, que abarcan un 9 por ciento del tejido industrial madrileño. Producen desde embalajes de todo tipo hasta cartelería, folletos, billetes de tren o de avión, publicidad exterior, etiquetas, tarjetas de visita, catálogos...

Aquí la crisis ha afectado, y mucho, al sector, que busca nuevas oportu-

Unas 3.200 empresas se dedican en Madrid a las artes gráficas

nidades en la creatividad y las nuevas tecnologías. Según las estimaciones de Aurelio Mendiguchía, director técnico del Instituto Tecnológico y Gráfico Tajamar, “en la Comunidad de Madrid ha podido desaparecer un 40 por ciento de las empresas del sector gráfico” desde que empezó la crisis. Ahora, añade, hay una oferta mucho más reducida, formada en gran parte por microempresas formadas por una sola persona —que suponen el 25 por ciento del total—, o a lo sumo dos, y que ofrecen un servicio multicanal. “A muchas empresas les está costando sobrevivir porque no se están adaptando a los nuevos retos”, asegura Mendiguchía, que lleva décadas formando a nuevas generaciones de trabajadores de este sector. Así, hoy en día, la formación del diseñador gráfico no solo se



Labores de edición en SM.

centra en el soporte de papel, sino que abarca el diseño para soportes como el iPad, las tabletas, los *smartphones*...

Esta perspectiva coincide con la de Yago Bolívar, diseñador gráfico, fundador de la Familia Plómez y coordinador del área de Visual Communication de Instituto Europeo Design Master en Madrid. “El boca a boca es la principal carta de presentación de los diseñadores”, asegura Bolívar, y los profesionales madrileños del sector acumulan una experiencia media de 16 años, por lo que ahora se ven obligados a formarse para no quedarse atrás. Desde la Asociación Diseñadores de Madrid (DIMAD), Manuel Estrada insiste en que el diseño ha tenido un gran desarrollo en los últimos años y, dentro de él, el que más ha crecido es el diseño gráfico. Madrid tiene todavía capacidad para absorber a las nuevas generaciones porque, recuerda, “el diseño es transversal” en la actividad económica. Además, cada vez hay más personas interesadas en él, como demuestra la instalación de la Central de Diseño/DIMAD en Matadero, donde se llevan a cabo todo tipo de eventos para profesionales, pero también para todos aquellos interesados en esta actividad.

Algunos productos, como el libro de arte, están viviendo su particular edad de oro en Madrid

Otra prueba de la salud de hierro de la que goza el diseño la encontramos en Las Rozas. Allí, hace apenas dos años, nació U-Tad (Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital), una universidad que daba respuesta a las necesidades de las empresas gráficas y tecnológicas de contar con personas formadas en las últimas tecnologías y tendencias. Se trataba de atender a áreas para las que no había profesionales formados en el mercado, como la animación o el arte digital en nuevos soportes, que en su primer año contó con 200 alumnos y para el curso que viene, que será el tercero, contará ya con 750 alumnos. “Ofrecemos cursos innovadores y de primer nivel”, asegura José Antonio Rodríguez, director del Área de Arte del centro. Un objetivo que consiguen estando en contacto permanente con las empresas e invitando a profesionales a impartir *masterclasses*, conferencias... En el tiempo que llevan de andadura ya han visto surgir varios proyectos de



El bestseller juvenil Harry Potter.

emprendedores, exalumnos del centro, “muy prometedores”.

Con todo, y a pesar del *boom* digital, todavía hay algunas buenas noticias para los soportes en papel y sus derivados. Y es que hay algunos productos que siguen viviendo su particular ‘edad de oro’ en Madrid. Es el caso del libro de arte. Artes Gráficas Palermo, una empresa con sede en Rivas-Vaciamadrid, atiende pedidos de los principales museos del mundo. O del embalaje, que, dentro de las actividades gráficas, es la única que no solo no ha visto disminuir su actividad, sino que ha crecido en estos últimos años.

Una apuesta por la calidad

En la otra cara de la moneda se encuentra Alfonso Méndez, de Encuadernación Sucesores de Felipe Méndez, la empresa dedicada a esta actividad que más factura en Madrid. Y es que, según explica, “es el sector gráfico que más ha sufrido la crisis. Una imprenta siempre puede imprimir otra cosa que no sean libros; pero nosotros no podemos encuadernar otro tipo de productos”. Su receta para salir de la crisis: apostar por la calidad, un aval que consigue que los potenciales clientes acaben confiando en ellos para determinados trabajos de encuadernación muy específicos, como los textos legales o el libro de medicina, en volúmenes grandes y pesados; o libros de texto y memorias de empresas. “Al no estar ligados a una sola editorial, podemos acceder a todo tipo de clientes”, apunta Méndez.

Del papel a la pantalla: el libro electrónico

A pesar de la firme apuesta de las editoriales por el libro electrónico y de la multiplicación de dispositivos de lectura en manos de los lectores, este formato continúa representando menos de un 3 por ciento de la facturación total.

Y es que, recuerda Rosalina Díaz, tiene que luchar contra dos grandes enemigos: la piratería y el IVA del 21 por ciento —frente al 4 por ciento de los libros en formato papel—, ya que está considerado como un servicio. Los editores piden una y otra vez al Gobierno que tome medidas al respecto y tratan de concienciar a los lectores de un uso responsable de Internet, ya que “se descargan cientos de libros que no van a leer en su vida”, lamenta Díaz. “Es difícil estimar el daño que esto produce porque hay una cierta compulsión en la descarga que lleva más a la acumulación que a la lectura. Parece, no obstante, que afecta más a los libros técnicos que a los literarios”, concluye José Manuel Gómez Luque.

Con todo, algunas empresas ya han conseguido rentabilizar este nicho de mercado. Uno de los buques insignia del libro electrónico, que ha apostado firmemente por la autoedición, se llama Bubok y es una empresa madrileña. Su fundador, Sergio Mejías, recuerda que la idea surgió en 2008, cuando los cuatro socios originales concibieron esta plataforma al darse cuenta de lo difícil que era para un autor conseguir que un editor publicara su obra. Hoy, los usuarios de Bubok pueden subir sus obras y comercializarlas —o regalarlas— a cualquier lector sin tener que realizar una inversión y recibiendo el 80 por ciento de los beneficios en pagos mensuales.

Los resultados están a la vista: ya son más de 80.000 los PDF subidos a Bubok por escritores o instituciones, que forman además una comunidad de escritores. La empresa factura actualmente 1,2 millones de euros y tiene a 14 empleados en plantilla. El próximo paso consistirá en abrir una librería física en el centro de Madrid, un objetivo que Mejías confía en alcanzar este mismo año.

ROSALINA DÍAZ - Directora general de Wolters Kluwer España y presidenta de la Asociación de Editores de Madrid



La industria editorial: luces y sombras

Es sabido que España tiene una fuerte industria editorial que se cuenta entre las primeras del mundo. En el último año del que se tiene información completa (ver *Comercio Interior del Libro en España 2012*, Federación del Gremio de Editores de España) se publicaron en nuestro país 88.000 nuevos títulos, existiendo un catálogo superior a los 400.000. Y, a pesar de la crisis, el número de libros que se publican no desciende.

Pues bien, la industria editorial de Madrid supone el 43 por ciento del total, es decir, que Madrid tiene una gran industria editorial que cuenta con más de 300 editoriales asociadas en la Asociación de Editores de Madrid, una producción de 37.000 títulos anuales, casi 7.000 trabajadores directos y unos 10.000 indirectos.

Destaca en Madrid la concentración de editoriales de texto, ya que el 80 por ciento de todos los libros de texto no universitarios que se utilizan en nuestros colegios e institutos los publican editoriales madrileñas. Otra característica destacable es la existencia, junto a las grandes, de numerosas editoriales independientes cuya labor cultural pesa más incluso que su facturación.

La industria editorial, viva y floreciente, está también atravesando dificultades. A la crisis general, que ha reducido la

facturación año a año por la debilidad del consumo, hay que añadir, sin ánimo exhaustivo, la incertidumbre sobre la normativa educativa, que afecta especialmente al libro de texto y por lo tanto a Madrid; la reducción de fondos públicos para la adquisición de material educativo; el IVA digital del 21 por ciento, frente al 4 por ciento de libro en papel; la supresión del canon digital, que compensaba la copia privada y permitía a autores y editores ser recompensados por el uso que se hace de sus textos, sustituido por una cantidad a cargo de los Presupuestos Generales del Estado inferior al 15 por ciento de lo que antes se recaudaba; y, sobre todo, las consecuencias de la piratería digital, de enorme magnitud por la falta de rigor ético de los ciudadanos y de decisión de las autoridades para atajarla, si bien el Proyecto de Ley de Propiedad Intelectual aprobado en Consejo de Ministros de febrero de 2014 inicia el camino para detener estas actividades ilegales, al permitir obtener datos de los titulares de páginas web con contenidos ilícitos sin acudir a la vía penal y al sancionar también las páginas de enlaces a esos contenidos.

Una industria, en definitiva, con futuro, pues ha sabido adaptarse a la revolución digital y a nuevos modelos de consumo y comercialización, pero que hay que cuidar porque en ella nos jugamos no solo dinero, sino también educación y cultura. El futuro de un país.

El 80% de los libros
de texto no universitarios
los publican
editoriales madrileñas

PILAR GALLEGO - Presidenta del Gremio de Libreros de Madrid y de la Feria del Libro de Madrid



Las librerías, espacios culturales necesarios

El sector del libro en España vive un momento delicado. No sé si crítico, pero que sí genera una enorme preocupación.

El año 2013 ha estado, como los anteriores, marcado por un descenso en las ventas en las librerías y, aunque esta caída ha sido menor en el último trimestre, estamos todavía lejos de que se confirmen síntomas de recuperación. Las razones que convergen para que se esté dando esta situación son principalmente dos. Por una parte, la crisis económica que se vive en la Unión Europea y que sacude de manera especial los países del sur. España sigue estando en el ojo del huracán. Por otra, la transformación de los entornos digitales e Internet provocan cambios en la forma de editar, de distribuir y de entender la venta.

La situación actual de contracción de la venta nos empuja a repensar el papel que cada uno ha de jugar y a redefinir tanto la venta *online* como el espacio físico de la librería, y qué debemos hacer en cada uno. Se ha detectado un descenso en los puestos de trabajo de la red librera. Las estructuras grandes sufren en mayor grado esta situación y asistimos ya al cierre de librerías emblemáticas.

¿Qué pueden hacer las librerías en este escenario? Según su tipología deberán situarse de manera diferente. Las librerías especializadas tendrán que profundizar en esa dirección y buscar la complicidad de la edición afín a su especialización. Los editores deben aban-

donar la mala praxis de hacer venta directa y han de provocar alianzas con las librerías de su especialidad. Las librerías generalistas se están abriendo a nuevos modelos de librerías-café: vinos y libros y productos culturales afines emergen cada vez más. La primera red que hay que cultivar es la proximidad. De ahí que surja un nuevo modelo de pequeñas librerías de cercanía donde lo importante es hablar de libros, conversar sobre los libros. Madrid es un buen ejemplo de estos modelos de librerías.

Desde nuestra organización librera estamos contribuyendo a consolidar algunos proyectos para dotar de mayor fortaleza al sector. La implantación de una marca/sello de calidad en las librerías españolas avanza en la buena dirección. Se ha firmado un acuerdo de colaboración con la Plataforma Digital Tagus, lo que ha supuesto que medio centenar de librerías se incorporen a la venta de *e-readers* y *e-books* a través del portal de descargas todostusebooks.com al que se accede a través del portal todostuslibros.com.

La dimensión cultural de la asociación librera sigue mostrándose a través de nuestros proyectos. El Club Kirico sigue sumando librerías y estando presente a través del portal propio de información para mediadores, padres y niños. La celebración del Día de las Librerías cuenta con una gran repercusión en los medios. Un día para mostrar el papel de las librerías en la vida cultural de las ciudades y reivindicar el trabajo de los libreros como dinamizadores de la lectura.

Las librerías generalistas se están abriendo a nuevos modelos de librerías-café y cultivan la proximidad

JESÚS ALARCÓN - Secretario general de la Asociación de Empresarios de Artes Gráficas



El sector tiene futuro

La industria gráfica sigue inmersa en la renovación y la reestructuración que inició tímidamente a comienzos de 2008. Son diversos los factores que están forzando a las empresas a buscar otras dimensiones de tamaño, de mercado y de producto.

Por una parte, el más obvio es que se trata de un sector maduro que además viene padeciendo desde 2007 la competencia de los cambios en los medios y hábitos de comunicación. Esta circunstancia afecta a varios productos, principalmente al sector gráfico vinculado a la publicidad y a la impresión comercial en general, que alcanza casi el 50 por ciento de la actividad de la industria gráfica.

Hemos de admitir el impacto que las redes sociales y los nuevos soportes de comunicación están teniendo en el sector, pero sería aconsejable romper algunos mitos para conocer la auténtica dimensión de ese impacto.

El primer gran mito que convendría desterrar es el medioambiental: por no consumir papel no se salvan ni más ni menos árboles. Resulta que el papel es un producto natural, renovable y reciclable, que se obtiene de plantaciones de especies de crecimiento rápido destinadas a tal fin que de otro modo no existirían.

Otro es el del libro en formato digital, que en el año 2012, aun teniendo a su favor la constante aparición en los medios, solo facturó 74 de los 2.471 millones de euros a los que asciende la cifra global de facturación en el mercado interior del libro.

Otra realidad es que está por demostrar la eficiencia de la publicidad en soportes diferentes al papel. La publicidad en soportes digitales requiere menos inversión pero consigue retornos insuficientes, lo que está provocando que determinados anunciantes estén retornando a la publicidad impresa para vender sus productos, dado el escaso retorno de su inversión en publicidad en soportes digitales.

Algo similar ocurre con las revistas. Las publicaciones periódicas no diarias que han decidido publicar solo en digital no han conseguido mantener la tasa de lectura con la que contaban cuando publicaban en papel, con el consiguiente descenso de inserciones publicitarias. Al contrario, hay revistas de periodicidad semanal o mensual que, aun habiendo desarrollado *webs* y *blogs* complementarios, han decidido que serán en papel o no serán.

Frente a la disminución, probablemente para siempre, de algunos productos gráficos como pudieran ser los billetes de avión, papel de carta, agendas..., nacen otros como consecuencia de la necesidad de hacer tangible lo intangible. Este es el caso de las cajas a través de las cuales se regalan viajes, cenas, sesiones de fisioterapia o de relajación. Un producto gráfico que hace unos años no existía y del cual se venden millones de ejemplares todos los años.

En definitiva, el sector tiene futuro. Todos los soportes tienen su espacio y es la sociedad, como siempre, la que va a decidir qué utilidad le da a cada uno de ellos.

Frente a la disminución de productos como los billetes de avión, nacen otros como las cajas para regalar viajes, cenas o sesiones de relajación

JOSÉ ANTONIO RODRÍGUEZ - Director del Área de Arte y Diseño del Centro Universitario U-tad



Una oportunidad única para formar a nuevos profesionales

Es importante formar a los nuevos profesionales del diseño en un entorno colaborativo

El diseño gráfico ha seguido, durante la constante evolución digital en la que vivimos y de la que disfrutamos, la misma transformación que cualquier otra forma de comunicación.

Por un lado, como diseño en comunicación visual, la necesidad de profesionales se ha multiplicado, a la vez que por otro lado lo han hecho los medios en los que es necesaria su aplicación. Durante los últimos años la proliferación y variedad de dispositivos ha llevado a la generalización de las aplicaciones y contenidos interactivos, y al uso de la animación y de los juegos y aplicaciones para un entretenimiento casual. Esto ha generado una demanda no solo de muchos más expertos, sino, sobre todo, de un perfil distinto.

La formación de los nuevos profesionales no solo debe tener en cuenta las nuevas formas en que las personas interactúan con la información o con los contenidos destinados al entretenimiento. También debe adaptarse a cómo dichos cambios han transformado las estructuras y los procesos de trabajo de las empresas, estén dedicadas a la comunicación de información u orientadas al ocio.

Los contenidos no son solo interactivos para el público al que van dirigidos, sino que también exigen esa interactividad en su concepción y desarrollo, es decir, una colaboración y comunicación

entre los distintos profesionales que participan en su elaboración mucho mayor que la necesaria en la industria tradicional, en la que los procesos de trabajo eran mucho más lineales.

Es importante que se forme a los nuevos profesionales del diseño no solo en la excelencia para desarrollar sus habilidades técnicas y artísticas, sino también en un entorno colaborativo, en el que desde el comienzo de su formación interactúen con profesionales de otros ámbitos como la ingeniería o la administración y dirección de empresas, con los que tendrán que trabajar y colaborar en el futuro. Ese entorno de colaboración es el ecosistema necesario para la formación de personas que integren de forma natural la innovación y el emprendimiento en su futura labor profesional.

El dicho popular de “querer es poder” nunca ha sido más cierto que en el mundo laboral actual. La revolución digital ha llevado a la popularización de las herramientas y al nacimiento de industrias en las que no existen necesariamente como barreras de entrada grandes inversiones ni en equipamiento ni en un equipo humano numeroso. Estamos ante una oportunidad única para formar a los nuevos profesionales del diseño visual y de la comunicación interactiva en “querer”: querer innovar, querer evolucionar, querer emprender, querer, en definitiva, interactuar.



Aeropuerto Adolfo Suárez
Madrid-Barajas
aena aeropuertos

Tu aeropuerto a mano
Nueva aplicación Aena Aeropuertos App

- ✓ Planifica tu viaje: vuelos, puerta de embarque...
- ✓ Organiza tu paso por el aeropuerto: Seguridad, accesos, servicios...
- ✓ Disfruta de todo lo que te ofrece: Aparcamiento, salas vip, tiendas, restaurantes...

 Disponible con iOS y Android

Somos parte de tu viaje, somos parte de ti

Algo está cambiando en el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas

Pronto lo descubrirás

Estamos renovando la oferta de restauración, ocio y tiendas del aeropuerto porque queremos crecer contigo. En restauración una oferta que va desde los restaurantes más populares a los más sofisticados. Para tu ocio, nuevas zonas de descanso donde podrás relajarte y descansar. Y la mejor selección de tiendas. Además en las Terminales T1, T2 y T3, una nueva configuración operativa agilizará y facilitará tu paso por el aeropuerto, un auténtico *hub* para que tu estancia sea aún mejor cada día.

Somos parte de tu viaje. Somos parte de ti.



El núcleo de la química

Uno de los principios básicos de la ciencia moderna dice que todo es física y química. Como tal, su presencia en la industria es totalmente transversal, ya que ofrece un abanico infinito de productos que son utilizados por empresas alimentarias, agrarias, sanitarias, de construcción, de extracción, o llegan, directamente, a los ciudadanos a través de productos de consumo. Su importancia es tal que el Ministerio de Industria mantiene un observatorio profesional específico para la evolución del sector, con la intención de potenciar lo más posible su implantación en el país.

La industria química en España tiene sus dos centros de gravedad más potentes en las comunidades autónomas de Cataluña y Andalucía. Sin embargo, la Comunidad de Madrid cuenta con una presencia significativa en el sector, gracias a albergar la capital, motivo por el que concentra las matrices de las principales empresas nacionales e internacionales, y porque es el nudo de comunicaciones más importante de España y

de la península con Europa y Latinoamérica.

Según datos de la Federación de Industrias Químicas Españolas (FEIQUE), la Comunidad de Madrid albergaba a finales de 2012 un total de 382 empresas del sector químico, un 12,28 por ciento de todo el tejido empresarial nacional, que está liderado por Cataluña. Su estructura es similar a la del resto del país y está mayoritariamente constituida por pequeñas y medianas compañías que



La Comunidad de Madrid alberga más de 380 empresas del sector químico.



Una trabajadora realiza ensayos en un laboratorio.

intervienen de manera determinante en la producción y tienen una cuota significativa en la investigación.

Sin embargo, dada la posición estratégica de Madrid, la región combina grandes empresas que coexisten y coparticipan de los proyectos con las pymes, que tienen habitualmente una estructura empresarial y de actividad más transversal para surtir de efectivos a las grandes. La cifra de negocio regional va acorde con su representatividad nacional, al concentrar un 14 por ciento de todo el conjunto del país.

El químico es el tercer sector industrial que aporta más empleo a la región, ya que da trabajo a alrededor de 17.000 personas de alto nivel formativo, princi-

palmente en el arco norte de la geografía madrileña (especialmente, en las localidades de Alcobendas, San Sebastián de los Reyes, Tres Cantos, Alcalá de Henares o Torrejón de Ardoz, entre otros), aunque también nutre a otros municipios del sur, como Aranjuez y Alcorcón. Su valor ronda los 6.000 millones de euros anuales, con un valor añadido de un 30 por ciento.

Normativa estricta

El sector de la industria química en la Comunidad de Madrid está, sobre todo, centrado en la química de consumo, la especialidad química (transformación), la química básica (pesticidas, fertilizan-

tes, colorantes, etcétera), los productos químicos (explosivos, colas, aceites esenciales, fibras, etcétera) y la química fina (elaboración de principios activos). Además, actualmente se está incidiendo en la química médica, la química industrial y la química de consumo final. Las nuevas tendencias empresariales buscan estrategias de producción que aporten, de este modo, el máximo valor añadido a sus productos a través de plantas cada vez más avanzadas.

Ciertas actividades dentro del sector, como la fabricación de caucho, la química básica y la fabricación de productos químicos (explosivos, colas, aceites esenciales, fibras, etcétera) apenas tienen representatividad en la producción regional. No obstante, también en estos subsectores, empresas de primera línea están localizadas en la Comunidad.

Aparte de las farmacéuticas, la industria química en la que más destaca la Comunidad de Madrid es la del plástico

Aparte de las farmacéuticas, la industria en la que más destaca la Comunidad de Madrid como productora y receptora es la del plástico. Esta industria, sin embargo, mantiene un contencioso con el resto del sector químico, puesto que se considera una actividad aparte. Aunque la generación de transformados plásticos se redujo un 27,85 por ciento entre 2007 y 2012, según datos de la Asociación Nacional de Industrias Plásticas, la región mantiene una de las tasas de producción de estos materiales más alta del país.

La normativa ambiental-industrial en la Comunidad de Madrid presta especial atención a la industria química. Con carácter general, se aplica la Ley 2/2002, de 19 de junio, de evaluación ambiental regional, en proceso de revisión. En el caso de procesos que no impliquen reacciones consideradas como sustancias peligrosas o compuestos orgánicos volátiles, no es necesaria la declaración de impacto ambiental especial.

Aquella industria química en la que no se realicen procesos químicos o biológicos y tenga un almacenamiento inferior a 100.000 toneladas solo necesita evaluación abreviada de impacto ambiental.



Planta de Técnicas Reunidas en Madrid.

Madrid cuenta con dos universidades punteras en investigación química: la Complutense y la Autónoma

En el resto de los casos se requiere una memoria y una declaración ambiental completa. Hasta ocho órdenes, resoluciones, decretos, instrucciones y leyes afectan al sector. Todas estas prescripciones secundan la legislación nacional, que hace especial hincapié en la contaminación y la fabricación a escala.

Todos estos controles legales han supuesto para el sector privado un esfuerzo en el control de sus actividades a la hora de desarrollar procesos productivos que cumplan de forma certificada con los criterios legales de manejo de productos peligrosos, control de fugas, reducción de emisiones de gases nocivos para la atmósfera y destrucción adecuada de residuos sólidos y líquidos de manera segura.

La Comunidad de Madrid está a la vanguardia de la investigación de las distintas disciplinas de la química. Cuenta con los principales centros de I+D+i en el sector, tanto en el ámbito público como en el privado. En los últimos años, han surgido algunos de los principales avances en petroquímica, superconductores, sensores y nuevos materiales.

A nivel público, la región es el territorio más importante de España y el séptimo a nivel mundial en cuanto a investigación química se refiere. Cuenta con dos universidades punteras a nivel internacional: la Complutense y la Autónoma. Reyes Jiménez, decano de la Facultad de Químicas de la UCM, explica que, a nivel de investigación, “Madrid cuenta con universidades muy potentes que son capaces de generar y transmitir conocimiento. Tienen mucha relación con las empresas, ya que aportan la investigación básica fundamental que permite la práctica y, por extensión, el desarrollo de tecnología”.

Organismos punteros

El CSIC también tiene organismos de primera línea a nivel internacional, como el Instituto de catálisis y petroquímica (ICP), el Instituto de Química y Física Rocasolano (IQFR), el Instituto de Química Médica (IQM) y el Instituto de Química Orgánica General (IQOG).

Pero es a nivel privado donde se produce la mayor inversión gracias al impulso de las empresas que desarrollan la investigación necesaria para nutrir su ingente actividad. Repsol posee el campus científico puntero de tecnología petroquímica y energética más importante de España, radicado en Móstoles. Fue inaugurado en 2002 y cuenta con 200.000 metros cuadrados de instalaciones donde, entre otras actividades, 400 científicos estudian a diario productos adelantados al mercado en casi una década, principalmente, de química básica y avanzada. Desde compuestos (plásticos, refinados, asfaltos, cauchos, espumas y lubricantes) y energías (combustibles y bioenergía como Sherlock y Caleidoscopio) a nuevos materiales, motores y tecnologías propias de tratamiento de compuestos. Algunos

Un potencia exportadora

La ciudad de Madrid es una exportadora neta de productos químicos de base y orientados a otras industrias intermedias. De hecho, es el cuarto sector industrial en la ciudad cuyas empresas más exportan al resto del territorio nacional o al extranjero. Un 80 por ciento de su producción se vende fuera de su territorio. Entre 2000 y 2009 el sector químico aumentó sus ingresos de 64.389 a 87.009 millones de euros, lo que representa un incremento del 3,1 por ciento en su balance global. Esa pujanza del sector también se puso de manifiesto en la inversión extranjera en la industria química madrileña, que en la última década alcanzó casi los 3.000 millones de euros.

En 2010, el sector aportaba 758 millones al producto interior bruto de la ciudad y fue de los sectores que menos notaron la pérdida del valor añadido bruto de la industria en la ciudad tras la desindustrialización de la década de los años 90, siendo actualmente su valor estimado de unos 608 millones de euros.

Dentro del marco del sector a nivel regional, según el informe del Ayuntamiento de Madrid sobre la estructura económica de Madrid presentado en febrero de 2014, la capital concentra el 29 por ciento de las compañías y el 26 por ciento de las personas ocupadas en este sector (unas 8.000 personas, sin contar subsectores ni la industria farmacéutica), así como una ingente participación en el tejido empresarial y laboral de otros muchos subsectores químicos relacionados con la belleza, la construcción, los cauchos, los plásticos, la alimentación, la industria textil o la metalurgia.



Centro de producción de BASF en Guadalajara.

de los productos innovadores que ha desarrollado la compañía en este centro son el caucho hidrogenado o el óxido de propileno-estileno, así como una inmensa gama de productos como, por ejemplo, los lubricantes y combustibles del equipo de moto GP que patrocina la compañía.

Según Juan Miguel Moreno, director de Tecnología Química de Repsol, la Comunidad de Madrid, gracias a su sede y a su centro tecnológico, es una pieza clave del ecosistema de la ciencia y tecnología aplicada al sector de la energía y los materiales a nivel mundial. Además, los más de 400 científicos e investigadores que acuden cada día al Centro de Tecnología Repsol constituyen una comunidad científica trectora de proyectos tecnológicos para la Comunidad de Madrid y el resto de España. A su juicio, esta situación implica que la región es el principal *hub* tecnológico de la compañía, secundado por los de Houston y Río de Janeiro.

El 'think tank' nacional

Técnicas Reunidas, otra de las compañías multinacionales españolas más importantes del sector, y miembro tam-

Madrid es una pieza clave del ecosistema de la ciencia y tecnología aplicada al sector de la energía y los materiales a nivel mundial

bién del IBEX-35, tiene su cuartel general en Madrid. Con gran parte de su producción situada en el extranjero, generó unos ingresos en 2012 de 2.652 millones, con un potencial de crecimiento hasta el 2015 de hasta el 48 por ciento. La compañía emplea directamente en la región a unas 4.000 personas y, en todo el mundo, directa o indirectamente, a unas 29.000.

Una de sus joyas es el centro tecnológico que posee en San Fernando de Henares, donde se desarrolla buena parte de los proyectos que luego procesa por el mundo. Un ejemplo es la

tecnología Zincex, un proceso revolucionario para recuperar los metales no ferrosos y, en particular, el zinc. Según Javier Limpo, responsable de I+D de la compañía, "Madrid es indudablemente el *think tank* en el que se desarrolla, al menos, inicialmente, la base de gran parte de nuestros productos. La actividad que aquí se realiza luego se traslada a nuestros centros de producción, lo que genera que se desarrollen procesos productivos en muchos lugares del mundo".

La multinacional alemana BASF posee en Madrid una planta de producción y distribución que se ha beneficiado de la inyección de inversión que ha realizado la compañía en España en los últimos años. Produce, entre otros elementos, materiales de construcción como hormigones, pavimentos, sustancias impermeabilizantes, rellenos o anclajes. Asimismo, crea sustancias químicas básicas como ácido sulfúrico o metanol, productos intermedios como polialcoholes, aminas quirales, plásticos de alta calidad y productos finales de diversa naturaleza, como pesticidas y vitaminas.



Campus de Repsol en Méndez Álvaro.



Ensayos en un laboratorio.

3M, que tiene sus oficinas centrales en San Blas, posee una de las plantas señeras en la Comunidad de Madrid. Afincada en Rivas-Vaciamadrid desde 1957, según fuentes de la compañía, este polígono

desarrolla productos tan cercanos y conocidos para el público como Scotch Brite o el limpiametales como Tarni Shield, que producen íntegramente para el mercado circunscrito a la Unión Europea.

Madrid, capital de las multinacionales

La Comunidad de Madrid tiene una importancia clave para las empresas del sector por su condición de centro financiero y administrativo de España. Además, actúa como *hub* internacional entre Europa y América, al ser el principal nudo de comunicaciones entre Europa y los países latinos, y ser la capital del español, con un público objetivo de más de 500 millones de personas en todo el mundo. Una de cada cuatro empresas químicas multinacionales tiene su cuartel general peninsular en Madrid, lo que le supone perfilarse como el nudo gordiano de un sector que emplea a miles de personas y que exige un alto nivel de cualificación técnica para desarrollar todo tipo de productos. Compañías petroquímicas o de derivados como Repsol, Cepsa o Técnicas Reunidas y multinacionales multiproducto como BASF, Solvay, Henkel, 3M, Glaxo Smith Kline, Procter & Gamble, Exxon, Johnson, Agip o Danosa, son algunas de las compañías radicadas en la región. Y esa presencia lleva aparejada instalaciones de primera línea en materia de investigación, producción y logística.

JUAN JOSÉ ÁLVAREZ - Decano del Colegio de Químicos de Madrid

La industria química en Madrid



La industria química en nuestro país es un sector estratégico. Con una cifra de negocio superior a 56.000 millones, genera el 11 por ciento del Producto Industrial Bruto y más de 500.000 empleos. Es el segundo mayor exportador de la economía española y el primer inversor en I+D+i.

La industria química es uno de los sectores que mejor están aguantando la crisis y, a lo largo de estos años, ha ido aumentando su aportación porcentual al Producto Industrial Bruto español. Además, aunque siempre se piensa en la industria de gran tamaño, más de la mitad de las tres mil empresas del sector son micropymes, con menos de 10 asalariados.

En la Comunidad de Madrid se encuentran radicadas cerca de 400 empresas del sector, un 13 por ciento del total. El número de empresas se encuentra en consonancia con las principales áreas de producción del sector, donde Barcelona, Tarragona y Huelva presentan zonas de alta concentración de industria química, mientras que Madrid se encuentra a la altura de Valencia o Castellón.

En cuanto a la cifra de negocio, la Comunidad de Madrid es la segunda con un 14 por ciento del total, solo por detrás de Cataluña, que alcanza la friolera del 45 por ciento, y delante de Andalucía, con el 11 por ciento.

Un aspecto a destacar de la industria química es que, aunque las ventas del sector prácticamente se han duplicado desde 2000, las exportaciones han creci-

do casi tres veces, sobre todo a la Unión Europea, de manera que las exportaciones representan ya más del 50 por ciento de la facturación. Dado que además se han mantenido estables las importaciones, se está a punto de alcanzar el punto de equilibrio de importación/exportación. La industria del plástico y del caucho, la agroquímica, detergentes, pinturas y tintas, así como la perfumería y la cosmética, son los subsectores más destacados.

Estos hitos se han conseguido gracias a un incremento muy significativo de la productividad, que no se debe exclusivamente a la disminución del número de trabajadores en el sector, sino a no haberse recortado las inversiones en I+D+i y a haberse mantenido el número de personal investigador —que representa el 21 por ciento del total de la industria— y, por lo tanto, el empleo de calidad.

Otro hecho significativo, a pesar de algunos estereotipos, es que la industria química tiene un profundo compromiso con el medio ambiente y eso se refleja en el mantenimiento también de las inversiones en este capítulo.

En conclusión, la industria química en Madrid, aun siendo significativa, debería potenciarse más desde todos los ámbitos institucionales en consonancia con el valor estratégico que tiene. En su conjunto esta industria es sostenible, exportadora y genera empleos de calidad. Por lo tanto, dado el nivel de conocimiento que acumula nuestra comunidad, deberían potenciarse, entre otras, las industrias químicas con desarrollos biotecnológicos que presentan un gran futuro.

Los ámbitos institucionales deberían potenciar la industria química en consonancia con su valor estratégico

ÁUREO DÍAZ-CARRASCO - Director ejecutivo de la Federación Española de Centros Tecnológicos (FEDIT)



Un sector con una apuesta creciente por la innovación

El sector químico engloba subsectores de altísimo componente de innovación y de notable peso en la economía de nuestro país. Sus ámbitos de actuación industrial tienen gran impacto en la actividad vertical que desarrollan buena parte de los centros tecnológicos españoles que representa Fedit, pero también inciden de forma transversal en la I+D que llevan a cabo otros centros que trabajan en otros sectores como construcción, salud, cerámica, minería, óptica, etcétera.

En 2012 el valor de productividad de la industria química alcanzó los 39.471.371 euros, lo que supuso un 7 por ciento del total de la industria española. Un total de 2.631 empresas con más de 80.000 personas ocupadas integran la actividad económica de este sector, cuyo contacto y colaboración con los centros tecnológicos es fundamental para mantener y mejorar su ventaja competitiva. En varios informes que se han elaborado para valorar el impacto del trabajo que desarrollan los centros tecnológicos con las empresas, estas consideran que su colaboración con los centros afecta de manera positiva en el ritmo de crecimiento de su productividad, en sus costes de producción, exportaciones, cifra de negocio y empleo, llegándose a cuantificar en un retorno de 3 por cada euro invertido por la empresa en un centro tecnológico.

Los centros tecnológicos son uno de los mejores ejemplos españoles de coo-

peración público-privada para I+D+i, y representan el 30 por ciento de la actividad innovadora que se realiza en España, lo cual se ve reflejado de forma proporcional en el sector químico y sus subsectores.

De forma general está demostrado que las empresas que cooperan con organismos de investigación superan a las que no lo hacen en todos los indicadores: tamaño, actividad internacional y tasas de crecimiento. De estos, los centros tecnológicos son el único proveedor externo de conocimiento que ha incrementado considerablemente la cooperación con empresas en España. Por ello, desde Fedit queremos insistir en la importancia de que las empresas de este sector sigan apostando por la I+D+i, ya que aprovecharán mejor las oportunidades que ofrezcan la recuperación de los mercados, la aparición de otros nuevos y las nuevas demandas sociales. El sector químico es uno de los que mayor inversión están realizando en I+D, con un 49,72 por ciento de empresas innovadoras, porcentaje muy superior a la media del total de la industria española, por lo que se confirma que la innovación juega un papel muy importante en él. Sin embargo, y aunque sea una de sus principales bazas para asegurar su futuro, no hay que dejar de apostar por fortalecer y apoyar esta línea de actuación. Desde Fedit les recordamos que cuentan con los centros tecnológicos, los cuales destacan precisamente por su aportación y resultados.

Las empresas que cooperan con organismos de investigación superan a las que no lo hacen en todos los indicadores

JUAN ANTONIO LABAT - Director general de la Federación Empresarial de la Industria Química Española (Feique)

El sector químico, en moderado crecimiento



El sector químico se encuentra en un momento de moderado crecimiento en el que va repuntando despacio pero con seguridad, gracias fundamentalmente a su capacidad exportadora, tal como está ocurriendo en otros sectores. Respecto a 2013, si bien el primer trimestre fue bastante negativo al acumular una caída productiva del 7 por ciento, a partir del segundo trimestre la actividad fue recuperándose hasta llegar al mes de diciembre, en el que se registró un ligero crecimiento del 0,3 por ciento para el conjunto del año.

A pesar de que los datos demuestran la capacidad competitiva del sector y su resistencia en un período crítico como el actual, las compañías están operando con márgenes muy ajustados en las ventas exteriores como consecuencia de los elevados precios de las materias primas y la concurrencia de un mayor y creciente número de competidores.

Dado que el desarrollo del ejercicio 2013 ha sido razonablemente satisfactorio, para 2014 se prevé la entrada en un ciclo positivo con crecimientos productivos de entre el 1,7 y el 2 por ciento, y cercanos al 4 por ciento en el caso de las ventas, hasta alcanzar casi los 58.000 millones de euros y del 4,5 por ciento en el caso de las exportaciones mantenien-

do el ritmo actual. En cualquier caso, esperamos que sea el año del arranque definitivo de un ciclo de aceleración del crecimiento del sector en el que, de ratificarse estas previsiones, se superaría en más de un 15 por ciento la facturación de 2007, que fue año previo a la crisis internacional.

Son previsiones positivas del conjunto del sector, pero no se puede obviar que todavía es necesario recuperar el mercado interior. Las exportaciones permiten mantener la actividad productiva, pero los márgenes en el mercado internacional son muy ajustados.

Por otra parte, la crisis ha tenido un impacto muy acusado en el sector industrial español, lo que ha evidenciado, en general, un bajo nivel de competitividad. En el caso del sector químico, y pese a las positivas perspectivas globales que indican que el sector químico será la industria que más crezca a nivel mundial hasta 2030 —por detrás de la energía— con un 4,5 por ciento anual, las empresas del sector contemplan con preocupación el futuro de la actividad industrial en nuestro país, ante la paulatina pérdida de su contribución al Producto Interior Bruto, algo que, por otro lado, ha ocurrido en la práctica totalidad de los países miembros de la Unión Europea.

Las compañías están operando con márgenes muy ajustados en las ventas exteriores como consecuencia de los elevados precios de las materias primas

ARTURO GONZALO - Director corporativo de Relaciones Institucionales y Responsabilidad Corporativa de Repsol



Repsol, una empresa global vinculada a Madrid

La red comercial de Repsol da servicio a millones de madrileños

La vinculación de Repsol a Madrid constituye una de nuestras más importantes señas de identidad. En Madrid se ha ubicado la sede corporativa de la compañía desde su fundación y fue en el parque madrileño donde tuvo lugar, hace ahora 25 años, nuestra salida a Bolsa. En 2012 trasladamos nuestra sede al Campus Repsol, uno de los edificios más notables construidos en los últimos años en la capital, que ha puesto a Madrid y a España en primera línea en el mundo en cuanto a grandes sedes corporativas. En la calle de Méndez Álvaro, Campus Repsol acoge a 4.000 empleados y es un referente en materia de sostenibilidad, accesibilidad y seguridad, expresando de un modo óptimo el compromiso de Repsol con los principios que nos animan y con la ciudad que nos acoge.

En la capital se sitúa también la Fundación Repsol, centrada en promover la dimensión social y sostenible y el emprendimiento en el ámbito de la energía, así como respaldar numerosas instituciones culturales como el Teatro Real, el Museo del Prado o la Biblioteca Nacional. Son también destacables nuestro continuado apoyo al proyecto olímpico de Madrid y los diversos programas de colaboración que mantenemos con las universidades madrileñas. En el área metropolitana se localizan algunas de nuestras actividades más estrechamente vinculadas con el talento y la innova-

ción. Es el caso del Centro Tecnológico de Repsol y el Centro Superior de Formación, en Móstoles, y del centro de Sistemas de Información en Tres Cantos.

La marca Repsol está asimismo muy presente en toda la región a través de la red comercial, que da servicio a millones de madrileños. De hecho, algunas de las propuestas comerciales más avanzadas de la compañía se han lanzado con carácter pionero en la comunidad madrileña, como es el caso del Autogás, disponible ya en 31 estaciones de servicio. En el contexto de nuestra implicación en los desafíos energéticos de la región, me gustaría destacar nuestra participación, como patronos fundadores, en la Fundación de la Energía de la Comunidad de Madrid desde el inicio de su andadura en 2006.

En conjunto, 5.600 empleados de la empresa desarrollamos cada día nuestra actividad en Madrid, aplicando los valores corporativos de flexibilidad, innovación, transparencia, responsabilidad e integridad. Lo hacemos junto a todos aquellos que impulsan las actividades productivas de Repsol en otras regiones de España y en más de treinta países del mundo, tratando de ofrecer lo mejor de nosotros a la sociedad de la que formamos parte. Repsol es hoy una empresa global que nunca ha dejado de sentirse en casa en Madrid.



Edificio Sede Central



Edificio Plus Ultra Seguros **1913-2013**

Más allá del pasado, está nuestro futuro



sector servicios



actividades financieras seguros
 EDUCACIÓN juego servicios sociales agua
 comercio administración pública
 transporte de viajeros
 seguridad publicidad
 transporte de mercancías





Un gigante en transformación

Con más de un millón de alumnos en las enseñanzas del régimen general en la Comunidad de Madrid, la educación es un sector con gran peso económico y social. Tras años de recortes y reformas, colegios, institutos y universidades públicas viven una situación complicada, lo que no es óbice para estar bien situados en algunos estudios comparativos.

La educación es uno de los principales gastos de las administraciones y las familias. En el presupuesto regional representa casi el 25 por ciento, con un total de 4.225 millones en 2014, destinados a financiar tanto la educación pública en todos sus niveles como los conciertos con centros privados. En total, en la Comunidad de Madrid hay 1.604.600 niños, jóvenes y adultos que estudian (1.137.000 en régimen general, 106.800 en régimen especial, 91.800 en escuelas infantiles y 268.800 universitarios) repartidos por los 3.500 colegios, escuelas infantiles, institutos, conservatorios, escuelas oficiales de idiomas, centros de adultos y por las seis universidades públicas y las ocho privadas de la región. En total, la educación en Madrid representa el 4 por ciento del valor añadido

bruto de la Comunidad y da trabajo a 169.000 personas.

Tras el País Vasco, en el que históricamente la educación concertada ha tenido gran importancia por la presencia de las ikastolas, Madrid es la comunidad autónoma con mayor peso de la educación concertada y privada, aunque la pública siga teniendo un especial predominio, con un 54,9 por ciento frente al 68,3 por ciento de la media nacional. También es donde más extendida está la escuela privada.

Y, en los últimos años, Madrid está siendo un banco de pruebas de importantes novedades en el sistema educativo. Destaca la implantación de la educación bilingüe, que llega ya a 318 colegios y 91 institutos públicos. Madrid también ha sido pionera en implantar la Formación Profesional Dual, que, de momento, llega

a más de mil alumnos repartidos en ocho centros, de los 70.298 matriculados en Formación Profesional. Además, la consejería ha implantado el Bachillerato de Excelencia, destinado a mejorar la formación de los alumnos con mayores capacidades y en el que estudian 359 alumnos, y ha facilitado, asimismo, la libertad de elección de los padres con la denominada área única educativa. También ha puesto en marcha pruebas externas para medir el nivel educativo de centros y alumnos.

Todas estas novedades han coincidido con una serie de recortes económicos que ha dejado la partida de Educación en 4.225 millones frente a los 4.779 millones de 2010. Estos recortes se plasmaron en una disminución del número de profesores, la pérdida de apoyos para los alumnos con problemas y el aumento



Niños en una clase de inglés.



Alumnos de Formación Profesional Dual.

de la ratio de alumnos por profesor, lo que provocó el surgimiento de la llamada *marea verde*, que ha protagonizado multitudinarias manifestaciones y huelgas. “La Consejería de Educación continúa su camino de privatización y desmantelamiento de la escuela pública”, afirma José Luis Pazos, presidente de la principal federación de asociaciones de padres y madres de Madrid, la Giner de los Ríos.

Junto a ello, se ha producido un aumento de las tasas en universidades, con una subida del 65 por ciento en dos años; de la FP, que ha pasado de ser gratuita a costar 400 euros por curso, o de las que se pagan en las escuelas infantiles, de idiomas y conservatorios. A su vez, los requisitos para acceder a una beca del ministerio se han endurecido y ahora se exige nota mínima. También han descendido los recursos de la Comunidad para ayudas de libros y comedor, que antes llegaban a 110.000 familias y ahora beneficia a 40.000.

A pesar de la menor dotación de recursos, el Informe PISA realizado en 2012 continúa situando Madrid entre las regiones mejor posicionadas dentro y fuera de España. El estudio realizado a alumnos de quince años de los países de la OCDE, uno de los de mayor relevancia en el sector educativo, sitúa a los estudiantes madrileños como los que mejor leen del país, los segundos en ciencias y los cuartos en matemáticas. El Gobierno regional suele destacar que los resultados de PISA refrendan las reformas aplicadas durante los últimos años.

Los datos son bien valorados igualmente por Almudena Armijo, directora del Centro de Educación Infantil y Primaria Méjico, que quedó primero en la última prueba de nivel de Conocimientos y Destrezas Indispensables de 6º de Primaria (CDI), que realiza la Consejería de Educación. “Madrid ha quedado bien

Madrid está siendo un banco de pruebas de importantes novedades en el sistema educativo

en el informe PISA. Se ha atacado a los funcionarios, cuando somos los que defendemos la escuela pública. Pedimos que la educación concertada y la pública se promocionen igual y que los recursos sean iguales”, afirma. Armijo también explica cómo se trabaja ahora en los centros. “Tenemos que afrontar muchos recortes, sobre todo en el profesorado, lo que influye en los niños. Lo sacamos adelante gracias al esfuerzo de los profesores, que hacen su trabajo y el de los que no están. También se han reducido las becas y las familias lo han notado”, asegura.

En Madrid tiene gran peso la educación concertada, que representa un 30 por ciento de las enseñanzas de régimen general, que cubre la educación entre los 3 años y Secundaria, y cuenta con 568 centros, incluyendo también escuelas infantiles. Emilio Díaz, secretario regional de Escuelas Católicas, la mayor patronal del sector, destaca su importancia a nivel cualitativo. “Primero, somos una opción muy demandada socialmente, ya que trabajamos con calidad, con acompañamiento de los alumnos y optimizando extraordinariamente los recursos económicos. Y en segundo lugar, somos relevantes porque sin la concertada sería imposible la libertad de elección de las familias, que es un derecho constitucional”, indica. “Mientras algunos pretenden ver un modelo educativo subsidiario del modelo público, la verdadera razón de ser de la escuela concertada es la com-



Estudiantes universitarios.

plementariedad con el modelo público”, argumenta, por su parte, Julio González, director de la Red de Centros La Salle Madrid, que cuenta con seis colegios y un centro universitario en la región.

En cuanto a la educación privada, hay 1.101 centros, entre los que se encuentran 896 escuelas infantiles. El director del Eurocolegio Casvi, Juan Luis Yagüe, destaca que “los centros privados vamos marcando los pasos en temas de innovación educativa. Solemos ser los primeros en la introducción de nuevas tecnologías y metodologías, como en enseñanza de idiomas”. “La educación privada se ha convertido en el gran dinamizador del sector educativo”, asegura en el mismo sentido Jaime García Crespo, CEO del Grupo Educación y Sistemas, titular de tres colegios Base, entre otros centros.

La educación concertada y privada también ha notado la crisis. “Los recortes nos han afectado particularmente, con el agravante de que la escuela concertada siempre ha estado insuficientemente financiada”, señala Emilio Díaz, secretario regional de Escuelas Católicas. Además, los privados han perdido alumnos debido a la situación económica y a la competencia de un mayor número de centros concertados. Entre sus reivindicaciones se encuentra “una autonomía total del proyecto”, según apunta el CEO del Grupo Educación y Sistemas, o “la

financiación directa a las familias para fomentar la competencia entre centros y mejorar la calidad de la enseñanza”, como propone el director de Casvi.

En estas circunstancias, la educación se prepara ahora para adaptarse a la Ley Orgánica de Mejora de Calidad Educativa (LOMCE), la séptima reforma de la democracia, que también nace sin consenso y con mucha polémica. “La LOMCE es una reforma lamentable. Las reválidas, que son iguales que las del franquismo, servirán para dar una salida rápida del sistema educativo a una parte importante de jóvenes”, indica Ana García, secretaria general del Sindicato de Estudiantes.

Desde la educación privada y concertada tampoco se ve bien. “Ni la LOMCE ni el sistema de evaluación que lleva parejo enfocan los problemas reales a los que se van a enfrentar nuestros alumnos en el futuro. Ya no necesitamos educar en contenidos, sino en competencias sobre la base de esos contenidos”, opina el CEO del Grupo Educación y Sistemas. “El primer reto es el pacto educativo que fije un modelo consensuado, centrado en los alumnos y no en los vaivenes políticos. Por tanto, se impone un pacto a nivel nacional sobre educación”, señala, por su parte, el director de la red de centros La Salle en Madrid.

Región universitaria

Madrid es la comunidad autónoma con más estudiantes en sus universidades. Según los datos del curso 2011-2012, había matriculados 268.800 alumnos entre las seis universidades públicas y las ocho privadas que hay en la región. Es el 17 por ciento del total de la población

universitaria del país. “Madrid es una comunidad muy competitiva a la hora de atraer talento y riqueza debido a su sistema universitario, alrededor del cual se ha generado un sector productivo basado en la investigación, la tecnología y el conocimiento. Según el *ranking* QS, Madrid se encuentra entre las 20 mejores ciudades del mundo con más de 250.000 habitantes para realizar estudios superiores”, apunta José María Sanz, rector de la Universidad Autónoma de Madrid y actual presidente de la Conferencia de Rectores de las Universidades Madrileñas (CRUMA).

Madrid es la comunidad autónoma con más estudiantes en sus universidades

No obstante, las universidades públicas madrileñas se encuentran en una situación difícil: “Desafortunadamente, el prestigio de las universidades puede cambiar rápidamente, pues los recortes, la falta de financiación y las condiciones en que estamos desarrollando nuestras funciones básicas se traducirán en una pérdida de competitividad para la atracción de estudiantes, investigadores y profesionales creativos y de talento”, dice Sanz.

“Temo que estos años que estamos sufriendo produzcan un cambio radical en el concepto de carrera académica de los jóvenes españoles. Poco a poco, las familias pensarán en si pueden o no pagar

una carrera a sus hijos. Tengo verdadero pánico a que hayan cambiado la universidad para siempre. Y mucho me temo que esto no ha hecho más que empezar”, comenta Luis Cereijo, portavoz de la Coordinadora de Representantes de Estudiantes de Universidades Públicas de la Comunidad de Madrid.

La Comunidad, que monitoriza la situación de las universidades, asegura, no obstante, que “carecen de problemas de sostenibilidad y que, al igual que las administraciones públicas, las empresas o las familias madrileñas, han tenido que reajustar sus gastos a causa de la crisis”. También ha anunciado que el próximo curso no volverá a subir las tasas.

Por su parte, las universidades privadas de Madrid van ganando terreno. “Frente a la tradición e historia de las universidades públicas, las privadas defienden su juventud, que ha permitido inculcar desde sus orígenes un destacado espíritu innovador, una búsqueda permanente de la excelencia y una estructura académica dinámica y flexible”, señala Jesús Núñez, presidente de Asociación de Centros Autónomos de Enseñanza Privada (Acade) y de la Universidad Alfonso X el Sabio. “Estos rasgos distintivos han permitido que en poco tiempo, las universidades privadas se hayan consolidado y que ya matriculen a unos 170.000 estudiantes, lo que supone alrededor del 12 por ciento del alumnado de los estudios de grado. En esta misma línea, los estudiantes que realizan másteres oficiales en universidades privadas alcanzan la cifra de 27.283, lo que supone prácticamente el 25 por ciento del alumnado total”, dice Núñez.



Aula permite a los jóvenes explorar sus opciones universitarias.

JOSÉ MARÍA SANZ - Presidente de la Conferencia de Rectores de las Universidades de Madrid (CRUMA)



Competencia internacional y atracción del talento

Madrid es una comunidad muy competitiva nacional e internacionalmente debido, en gran medida, a la calidad de su sistema universitario, alrededor del cual se ha generado un sector productivo basado en la investigación, la tecnología y el conocimiento. Las universidades madrileñas reúnen un importante volumen y diversidad de estudiantes tanto de otras comunidades como de otros países y, en lo que a docencia se refiere, ofrecen una variedad de estudios de grado y de posgrado que cubren todas las áreas de conocimiento.

Las seis universidades públicas de Madrid son Campus de Excelencia Internacional, un proyecto que surgió en 2008 para impulsar los indicadores de las universidades españolas en los *rankings* internacionales. La globalización de la educación superior se traduce en un incremento de la competencia internacional por la atracción de los mejores estudiantes, profesores, investigadores, en definitiva, talento; y por la consecución de recursos financieros.

Paradójicamente, los recortes sufridos durante los últimos años han mermado nuestra capacidad de mejora y dificultan el trabajo diario. Los campus se encuentran en un punto de inflexión generado por la disminución de los recursos públicos. Esto, unido a las elevadas tasas en las universidades madrileñas, mucho mayores que en otras comunidades, hace que Madrid tenga que afrontar una posición más complicada en el panorama nacio-

nal. No hay duda de que el descenso de créditos matriculados y el aumento de la tasa de abandono de estudios tendrán consecuencias irreparables para el desarrollo del país. La investigación, por otro lado, también se ha visto afectada, y difícilmente podremos competir en las líneas del Horizonte 2020 marcadas por la UE, lo que afectará a la innovación y el tejido productivo de la comunidad.

No obstante, a pesar del marco de austeridad en que nos encontramos, el reto que tienen las universidades es seguir siendo competitivas por la calidad de su oferta educativa y su actividad investigadora. Los retos seguirán siendo desarrollar una investigación, una docencia y una gestión transparente que supongan un claro impacto social, económico y cultural en su entorno. Obviamente, para mantenerse en el sistema de educación superior globalizador se necesita una financiación suficiente y una gobernanza basada en la legitimidad, la efectividad, la transparencia y la responsabilidad.

Es imprescindible apostar por la I+D+i y por la educación como motores del crecimiento de la Comunidad de Madrid y, por extensión, dado su importante peso relativo, del conjunto del país, pues de otra forma no conseguiremos salir de la crisis. La universidad del futuro deberá intensificar su compromiso con los valores, con el desarrollo social y económico, así como su implicación en la resolución de los grandes problemas de la sociedad.

Las seis universidades
públicas de Madrid
son Campus de
Excelencia Internacional

ALICIA DELIBES - Viceconsejera de Educación, Juventud y Deporte de la Comunidad de Madrid



Diez años de reformas

Cuando Esperanza Aguirre llegó a la Presidencia de la Comunidad de Madrid en 2003, decidió hacer de la educación una de sus prioridades políticas. Desde entonces se han introducido algunas reformas de profundo calado que han permitido mejorar la calidad de la enseñanza.

En 2004 había casi un 30 por ciento de escolares que abandonaba los estudios sin terminar la Educación Secundaria Obligatoria. Reducir ese alto porcentaje de fracaso escolar fue uno de los principales objetivos de la Consejería de Educación. Para lograrlo, lo primero era asegurar que los alumnos terminaran la Primaria con un nivel de conocimientos apropiado para cursar Secundaria.

Con esta finalidad se introdujo en 6º de Primaria la llamada Prueba de Conocimientos y Destrezas Indispensables (CDI), cuyo objetivo era asegurar la adquisición de las destrezas matemáticas y lingüísticas esenciales. Desde entonces, la Prueba CDI se realiza cada año. Una prueba similar se implantó en el curso 2007-2008 en 3º de ESO.

Los alumnos que terminan la Secundaria obligatoria con Mención Honorífica tienen la opción de cursar el Bachillerato en alguna de las Aulas de Excelencia en determinados institutos de la Comunidad.

Además de estas reformas académicas, la Comunidad inició, en el curso 2004-05, la creación de colegios públicos bilingües. En el curso 2004-05, veintiséis colegios públicos comenzaron a impartir sus enseñanzas en español y en inglés. Para ello,

se diseñó un programa de formación de profesores mediante convenios con universidades extranjeras y se dotó a los centros de auxiliares nativos de conversación.

Cinco años después, para que los alumnos que terminaban la Primaria en un colegio bilingüe pudieran continuar estudiando en inglés, se crearon los Institutos Bilingües. Actualmente, en 318 de los 791 colegios públicos, en 141 de los 566 colegios concertados y en 91 de los 309 institutos de la Comunidad, las enseñanzas se imparten en inglés y en español.

Otro de los problemas graves de la educación era la dificultad que encontraban los profesores para mantener en las clases el necesario clima de estudio y de trabajo. En 2010, la Asamblea de Madrid aprobó la Ley de Autoridad del Profesor, que establece la obligatoriedad de un reglamento de conducta y concede a los profesores la condición de autoridad pública.

Recientemente, el Gobierno autonómico ha aprobado la normativa necesaria para que los centros puedan adoptar proyectos propios. Esta normativa ha permitido la creación de institutos deportivos o de institutos tecnológicos.

El efecto de todas estas reformas no solo ha mejorado los resultados escolares, sino también la buena posición que Madrid ha ocupado en el *ranking* de la última evaluación internacional PISA, celebrada en 2012. En Lectura, mientras España ha ocupado el puesto 23, el de Madrid ha sido el noveno; en Matemáticas, España ha quedado en la posición 25 y Madrid en la undécima.

Reducir el alto porcentaje de fracaso escolar fue uno de los principales objetivos de la Consejería

JESÚS NÚÑEZ - Presidente de la Universidad Alfonso X el Sabio

Universidades privadas: un modelo educativo diferente



Desde la aprobación por parte de las Cortes Generales de la Universidad Alfonso X el Sabio (UAX), la primera universidad privada exceptuando las universidades confesionales producto del Concordato con la Santa Sede, la creación de nuevos centros universitarios privados ha sido una constante.

España cuenta actualmente con 26 universidades privadas, de las cuales 22 son de carácter presencial y 4 en modalidad no presencial o a distancia. En su conjunto ya matriculan alrededor del 12 por ciento del alumnado de los estudios de Grado, lo que representa aproximadamente 170.000 estudiantes. En esta misma línea, los estudiantes que realizan másteres oficiales en universidades privadas alcanzan la cifra de 27.283, lo que supone prácticamente el 25 por ciento del alumnado total.

Los factores que influyen para la elección de las universidades privadas por parte de las familias son múltiples: buenas y modernas instalaciones; equipos tecnológicos para la docencia y las prácticas de última generación; tutorías y atención personalizada por parte de los profesores y tutores; incorporación de idiomas, informática y habilidades directivas en los planes de estudio, un carácter más internacional y una metodología innovadora que combina equilibradamente la docencia teórica y práctica.

El modelo educativo de la Universidad Alfonso X el Sabio es un claro ejemplo de universidad privada de prestigio con estas características. Su modelo docente establece que el estudiante es el eje de la universidad y en torno a él se estructuran los servicios docentes. Para ello, se imparte siempre la docencia en grupos reducidos, con evaluación continua y valoración del trabajo realizado por el estudiante fuera de las propias clases. El contacto directo y cercano con el profesorado y el seguimiento realizado por los tutores son otros aspectos fundamentales. Además, la UAX ha establecido más de 7.500 convenios de colaboración con empresas para que todas sus titulaciones incorporen en sus programas académicos prácticas reales desde los primeros cursos.

Durante estos años, han finalizado sus estudios en la Universidad Alfonso X el Sabio más de 26.000 estudiantes que se han insertado con éxito en el mercado laboral. La sociedad, las empresas y los profesionales valoran en gran medida los perfiles curriculares de nuestros alumnos y muchos de ellos se incorporan a sus plantillas al finalizar sus períodos de prácticas.

Este año 2014, la Universidad Alfonso X el Sabio celebra su XX aniversario. Veinte años que nos han permitido demostrar que el modelo educativo elegido, basado en el trabajo constante, en el esfuerzo, en la atención personalizada y en la excelencia era el correcto.

Las universidades privadas en su conjunto ya matriculan alrededor del 12% del alumnado de los estudios de Grado

JUAN LUIS YAGÜE - Director del Eurocolegio Casvi



La innovación debe ser una constante en educación

La tecnología está hoy presente, de manera casi inevitable, en todas las esferas de la vida. La educación, sin embargo, parece ser una excepción. La brecha existente entre ambos es clara. No es lo mismo lo que ofrecemos a los niños en los colegios que lo que luego se encuentran en la calle, donde las nuevas tecnologías son una realidad para ellos. En definitiva, una brecha que a lo único que aboca es al fracaso escolar y al posterior abandono de las aulas.

Por eso desde el aparato legislativo español se debería tender un puente que favorezca la unión entre ambos aspectos. Y si no lo hacen las leyes lo tendremos que hacer desde los colegios. Todo a través de acciones entre las que se encuentran la formación del profesorado, pero también el cambio de metodología de trabajo.

Debemos ir hacia una metodología más constructivista. Es nuestra obligación enseñar a los niños en el colegio a “aprender a aprender”, de tal forma que sean ellos mismos los que vayan generando sus propios conocimientos. Debemos abandonar el sistema en el que el profesor sea el centro de ese aprendizaje. El docente debe dejar de ser el tope de la transmisión de contenidos y pasar a ser el que canaliza, dinamiza y ayuda a esa adquisición de conocimientos.

Debemos, además, generar entre nuestros alumnos ese espíritu crítico necesario para que sean capaces de buscar toda la información que tienen a su alrededor, pero discriminando la válida de la que no lo es tanto. Eso se consigue lanzando preguntas para que los niños investiguen, discutan, reflexionen, sepan escribir y

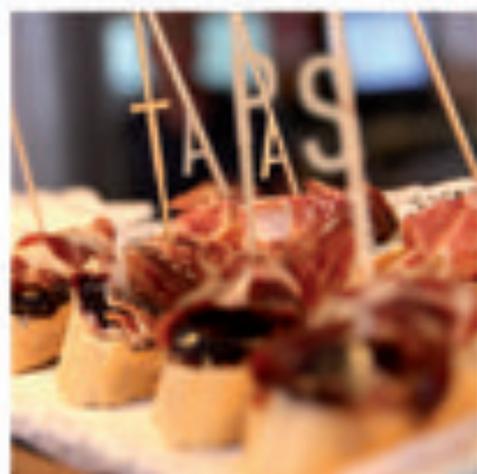
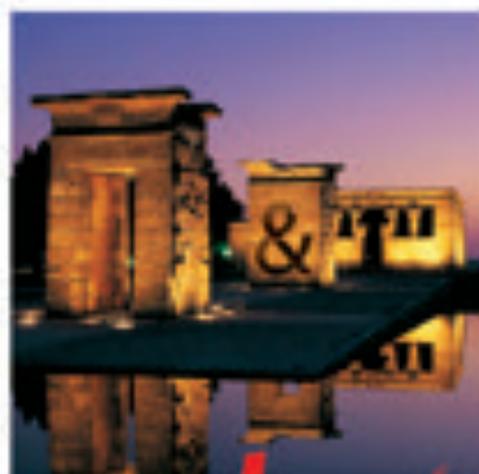
sepan exponer a los demás, también en público.

Unos cambios que deben ser emparejados con el uso de las nuevas tecnologías como herramienta educativa. Eurocolegio Casvi ha dado un paso adelante con la incorporación del iPad a las rutinas del aula de los alumnos de 5º y 6º de Primaria, además de 1º y 2º de ESO. Dispositivos en los que se encuentran incluidos la mayoría de sus temarios, desarrollados por los propios profesores; docentes que han ido incorporando más utilidades a estos iPad; conversaciones por Skype con colegios de Estados Unidos y Alemania para generar trabajos colaborativos entre los alumnos, recursos web, Moddle...

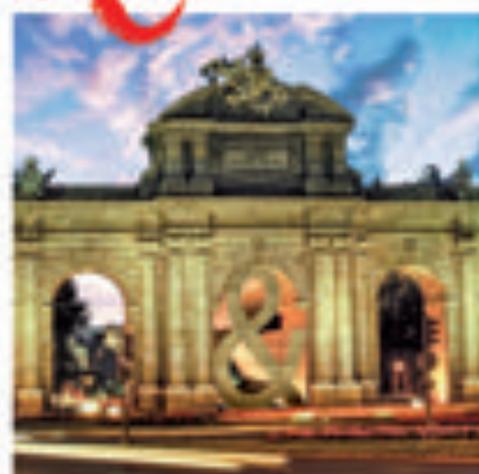
Todo esto favorece que la brecha desaparezca. ¿Se trata de una nueva educación? La respuesta no está clara, pero lo importante es que se trata de educación, y la educación es esto. En Eurocolegio Casvi nos adaptamos a las nuevas necesidades de la sociedad, a sus nuevos retos, de cara a que nuestros alumnos puedan formarse con vistas a su futuro, tanto personal como profesional. De ahí que nuestro compromiso con la innovación haya sido siempre constante. Y es que, desde nuestros inicios, nos hemos situado a la cabeza de la utilización en las aulas de aquellos avances tecnológicos idóneos para la mejora del rendimiento y del aprendizaje de nuestros alumnos, al mismo tiempo que se han ido introduciendo nuevos métodos de enseñanza. Ambos aspectos han ido siempre de la mano. Una lucha por la excelencia educativa en la que Eurocolegio Casvi lleva ya cerca de 30 años inmerso.

Es nuestra obligación enseñar a los niños a “aprender a aprender”

CULTURE & TAPAS



*Only
in
Madrid*



MADRID
about you



Terminal T4 del aeropuerto de Barajas.

La Comunidad de Madrid es, probablemente, la región mejor conectada de toda Europa en materia de transporte de viajeros. Posee uno de los mayores aeropuertos urbanos del mundo, la mejor red de Metro, una de las empresas de autobuses más importantes, el segundo nexo ferroviario de alta velocidad y la red de interurbanos más moderna del planeta, además de una ingente flota de taxis unificada y un modelo intermodal único como es el anillo de intercambiadores. Con estos mimbres, el madrileño sabe que cualquier lugar está a su alcance sin necesidad de usar su vehículo privado.

El 'hub' de España

Más de mil millones de viajeros utilizan las redes de transporte público madrileño cada año. La actividad económica y la radialidad de la red facilitan que Madrid siga siendo líder. A pesar de la crisis, ya se comienza a ver cómo las curvas de viajeros comienzan a volver a la tendencia alcista. Las compañías de transporte han capeado el temporal tratando de ajustarse a la nueva situación económica, obedeciendo las directrices de la autoridad única del transporte en la zona, el Consorcio Regional de Transportes, y optimizando sus recursos operativos.

Carlos Cristóbal, director de Calidad del Consorcio, explica que "la red de transportes madrileña es una clara fortaleza para la economía de la región, ya que permite una estructuración del territorio, una total interconexión para los madrileños y un motor económico para el sector y las industrias relacionadas".

El aeropuerto de Barajas es el buque insignia de esta actividad. Representa el 10 por ciento del PIB regional, 15.178 millones de euros de Valor Añadido Bruto y da trabajo a 55.000 personas. En 2013 transportó a 39,7 millones de personas, según datos de Aena Aeropuertos, manteniéndose como el aeródromo español líder

a pesar de su reducción de pasajeros, derivada de la caída del turismo en la región. En total, son 16 las aerolíneas que operan en rutas a 27 países desde Madrid y solo los turistas que llegan a Barajas generan 1.700 millones en la región y 4.500 millones de beneficios en el resto de España. En los últimos años, el operador aeroportuario ha desarrollado nuevas variables de negocio para ponerse en la vía rápida de la recuperación, como la asunción de los vuelos ejecutivos en el antiguo pabellón de autoridades, un intenso plan de bonificaciones y atracción de nuevas rutas, y el desarrollo de un plan comercial que pretende duplicar los ingresos por viajero.

Iberia sigue siendo la principal referencia de aviación comercial de medio y largo radio en el aeropuerto de Barajas. La T4 es su centro estratégico, hasta el punto de que todos sus vuelos pasan por allí. Su principal factoría, La Muñoz, tiene espacio reservado junto a las pistas, donde tienen su sede algunos de los departamentos más avanzados del continente para dar servicio a la mayor parte de las empresas aeronáuticas que pasan por el sur de Europa. Integrada en el Grupo IAG, ha diversificado su oferta para cubrir distintos ámbitos de mercado.



Un autobús de transporte de viajeros.



Pasajeros en un andén.



El metro es el principal medio de transporte urbano.

Manuel López Colmenarejo, director de Desarrollo y Alianzas de Iberia, considera que “Madrid es el principio de todo. Estamos muy concentrados en Madrid por su nivel de demanda y su calidad como destino. Esta aportación es bidireccional porque contribuimos mucho a la actividad económica regional con la generación de empleo y con el transporte del 52 por ciento de los pasajeros que conectan con Madrid, especialmente de América y Europa. Nuestra red articulada hace que la región cuente con diez veces más vuelos intercontinentales que otras ciudades europeas de idénticas características, con la riqueza que eso supone”.

Nuevas rutas

Air Europa es la compañía con más proyección para 2014. Con 2.800 trabajadores, está desarrollando el segundo *hub* del aeropuerto de Barajas en las terminales 1, 2 y 3, en sana competencia con el que posee Iberia en la T4. En este ejercicio, la compañía tiene previsto abrir nuevas rutas por Europa y América, para mantener el incremento de hasta el 20 por ciento en vuelos que lograron en 2013.

Juan José Hidalgo, presidente del Grupo Globalia, en el que está integrada la aerolí-

nea, destaca que Madrid es un punto de tremenda importancia para la compañía, ya que “se trata de nuestro centro de operaciones. Su posición estratégica en el mapa es incuestionable. Siempre ha sido una de las puertas, para cualquier ciudadano americano, al resto de Europa y viceversa. Así, todo aquel pasajero que quiera viajar desde cualquier punto de nuestra amplia red de destinos en América podrá conectar con cualquier ciudad europea vía Madrid e incluso con Asia, gracias a nuestros recientes

El entramado ferroviario madrileño se encuentra en pleno proceso de transformación

acuerdos de código compartido con Etihad, vía Abu Dhabi, o Saudia, vía Arabia Saudí”.

Por su parte, el entramado ferroviario madrileño se encuentra en pleno proceso de transformación. A la espera de saber qué ocurre finalmente con Renfe, se está procediendo a remodelar la estación de Atocha y hay un proyecto muy ambicioso

para hacer lo propio con la de Chamartín. Por Madrid pasan, por ahora, todas las conexiones nacionales de alta velocidad del país. A nivel internacional, la capital está conectada con Marsella y pronto lo hará con Portugal. Entre los proyectos pendientes del Administrador de Infraestructuras Ferroviarias (Adif), se espera que en los próximos meses se concluya el tercer túnel de la risa, que conectará por AVE Atocha y Chamartín, y la conexión en alta velocidad con el aeropuerto de Barajas. Asimismo, se está construyendo el nudo sur de alta velocidad en Torrejón de Velasco, que dinamizará el tráfico de los ejes AVE a Andalucía y Levante.

Según la memoria de actividad de Renfe de 2012, la compañía transportó 441,3 millones de viajeros a nivel nacional, con un volumen de negocio que rozó los 2.000 millones de euros. La red de Cercanías de Madrid es la que más beneficios genera a la compañía (216 millones en 2012) y la que más viajeros transporta (231 millones, un 56 por ciento del total de la red). Fuentes de Renfe plantean que el Plan de Cercanías que se está desarrollando en la región pretende ampliar la red con un proyecto que presumiblemente revolucionará el concepto ferroviario de corta distancia, rompiendo



Los autobuses interurbanos transportan cada día a miles de madrileños.

Metro de Madrid es el servicio de transporte público que traslada a más viajeros de España

la dependencia del eje axial norte-sur que conforman los *túneles de la risa* para crear un nuevo eje este-suroeste.

Por su parte, Metro de Madrid es el servicio de transporte público que traslada más viajeros en España, al acaparar el 42 por ciento de los viajes urbanos de los madrileños. Actualmente, está en un proceso de replanteamiento empresarial. Después de un proceso expansivo de la red durante quince años, la crisis ha obligado a sus gestores a reflexionar sobre el servicio para optimizar su actividad y poder costear sus enormes infraestructuras, integradas por 238 estaciones, 12 líneas convencionales y tres de Metro Ligero, y 293 kilómetros de vías, dando servicio a 14 municipios de toda la región. Esto implica que el 80 por ciento de la población de la Comunidad de Madrid está interconectado por este servicio público, gracias al trabajo de sus 7.000 empleados.

El consejero delegado de la empresa, Ignacio González Velayos, considera que, en este punto, Metro “no debería aumentar su red mucho más para no perder eficacia. En estos momentos, estamos buscando reducir la dependencia de las aportaciones públicas, buscando ingresos que no estén sujetos al transporte de viajeros. Para ello, se está replanteando el sistema de gestión, se está desarrollando una estrategia inmo-

biliaria más eficiente y se está potenciando la política social y medioambiental”.

Síntomas positivos

La Empresa Municipal de Transportes de Madrid es la compañía pública de autobuses urbanos por excelencia. En 2013 transportó 404 millones de viajeros, apenas un 0,39 por ciento menos que el año anterior. En un período de crisis en el que muchos municipios han eliminado sus servicios de autobús y se han quedado tan solo con el servicio de interurbanos, la EMT ha demostrado una estabilidad que le ha permitido mantener en activo a sus 7.000 empleados.

Rafael Orihuela, gerente de la EMT, explica que “el sistema de transporte público colectivo de Madrid viene sufriendo, desde 2008, un acusado descenso de la demanda producido por diversos factores entre los cuales destaca, sin duda, la situación de crisis económica desde ese año. Los últimos coletazos de 2013 y los inicios de 2014 apuntan, sin embargo, a un cambio de tendencia. Las cifras que ha registrado la EMT en los últimos meses indican que ese proceso de caída se ha frenado y auguran una recuperación”.

Mientras tanto, la compañía ha continuado su proceso de modernización, principalmente orientada a la información al viajero y a la obtención de una flota más sostenible. Entre los objetivos operativos para el futuro están la ampliación de las líneas exprés a zonas de trabajo y espacios de alta actividad económica y la consecución de redes transversales para interconectar los distritos exteriores a la M-30.

Mientras, en el sector del autobús privado, Madrid es el principal nodo de

servicios. En la región se asientan 373 compañías, con una flota de 6.211 vehículos, una facturación anual de 650 millones de euros y una plantilla cercana a las 13.500 personas. Según Rafael Barbadillo, presidente de Asintra, “Madrid es un *hub* muy importante que está empezando a registrar los primeros síntomas positivos en la evolución de pasajeros”.

El sector ha hecho un importante esfuerzo inversor de más de 300 millones de euros en los últimos años para cumplir con el Plan de Modernización de Autobuses Interurbanos del Consorcio. No obstante, José Luis Pertierra, presidente de Fenebús, aboga por mejorar el diálogo con las administraciones para mejorar la competitividad del autobús con respecto al vehículo privado, fundamentalmente, a través de carriles-bus en las principales vías de entrada a la capital.

Capilaridad

Las dos compañías de autobuses con mayor volumen de negocio son Alsa y Avanza, líderes en el transporte de viajeros por carretera en Europa y principales representantes de esa capilaridad a todos los niveles que ofrece el autobús para el transporte de viajeros. Desde Madrid, ALSA opera una amplia red de servicios regulares que comunican la capital con una veintena de ciudades españolas, con salidas desde la Estación Sur de Autobuses y del intercambiador de Avenida de América.

En cuanto a sus servicios internacionales, la conexión se realiza con casi todos los países de la Unión Europea, Europa del Este y Marruecos. En la región, Alsa posee cinco concesiones de autobús interurbano, varias de transporte urbano, el autobús turístico de la capital y cogestiona la L-1 de Metro Ligero. Según datos de 2012, la compañía, que tiene 7.500 empleados y 2.500 vehículos, facturó 659 millones.

Por su parte, el Grupo Avanza da empleo a 5.269 personas y ofrece 1.885 autobuses con los que vertebró el transporte de numerosos puntos de la geografía nacional. En la región, Parla, Pozuelo de Alarcón, Majadahonda y Guadarrama tienen contratos con la compañía para desempeñar sus servicios de transporte urbano. Asimismo, conecta los corredores interurbanos de la A-2, A-42 y A-6 y las líneas interprovinciales con Extremadura, Andalucía, Galicia, Castilla y León, Aragón, Navarra, Valencia y Cataluña. Su actividad supuso en 2012 una facturación de 436 millones de euros.

PABLO CAVERO - Consejero de Transportes, Infraestructuras y Vivienda de la Comunidad de Madrid

30 años innovando en transportes



Madrid tiene una de las mejores redes de transporte público del mundo. Las diferentes líneas de Metro, Metro Ligero, Cercanías y autobuses urbanos e interurbanos que prestan servicio en la región recorren cada día dos millones de kilómetros, el equivalente a cincuenta vueltas a la Tierra, y gracias a ellos los madrileños pueden desplazarse a cualquier punto de la región sin recurrir al transporte privado de una manera rápida, económica, sostenible y de calidad.

Desde que nació el Consorcio Regional de Transportes, hace casi 30 años, Madrid ha crecido mucho, se ha convertido en una región moderna y puntera, y en el motor económico de nuestro país. Y su transporte ha crecido y evolucionado con ella, despertando la admiración de numerosas delegaciones españolas y extranjeras que cada año nos visitan para conocer el funcionamiento de nuestro sistema de transporte y pedirnos asesoramiento.

El Metro ha triplicado su tamaño en pocos años, hasta alcanzar los 300 kilómetros y convertirse en el tercero del mundo en longitud y, lo que es incluso más importante, en el primero del mundo en accesibilidad. Ha llegado a todos los distritos de Madrid y a los cuatro puntos cardinales, a través de Metrosur,

Metronorte, Metroeste y Metro Oeste. El antiguo “metropolitano” ha salido de la capital y llega a 14 municipios.

También el transporte interurbano ha experimentado una importante evolución, gracias a la construcción de los nuevos intercambiadores de transporte de Moncloa, Plaza de Castilla, Plaza Elíptica y Príncipe Pío, que han eliminado de la superficie un importante volumen de tráfico y han mejorado la rapidez y comodidad de los trayectos en los principales corredores de la región. Asimismo, el Plan de Modernización de los Autobuses Interurbanos ha reducido la vida media de los vehículos y ha permitido incorporar en muchas líneas las más recientes innovaciones tecnológicas y apostar por energías limpias.

Como reza el lema del Consorcio Regional de Transportes, nuestro objetivo es “unir personas”. No se trata simplemente de llegar a todos los rincones de Madrid, sino de ofrecer a los ciudadanos justo lo que necesitan, y para ello necesitamos adaptarnos constantemente a sus crecientes necesidades de movilidad. Por eso, a pesar de la difícil situación económica que atravesamos, hemos hecho un esfuerzo importante para poder congelar por primera vez desde los años 80 las tarifas del transporte.

Los madrileños pueden desplazarse a cualquier punto de la región sin recurrir al transporte privado de una manera rápida, económica, sostenible y de calidad

ELENA MAYORAL - Directora del Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas



Generar riqueza y empleo, una tarea compartida

El transporte aéreo de pasajeros y carga, así como las actividades comerciales e industriales que se desarrollan en los aeropuertos, repercuten directamente en el desarrollo económico y en la creación de empleo de sus áreas de influencia.

Casi 40 millones de pasajeros en 2013, un 21 por ciento de la red de Aena, y la gestión de más del 54 por ciento de la carga aérea de toda España sitúan al Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas entre los diez primeros de Europa. Las 75 compañías aéreas que operan en el aeropuerto inducen la actividad de centenares de empresas de variados sectores, de concesionarios comerciales, de restauración y servicios, así como de operadores de carga. Ellos son los verdaderos artífices del sistema productivo que se desarrolla en el aeropuerto y hacen posible que genere un impacto económico que en cifras se traduce en 40.000 empleos directos y más de 90.000 del conjunto de la Comunidad de Madrid, al tiempo que representa el 10 por ciento del Producto Regional Bruto.

Contribuir al desarrollo económico y a la generación de empleo supone una enorme responsabilidad y obliga, como proveedores de infraestructuras, a ser más competitivos cada día e incrementar así la confianza de las compañías aéreas que para la presente temporada de verano han programado un 7,7 por ciento más de asientos, 175 destinos (seis más que en 2013) y 297 rutas (25 más que la pasada campaña de verano).

Medidas lideradas por el Ministerio de Fomento como las bonificaciones tarifarias y las exenciones a la carga aérea, al igual que el trabajo que desarrolla el Comité de Coordinación Aeroportuaria de Madrid, que, con la participación de las instituciones locales y regionales, impulsa nuevos mercados y potencia los existentes, han contribuido decisivamente al cambio de tendencia y, consecuentemente, a la creciente recuperación del tráfico y la generación de mayor riqueza económica.

Las nuevas propuestas comerciales, de restauración y de servicios, enmarcadas en el ambicioso plan de remodelación, refuerzan nuestra posición y equiparan nuestra oferta a la de los mejores aeropuertos del mundo. Y es que cuatro de cada cinco turistas internacionales entran y salen de España por un aeropuerto, por lo que, a la trascendencia sobre la economía y el empleo del transporte aéreo, se suma la responsabilidad compartida por todos los que trabajamos en el aeropuerto, el compromiso colectivo y permanente para que Madrid-Barajas sea un aeropuerto seguro, ágil y cómodo.

Sabemos que conseguir que la percepción de nuestros pasajeros, que su experiencia en el aeropuerto sea la mejor posible, es nuestra obligación como gestor de infraestructuras, pero además nos permite contribuir a fortalecer Madrid como destino, una tarea que requiere la implicación de todos.

El aeropuerto
representa el 10% del
Producto Regional Bruto
de Madrid

MANUEL LÓPEZ - Director de Desarrollo de Red y Alianzas de Iberia



Madrid, en el ADN de Iberia

Iberia no podría entenderse sin Madrid. El pasado y el presente de la compañía están íntimamente ligados a la capital de España y su futuro no tendría sentido sin Madrid.

Cada día Iberia opera alrededor de 600 vuelos y prácticamente todos despegan o aterrizan en el aeropuerto de Barajas. El aeródromo madrileño es el centro de distribución de vuelos de la compañía. Gracias a la operación de Iberia, Barajas es el principal *hub* para los vuelos entre Europa y Latinoamérica. De hecho, prácticamente la mitad de las plazas de avión que se ofrecen entre ambos lados del Atlántico las concentra Madrid, lo que da una idea de su importancia.

Son varios los efectos positivos que contar con un *hub* de esta envergadura tiene para la región. El aeropuerto de Barajas contribuye con más de 12.500 millones de euros a la riqueza de Madrid y aporta más de 230.000 empleos a la región; pues bien, la cuarta parte de esas cantidades (3.400 millones de euros y 57.000 puestos de trabajo) se derivan del hecho de que el aeropuerto sea el centro de distribución de los vuelos de Iberia.

Pero además, para los madrileños contar con este *hub* supone una gran cantidad de opciones de viaje. El hecho de que Iberia conecte Europa con Latinoamérica a través de Madrid permite que los residentes en la región puedan volar a 37 destinos europeos, 14 en Latinoamérica, cinco en Estados

Unidos, 12 en África y Oriente Medio y prácticamente todas las ciudades españolas que cuentan con un aeropuerto. Esta amplia variedad de destinos que Iberia pone a disposición de los madrileños es muy superior a la que puedan tener los habitantes de cualquier otra ciudad de un tamaño similar a Madrid, pero no cuenta con un *hub*.

Iberia es consciente de que Madrid es clave para su negocio y por eso ha puesto en marcha numerosas iniciativas en la T4 para mejorar la experiencia de viaje de sus clientes. Estas medidas van encaminadas a reducir el tiempo de facturación en el aeropuerto, a agilizar el embarque y a informar y atender a los pasajeros en conexión, entre otras cosas. Estas y otras mejoras operativas han permitido que la puntualidad ronde el 90 por ciento y han contribuido a que la T4 sea considerada como la tercera mejor terminal del mundo. Tenemos que seguir mejorando los procesos de facturación y embarque mediante el empleo de las nuevas tecnologías y, algo que consideramos básico, debemos lograr la conectividad de la T4 con el AVE lo antes posible, porque eso supondrá un importante impulso adicional a la contribución del *hub* de Madrid a la economía y al empleo de la región.

Los tiempos que atravesamos son complicados, pero estamos convencidos de que pase lo que pase Madrid es y seguirá siendo un elemento indispensable para Iberia; nuestro compromiso con la región es y será absoluto.

Casi la mitad de las plazas de avión que se ofrecen entre ambos lados del Atlántico las concentra Madrid

RAFAEL ORIHUELA - Gerente de la Empresa Municipal de Transportes (EMT) de Madrid



EMT, garantía de movilidad

El transporte público urbano representa la columna vertebral de las grandes urbes del siglo XXI: no es posible concebir el día a día de ciudades como Madrid sin un sistema de transporte público eficaz, eficiente y sostenible. El transporte colectivo es, de hecho, la mayor garantía de sostenibilidad en las metrópolis actuales, pues evita millones de desplazamientos en vehículo privado y, por tanto, reduce las emisiones contaminantes a la atmósfera y la congestión de las redes viarias.

En el conjunto de los sistemas urbanos de transporte, destaca de manera preponderante el autobús; las redes de autobuses desempeñan un papel fundamental en la movilidad de los ciudadanos de las aglomeraciones urbanas. Ya sea como medio básico o único de transporte público, ya sea coordinado con otros sistemas (metro, ferrocarril, tranvía...), el autobús garantiza un transporte flexible y versátil que se adapta fácil y rápidamente a las necesidades de los usuarios y a la demanda sin necesidad de grandes inversiones en infraestructuras. El autobús garantiza, asimismo, capilaridad y accesibilidad; capilaridad, porque el autobús llega a cualquier rincón de la ciudad, y accesibilidad, porque todas las personas pueden acceder al autobús, con independencia de sus circunstancias físicas o sensoriales.

La Empresa Municipal de Transportes de Madrid es claro exponente de todo ello: pone a disposición de Madrid y de los madrileños, todos los días del año, las

24 horas del día, un servicio eficaz, versátil, capilar y accesible. Con más de 1.900 autobuses, 203 rutas (177 diurnas y 26 nocturnas) y un equipo humano de más de 8.000 personas, la EMT se configura como la *médula espinal* del transporte urbano de superficie en Madrid.

La EMT, con 404 millones de viajeros al año o, lo que es lo mismo, un promedio de 1,47 millones de viajes al día es, por tanto, uno de los garantes esenciales de la movilidad capitalina. No podemos imaginar una estampa de Madrid sin los autobuses de la EMT en sus vías; no podemos imaginar un Madrid fluido sin los autobuses de la EMT, porque ¿qué ocurriría si ese casi millón y medio de viajes se realizaran mediante medios privados e individuales? El último informe sobre el Estado de la Movilidad en Madrid, elaborado por el Ayuntamiento de Madrid, destaca que el 65,8 por ciento de los desplazamientos motorizados en la ciudad se realizan en transporte público, porcentaje que asciende al 78,5 por ciento si se circunscribe a la almendra central. Aproximadamente la mitad de esos desplazamientos se llevan a cabo en los autobuses de la EMT.

La EMT es, además, garantía de sostenibilidad social, medioambiental y económica para la ciudad. Nuestro objetivo es seguir ofreciendo un servicio fiable, frecuente y regular, de calidad y atractivo para los ciudadanos, para que cada día 1,47 millones de clientes sigan confiando en nosotros y que muchos más se animen a hacerlo.

No podemos imaginar una estampa de Madrid sin los autobuses de la EMT en sus vías

“Soy María y como yo hay 650.000 personas que cobramos los dividendos* de Iberdrola. Con este dinero mi hijo puede mejorar su inglés.”

Iberdrola eres tú



*Sistema Iberdrola Dividendo Flexible





El puerto seco peninsular

La Comunidad de Madrid cuenta con la mayor concentración de infraestructuras logísticas y de transportes del país. Esta privilegiada situación la convierte en el punto de conexión de las mercancías peninsulares y en uno de los puntos clave del sector a nivel continental y latinoamericano, según la Estrategia Logística desarrollada por el Ministerio de Fomento para los próximos años.

Salpicados por toda la región, se reparten un sinfín de espacios públicos y privados dedicados a la gestión de productos venidos de todo el mundo y cuya onda expansiva comercial alcanza a toda la península. El costado oriental de la capital es el que alberga la mayor parte de esta actividad, con una columna vertebral claramente destacable para el sector. Allí se agrupan, en una distancia de apenas 20 kilómetros, el aeropuerto de Barajas, el puerto seco de Coslada, la central ferroviaria de Abroñigal y Mercamadrid, las cuatro referencias en el sector a nivel nacional. Se trata de un motor económico por el que pasa un 80 por ciento del volumen de negocio de las principales empresas que operan en España y que genera decenas de miles de puestos de trabajo. A su alrededor hay un sinfín de infraestructuras que garantizan la intermodalidad y la inmediatez en el transporte y la gestión de mercancías.

Todas las administraciones han abogado durante los últimos años por dar servicio a este entramado. El Estado, a través del ferrocarril y, en menor medida, las carreteras y aeropuertos estatales; la administración regional, mediante la creación de un anillo de espacios logísticos y de *clusters* sectoriales que respondan a las necesidades de las industrias con alto valor añadido; y los ayuntamientos más pujantes en la materia, mediante la creación o ampliación de sus infraestructuras de gestión de mercancías.

El Plan de Infraestructuras Logísticas de la Comunidad de Madrid prevé una inversión de 4.000 millones de euros en 12 años para la implantación de nuevos espacios de gestión de mercancías, y una generación de 50.000 empleos asociados. La joya de su corona es el puerto seco de Coslada, el primero de sus características en Europa. Su principal objetivo se basa en ampliar el *hinterland* marítimo

español y acercar la actividad de los puertos al centro peninsular. En una década ha multiplicado por 10 su capacidad de gestión, sirviendo de mecanismo de transmisión para los polígonos industriales y proveedores de más de 100.000 toneladas de mercancía anuales.

El Gobierno regional contempla construir una plataforma intermodal en Arganda del Rey, coordinándose con el desarrollo del Parque Empresarial de Arganda y El Espinillo. Otros centros logísticos regionales estarán ubicados en El Álamo, junto a la M-404; entre Torrejón de Velasco y Pinto, en la M-410; y en Torres de la Alameda.

Un anillo logístico

Los ayuntamientos de Móstoles y Madrid también contemplan proyectos propios para fomentar la logística en sus espacios urbanos. El primero pretende construir otro puerto seco, dentro de la iniciativa Puerta del Atlántico, que entroncará con las redes transeuropeas ferroviarias. En este sentido, la capital del sur de la región está inmersa en el proceso urbanístico que dará paso a la creación de este macro-complejo que aunará cientos de miles de metros cuadrados de espacios industriales y logísticos, interconectados a través de nuevos accesos desde las carreteras regionales y nacionales.

La capital, por su parte, guarda en la recámara la ampliación de Mercamadrid para consolidar su liderazgo como gestor de alimentos a nivel general, sacando al mercado medio millón de metros cuadrados de suelo más para plantas destinadas a la logística de su sector, de alto nivel tecnológico. Asimismo, la estrategia del Consistorio pasa por crear un plan para crear una red serviindustrial que nutra a sectores de alto valor añadido, recuperando así la vertiente industrial de la capital. La guinda de este proyecto, reflejada en el avance del Plan General de Ordenación Urbana, es el Parque Tecnológico de Villaverde que, unido a las factorías municipales de Madrid, pretende dar una nueva visión del uso del suelo industrial para la ciudad.

A nivel ferroviario, Madrid es el nudo gordiano de la estrategia logística nacional y el tercer mayor ferropuerto del mundo, tras Tokio y París. Los planes de la administración pasan por crear la plataforma más importante del sur de Europa en cuanto a manipulación de tráficos internacionales de mercancías y sus industrias relacionadas (etiquetado,

embalaje, consolidación, desconsolidación de carga, etcétera) se refiere.

A la espera de saber cuál es el reparto final de operaciones ferroviarias que hará el Gobierno, están sobre la mesa proyectos cruciales para el desarrollo del sector a nivel nacional y comunitario. El principal proyecto es el de la Red Transeuropea de Transporte, un conjunto de redes prioritarias de transporte concebidas para facilitar la comunicación de personas y mercancías a través de la UE. Madrid será el engranaje principal de varios de ellos. Otros corredores europeos previstos de los que se beneficiará Madrid serán el corredor SuperGreen, desarrollado por la Comisión Europea, que consiste en la optimización del transporte de mercancías con alto grado de respeto medioambiental; y la red

EuroCarex, que busca la máxima eficiencia en la logística de mercancías.

Trenes kilométricos

Según datos del Ministerio de Fomento, Renfe Operadora transportó en 2012 17,07 millones de toneladas de mercancías, de las que dos tercios (11,45 millones) se transportaron en convoyes de carga únicamente y el resto en trenes intermodales. Este dato significó un leve decremento con respecto al año anterior. El 83,2 por ciento de esta cantidad se utilizó para transporte nacional de productos.

Adif cuenta con cinco instalaciones logísticas con diversas capacidades en la región, entre las que destaca el centro de Abroñigal, que procesa más de 5.000 trenes al año. Los planes de Fomento



El transporte por carretera juega un papel importante.



Central ferroviaria de Abroñigal.



Almacén de mercancías.



Un tren de mercancías cargado con vehículos.

El 53% de los grandes emisores de correspondencia están situados en Madrid

pasan por trasladar dicha instalación a un nuevo desarrollo en Vicálvaro para liberar el terreno de Méndez Álvaro y darle nuevos usos para el distrito de Arganzuela de Madrid. Asimismo, el administrador de infraestructuras ferroviarias busca financiación para desarrollar una instalación logística en Aranjuez que medirá un kilómetro y permitirá operar con los enormes trenes de mercancías de 750 metros de largo que está implantando el Estado. También posee varios apartaderos en explotación comercial.

El transporte de mercancías por carretera se ha visto condicionado por tres factores fundamentales, como han sido la atomización del sector (más de un 90 por ciento de los operadores son pymes), la crisis económica y la nueva Ley de Ordenación del Transporte Terrestre (LOTT), que han obligado al sector a reinventarse. Según datos de la Comunidad de Madrid, desde 2007 se ha reducido el sector en 25.000 empresas y autónomos. Benito Armero, presidente de Tradismer, una de las asociaciones profesionales más importantes del transporte por carretera, explica que en los últimos seis años opera menos de la mitad de empresas que en 2007. “Ya no es que falte trabajo, sino que los precios han caído y las pymes están supliendo a los grandes flotistas a un coste poco competitivo, ya que tienen que hacerse cargo de las demoras en los pagos por parte de las empresas. La aplicación enérgica de la ley de morosidad y la implantación de sanciones importantes a los contratistas

serían la clave para que el sector recuperase terreno”, comenta.

Según el director general regional de Transportes, Federico Jiménez de Parga, “Madrid ofrece a los transportistas un espacio muy competitivo en el que pueden encontrar mercado, gracias a su posición como primera región económica del país. Los planes de inspección e iniciativas políticas como la eliminación del céntimo sanitario a los profesionales van a beneficiar a 42.000 empresas y autónomos”.

Emisor de correspondencia

Logista es la principal empresa logística peninsular. Desde la entidad aseguran que el grupo está indisolublemente unido a la Comunidad de Madrid. Desde Leganés se dirige una compañía con casi 6.000 profesionales (1.500 en la región) y más de 440 plataformas logísticas en España, Francia, Italia, Portugal y Polonia. Dos de sus principales plataformas se encuentran en Coslada y Getafe, aunque es su sede central el principal activo de la compañía. Uno de los mayores y más compactos centros logísticos en Europa con capacidad de almacenamiento de casi un millón de metros cuadrados.

El Grupo Correos es líder en su sector, gracias, especialmente, a la actividad en la Comunidad. Domingo Sebastián, director de la zona 4 de Correos, que gestiona Madrid, Castilla-La Mancha y Extremadura, destaca la importancia de la región: “El 53 por ciento de los grandes emisores de correspondencia están situados en Madrid. También pasa por

la capital todo el correo internacional”. Para poder gestionar este volumen de actividad, la compañía cuenta con siete centros logísticos, entre los que destacan el centro del aeropuerto de Barajas, la planta de tratamiento automatizada de Vallecas —gestiona seis millones de envíos diarios— y el centro de tratamiento de paquetería, en cuyas instalaciones son tratados 90.000 paquetes cada día. 8.400 empleados trabajan en sus 208 oficinas multiservicio y sus 161 estaciones de reparto y servicios especiales.

En cuanto al negocio aeronáutico, fuentes de Aena concretan que “Madrid-Barajas concentra el 54,19 por ciento del flujo de mercancías aeroportuarias del país, con 345,80 millones de toneladas transportadas en 2013”. La facturación de mercancías por parte de Aena ha capeado la crisis con bastante solvencia y ha recuperado la senda alcista en 2014.

En el aeropuerto se ubican 200 de las principales compañías del sector, entre las que destaca Iberia, miembro de IAG, como la operadora más importante, gracias a su planta de 34.000 metros cuadrados, gestionada por Iberia Cargo, en la que en el último ejercicio se gestionaron 1.007 millones de toneladas por kilómetro. Según Manuel López Colmenarejo, director de Desarrollo y Alianzas de Iberia, “la evolución del sector va a ir en función del desarrollo de nuevos modelos de aviones de pasajeros, con mayor capacidad de carga, ya que el tráfico de cargueros está en retroceso. En ese sentido, Madrid es un centro muy importante”.

JORGE SOMOZA - Secretario técnico de la Federación Española de Transporte Discrecional de Mercancías (FETRANSA)

El esfuerzo de los transportistas



La Comunidad de Madrid, dada su situación estratégica, supone uno de los principales núcleos de logística y transporte de nuestro país, además de ser una de las principales fuentes de consumo.

En la región, a fecha 1 de enero de 2014, había un total de 31.420 vehículos con autorización de transporte de servicio público (aquellos que transportan mercancías de terceros a partir de una MMA de 2.000 kilos), lo que representaba un 10 por ciento del total de nuestro país. Además existían 10.456 vehículos con autorización de servicio privado (aquellos que transportan sus propias mercancías a partir de una MMA de 3.500 kilos), es decir, un 8 por ciento de las que hay en España. La Comunidad de Madrid es la cuarta en número de vehículos con autorización de transporte. De los vehículos con autorización de servicio público, 5.293 disponen de licencia comunitaria.

El del transporte ha sido un sector fuertemente afectado por la crisis, incluso en mayor medida que otros, pues el descenso de toneladas transportadas se cifra en torno a un 40 por ciento, han desaparecido en torno al 25 por ciento de las empresas del sector y el incremento del precio del carburante, principal elemento en la estructura de costes de un camión, se sitúa en un 50 por ciento desde que comenzó la crisis. Sirva de ejemplo que, en enero de 2010, en la región, el número de vehículos con autorización de transporte de servicio público era de 40.091 (un 27,6 por ciento más que en la actualidad) y 13.252 vehículos con autorización de servicio privado (un 26,74 por ciento más que hoy).

Durante el año pasado, desde la Comunidad de Madrid se expidieron 71,5 millones de toneladas y se recibieron 77,7 millones, por lo que disponemos de una balanza muy equilibrada. Bien es cierto que aproximadamente el 50 por ciento corresponde a transportes realizados dentro de la propia Comunidad.

En el sector del transporte de mercancías por carretera más de tres de cada cuatro empresas son autónomos, situación que también se produce en Madrid. Por eso, en muchas ocasiones, el transportista autónomo no tiene capacidad negociadora frente a su cliente, generalmente entidades con mayor músculo empresarial, y tiene que asumir condiciones que ponen en peligro su supervivencia económica.

Actualmente existen importantes problemas para los transportistas autónomos, algunos comunes con otros sectores como la falta de financiación, el descenso de actividad, la competencia desleal o la morosidad y el incumplimiento de los plazos de pago, y otros más específicos, como el alto precio del combustible, su incapacidad para repercutirlo o la alta presión fiscal que soporta. Respecto a esto último, recientemente el Tribunal de Justicia de la UE ha dictado una sentencia declarando ilegal el céntimo sanitario. El sector espera que las administraciones hagan un ejercicio de responsabilidad para devolver lo ingresado indebidamente en un plazo razonable para que suponga un respiro a las maltrechas economías de los transportistas.

El del transporte ha sido un sector fuertemente afectado por la crisis, incluso en mayor medida que otros

JOSÉ IGNACIO ARRANZ - Gerente de Mercamadrid



El papel de Mercamadrid en la distribución alimentaria

Mercamadrid abastece a la capital y su área comercial de influencia, con más de 12 millones de consumidores

El extraordinario crecimiento de Madrid durante los años sesenta hizo concebir a las autoridades la idea de la creación de unos nuevos mercados, con suficiente capacidad y modernidad, pensando más allá del siglo XX.

La falta del espacio físico necesario para el volumen de operaciones que imponía el rápido incremento de un censo de población y un área geográfica a la que había que garantizar suministro, unida a la carencia de instalaciones adecuadas para el tratamiento, manipulación y conservación de alimentos más allá de la actividad tradicional que los asentadores habían venido desempeñando, junto con las perturbaciones en el tráfico urbano que ocasionaba el ya entonces céntrico emplazamiento de las instalaciones de Puerta de Toledo y Legazpi, aconsejaron emprender el proyecto Mercamadrid. Se llevó a cabo asociando al Ayuntamiento de Madrid con la empresa nacional Mercasa en una empresa mixta que se constituyó con el nombre de Mercados Centrales de Abastecimiento de Madrid, S.A. (Mercamadrid).

El 30 de noviembre de 1982 se inauguró el mercado central de pescados y el 1 de febrero de 1983 el mercado central de frutas y hortalizas, dentro del recinto de la nueva Unidad Alimentaria Mercamadrid. En los años sucesivos se sucedieron nuevas inauguraciones e incorporaciones de acuerdo con las necesidades que el propio mercado iba planteando: en 1986 se

inauguró la nave de plátanos; en 1987, la nave de polivalencia. Nuevos pabellones auxiliares de los mercados se pusieron en marcha en años sucesivos: en 1990 un frigorífico general, y en 1999, un nuevo centro cárnico.

Adscrito al Área de Gobierno de Economía, Hacienda y Administración Pública del Ayuntamiento de Madrid, Mercamadrid es el centro de negocios por excelencia de la alimentación, el gran mercado físico de los productos perecederos que abastece a la ciudad de Madrid y su área comercial de influencia, un radio de 400 kilómetros con más de 12 millones de consumidores.

Con más de 800 empresas instaladas en sus 2,2 millones de metros cuadrados, la población media diaria del polígono alcanza las 25.000 personas. Un flujo de 17.000 vehículos al día concuerda con los casi 2 millones de toneladas de productos alimenticios que se comercializan anualmente en Mercamadrid.

Hoy el reto es cualitativo. Para responder a un consumidor que demanda alimentos de seguridad alimentaria irreprochable, alta calidad y el mejor precio posible una vez salvaguardadas tales condiciones, Mercamadrid debe facilitar a sus usuarios el mejor soporte para, objetivamente, añadir valor a la cadena de valor. Trabajamos para que pasar por Mercamadrid merezca la pena.

MAGÍN BLANCO - Director de Operaciones de Correos



Correos, operador logístico de referencia

El transporte de mercancías y las actividades logísticas asociadas es un sector económico de importancia creciente, tanto por su propia relevancia económica —supone en el entorno del 4,5 por ciento de la riqueza nacional— como por su contribución al desarrollo del resto de sectores.

Correos opera tanto en el mercado de las comunicaciones físicas documentales —cartas y publicorreo— como en el de las mercancías, en el sector de la paquetería empresarial y comercial. Cuenta en su cartera de clientes con las principales empresas y operadores logísticos del país, lo que le permite, pese a no operar en sectores industriales propios de la gran distribución como alimentación y bebidas, ser uno de los principales actores en la admisión, transporte y entrega de mercancías tanto de origen nacional como internacional.

Si en el conjunto de España las actividades de transporte de mercancías y logística son relevantes, en la región aún lo son más, pues los envíos con origen en la Comunidad de Madrid crecen cada año tanto en correspondencia —cartas y marketing directo— como en paquetería. En 2013 los envíos con origen en la Comunidad de Madrid supusieron el 52,85 por ciento del total de los envíos nacionales. En el mercado de la paquetería relacionada con el comercio electrónico el peso relativo es aún mayor, ya que representa el 55 por ciento del total nacional.

Para gestionar los 1.735 millones de envíos con origen Madrid y los 578,5 millones distribuidos en Madrid, Correos dispone de más de 75.000 metros cuadrados distribuidos en ocho centros logísticos ubicados

en el entorno del Centro de Transportes de Madrid y en el Aeropuerto de Barajas.

La automatización del proceso de paquetes —además del centro de Madrid, Correos cuenta con 12 configuraciones más ubicadas en toda España— unida a la capacidad de integración tecnológica con el cliente (*online, offline o web service*) y a la entrega con terminales de última generación (PDA), permite garantizar la trazabilidad de los envíos en todas las fases del proceso logístico.

La actividad de Correos vinculada al comercio electrónico está siendo la palanca de crecimiento para la compañía en la distribución de paquetería (con un crecimiento en el último año del 25 por ciento). Incrementar la cuota en el *e-Commerce* es la apuesta estratégica de Correos y para ello cuenta en la Comunidad, además de con los grandes núcleos logísticos ya mencionados, con 161 centros —de ellos 65 en Madrid capital—, la accesibilidad de sus 234 oficinas —de ellas 108 ubicadas en la capital—, la garantía de la logística inversa (devoluciones), su gama de productos con entregas en la oficina elegida o en domicilio y en franjas horarias elegidas.

Para dar respuesta a estas necesidades, la empresa postal dispone de la mayor plataforma logística especializada en comercio electrónico que, unida a los recursos humanos, infraestructuras logísticas y tecnológicas, redes de transporte y capilaridad de distribución, convierte a Correos en el socio integral de paquetería con el que enviar “cualquier cosa, cada día, a todas partes”, tanto en el caso de empresas como de ciudadanos.

La actividad de Correos vinculada al comercio electrónico está siendo la palanca de crecimiento de la compañía

HÉCTOR CASADO - Director general de Madrid Network



Hacia un modelo inteligente

El desarrollo de la economía y la creciente globalización hacen que las ciudades y regiones actuales afronten una nueva realidad que requiere una transformación hacia un modelo de gestión integral, eficiente y sostenible, dotada con menos recursos y donde el ciudadano se convierta en el verdadero protagonista.

Gestionar las ciudades es un reto que implica cada vez a más sectores económicos y que, sin duda, requiere la colaboración público-privada que concentre el talento, las capacidades y los recursos necesarios para gestionar mejor y ser más competitivos en un mercado global.

La evolución hacia este modelo inteligente de ciudad requiere tanto capacidad de liderazgo como visión estratégica de futuro en una de sus principales áreas: la movilidad *smart*, logística y transporte.

El sector de la logística y el transporte se ha convertido en un puntal para la competitividad de las empresas y para el desarrollo económico de cualquier país, cuya importancia aumentará en los próximos años con la aplicación de las nuevas tecnologías y los nuevos modelos de comercio, principalmente el *e-commerce*.

La mejora de la competitividad y la sostenibilidad económica y ambiental de los sistemas de producción y consumo pasa necesariamente por la reducción de los costes y el aumento de la eficiencia en cadenas logísticas, cada vez más com-

plejas. Un paso más hacia un modelo inteligente.

Es ante este nuevo escenario donde Madrid Network adquiere protagonismo, en su objetivo de ayudar a las empresas a generar negocio y buscar nuevas oportunidades para ellas a través de la innovación en un mercado cada vez más competitivo.

Sus más de 700 empresas, centros de investigación y universidades, agrupadas en 12 *clusters* y cinco parques tecnológicos, generan un entorno innovador dentro de la red que allana el camino hacia un modelo *smart*.

Y en esa apuesta hacia la especialización inteligente, Madrid Network pone en marcha un nuevo servicio de asesoramiento técnico para la definición del itinerario que permita definir la estrategia de especialización adecuada a las características, necesidades y potencial del tejido empresarial existente en un territorio o municipio concreto: territorio competitivo.

Este programa, basado en la estrategia de especialización europea 2014-2020, persigue detectar los sectores económicos y las empresas tractoras de un municipio o territorio, trabajando de manera coordinada con los agentes locales, *cluster* y la Comunidad de Madrid.

Esta es la apuesta de Madrid Network. Por la innovación, la competitividad, por la generación de negocio y, por supuesto, por la economía regional.

Madrid Network busca nuevas oportunidades para las empresas a través de la innovación



UNIVERSIDAD ALFONSO X EL SABIO

A los estudiantes que hoy están en nuestro Campus y a sus familias, a los 36.000 jóvenes que se formaron en nuestras aulas y ahora son grandes profesionales,

a las más de 7.500 empresas con las que tenemos acuerdos de colaboración, a los profesores, al personal no docente, a nuestros Doctores Honoris Causa...

A todos, gracias.



Abierto 24 horas

El comercio constituye uno de los principales pilares sobre los que se cimenta la economía madrileña, a la que cada año aporta el 13,2 por ciento de su Producto Interior Bruto. En la región se asientan, según datos de la Dirección General de Comercio de la Comunidad, más de 33.500 establecimientos mayoristas y cerca de 55.500 minoristas, que en su conjunto dan empleo a más de 275.000 personas, el 10 por ciento de la población ocupada de la región.

En Madrid el comercio y el turismo forman un tándem inseparable desde hace años. Su amplia oferta monumental, su condición de capital de España, su céntrica situación geográfica y sus múltiples infraestructuras sirven de reclamo para los millones de visitantes que cada año recibe la región. Y cada vez son más quienes acuden a ella atraídos por su extensa y variopinta oferta comercial, un fenómeno que ha situado la capital española como segundo destino del turismo de compras a nivel europeo, tan solo por detrás de Londres.

“Madrid ofrece precios mucho más bajos que otras grandes capitales euro-

peas”, asegura Michael Goldenberg, consejero delegado de Value Retail España, gestora del centro comercial Las Rozas Village, que insiste en que este turismo de compras “puede ser uno de los motores de la recuperación económica”. Junto a este importante mercado turístico, el comercio madrileño se nutre además de una importante clientela de no residentes, procedentes de provincias limítrofes como Guadalajara, Toledo, Ávila o Segovia.

Esta vinculación con el turismo fomenta que el grueso de este tipo de compras se canalice hacia la almendra central de la ciudad, que acoge uno de cada cuatro comercios de la región, y más concretamente

hacia los ejes comerciales de Fuencarral, Serrano, Preciados y Carmen. En estas calles, los pequeños negocios de toda la vida comparten espacio y protagonismo con grandes marcas nacionales y extranjeras que han multiplicado sus sucursales en los últimos años, pero también con los más famosos grandes almacenes del país, que precisamente tienen su germen en Madrid.

Fue en la capital de España, en la céntrica calle Rempelanzas, donde se emplazó el primer establecimiento del hoy buque insignia del comercio español. Allí se fundaba, a finales del siglo XIX, una pequeña sastrería que llevaba por nombre El Corte Inglés, que, tras 70 años de negocio, con-

lización y adaptada a las exigencias del mercado”.

En esta línea, el comercio de la Comunidad de Madrid se encuentra inmerso en una profunda transformación protagonizada por la diversificación de los formatos comerciales, la especialización de la oferta de productos y servicios y la adaptación a los nuevos hábitos de consumo de los madrileños.

“Si hoy en día hay una fórmula de negocio que encaje con los nuevos tiempos y con la apuesta por el emprendimiento, esa es sin duda la franquicia. Con la crisis se ha convertido en un *valor refugio* capaz de generar puestos de trabajo”, opina Ángel Luis Martín, director general de Comercio de la Comunidad de Madrid.

Una opinión que comparten desde la Cámara de Comercio, desde donde señalan también el creciente papel de este tipo de empresas dentro de la economía madrileña: “Cada vez son más las empresas que

hasta los últimos centros abiertos en 2013 como Camino Real en San Fernando de Henares y Castellana 200. Según datos la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales, la Comunidad de Madrid dispone de 96 centros —de los 542 existentes en España— que albergan a casi 7.500 comercios en una superficie bruta alquilable (S.B.A.) de algo más de tres millones de metros cuadrados. En cuanto a la previsión de nuevas aperturas, existen otros proyectos como el de Canalejas y el del Estadio Santiago Bernabéu.

La Comunidad alberga hoy en día 330 redes de franquicias, más del 30% a nivel nacional

Por superficie comercial, los de mayor tamaño son Xanadú, Parquesur, Parque Corredor, Islazul, La Vaguada, La Gavia, Parque Oeste Alcorcón y Mega-Park Madrid. Otros como Plenilunio, Tres Aguas, Gran Plaza 2, Plaza Norte 2, Nassica y Loranca, se suman a la extensa lista. De estos centros comerciales, Madrid Xanadú es referencia a nivel internacional. Firmas como Apple, Hollister o Primark eligieron esta gran superficie para iniciar su andadura en Madrid. Con 189.000 metros cuadrados, emplea a 4.000 personas y alberga 220 locales. “En el sector es el referente a seguir no solo por su oferta comercial, sino también por la calidad de las instalaciones de ocio con la única pista de nieve cubierta de España, una pista de *karts*, un minigolf y una bolera”, cuenta Ángel Moreno, director general de Madrid Xanadú.

“Madrid ha sido una de las regiones en las que los centros comerciales han tenido mayor éxito, debido a la buena acogida de los consumidores madrileños”, asegura Javier Hortelano de la Lastra, presidente de la asociación Española de Centros y Parques Comerciales. Existen muchos factores para explicar el éxito de un centro comercial, pero “el acierto en la concepción, ubicación, innovación y adaptación a las exigencias de los consumidores son los elementos imprescindibles para que funcione”, añade. En este sentido, Plenilunio, por su ubicación estratégica en las inmediaciones de la A-2, “es referencia en toda la zona este de la ciudad y el corredor del Henares, convirtiéndose no solo en punto de encuentro para las compras, sino también en un punto de reu-



El Corte Inglés nació como una pequeña sastrería.

tinúa siendo un modelo cuyo rasgo principal “es el servicio y la atención al cliente”, según un portavoz de la firma comercial. La sociedad cuenta con 16 centros en la Comunidad de Madrid, una plataforma logística en Valdemoro —la mayor de España— y un centro de distribución para el área de alimentación en Coslada, que han incorporado la última tecnología en el sector de la logística. A todo esto, hay que añadir una importante presencia de tiendas de formatos más pequeños como Sfera, Supercor, Supercor Exprés, Opencor, Bricor, Óptica 2000 o las agencias de viajes de la firma. Una variada oferta comercial que, como apuntan desde el Corte Inglés, está “en constante actua-

apuestan por las redes de franquicia como método de crecimiento y expansión de sus negocios y logran con éxito sus objetivos”, recalcan. Hoy en día la Comunidad de Madrid alberga 330 redes de franquicia —más del 30 por ciento del total nacional— con 14.109 locales comerciales que facturan más de 11.000 millones de euros anuales y emplean a cerca de 60.000 trabajadores.

Otro ejemplo de esta evolución en los gustos de los madrileños es la proliferación de centros y parques comerciales. Aunque antes de 1973 ya existían en Madrid varios grandes almacenes, el sector ha experimentado profundos cambios desde aquel primer centro comercial que se llamó Jumbo —hoy Alcampo Pío XII—



Tienda FNAC de Preciados.



El centro de Madrid, abarrotado por las compras navideñas.

nión social de las familias”, afirma Beatriz Martín, gerente de este centro comercial. “También es relevante por los puestos de trabajo que genera, lo que contribuye a la estabilidad de las grandes cifras macroeconómicas de la Comunidad de Madrid”, añade. En total, en los 200 locales de Plenilunio trabajan 2.000 personas.

La inversión española en transacciones de Centros y Parques Comerciales alcanzó en 2013 los 618 millones de euros, lo que supone un 147 por ciento más que en 2012, según los últimos datos de la asociación. Y las ventas estimadas ascendieron a 36.770 millones de euros, lo que supuso una ligera disminución del 0,3 por ciento respecto a 2012. “Creo que estamos en el inicio de la recuperación, aunque hay que mantener todas las cautelas. Estamos viendo que el modelo funciona con garantías y por eso está atrayendo una importante inversión internacional”, apunta el presidente de la Asociación de Centros Comerciales.

Aunque durante décadas el sector comercial ha sido floreciente, los estragos de la crisis también han hecho mella en el comercio, “uno de los más perjudicados en la región por la disminución de la demanda interna y la caída del consumo”, según reconoce el titular de la dirección general de Comercio. El estallido de la burbuja inmobiliaria, recalca Ángel Luis Martín, ha supuesto “el desplome de ventas de los sectores más ligados a la construcción, como los de mobiliario y electrodomésticos”.

Precisamente con el objetivo de frenar los efectos de la crisis sobre la facturación y el empleo, el Ejecutivo regional aprobó en 2012 la ley de dinamización comercial, con la que Madrid se convirtió en la primera

Madrid fue la primera comunidad en desregular los horarios de apertura de los establecimientos

comunidad autónoma en desregular los horarios de apertura de los establecimientos. Ello se tradujo en una carta blanca para que los comercios pudieran abrir a cualquier hora durante los 365 días al año, así como en la libertad para fijar sus propios períodos de rebajas sin necesidad de coincidir con las fechas tradicionalmente establecidas.

La nueva normativa introdujo también la posibilidad de iniciar la actividad comercial sin necesidad de licencia, sustituyéndola por la aportación de una declaración responsable, la documentación técnica necesaria y la liquidación de las tasas municipales.

“La posibilidad de que cada comerciante determine libremente los días en los que ejercerá su actividad ha dotado al sector de una mayor flexibilidad y adaptación a las necesidades de los clientes y ha permitido a Madrid posicionarse como uno de los mejores destinos de compras a nivel mundial”, resume el director general de Comercio de la Comunidad de Madrid.

Desde su entrada en vigor, insisten desde la Consejería de Economía, “la nueva normativa ha favorecido la creación de cerca de 27.000 nuevos puestos de trabajo en el sector”. Pero los cálculos no concuerdan con los de los pequeños comer-

ciantes, que se confiesan “agraviados” con la regulación y denuncian la pérdida del 20 por ciento de los empleos del sector desde el estallido de la crisis.

Son muchos los expertos que consideran que la ley de dinamización comercial no es la panacea para la situación actual. Los comerciantes minoristas afirman que no necesitan más días para vender, sino que se reactive el consumo interno. Los comerciantes, que reivindican también la recuperación de facilidades para la financiación y mayores garantías para la seguridad jurídica de sus inversiones.

Así lo expresa Hilario Alfaro, presidente de la Confederación de Comercio Especializado de la Comunidad de Madrid (COCEM), que propone la concesión de préstamos a un interés del 3 por ciento a las empresas que generen empleo por parte de los bancos y cajas nacionalizados. “El crédito no fluye y así es imposible crear y mantener el comercio”, asegura. Por ello, Alfaro, también vicepresidente de la Confederación Española de Comercio (CEC), incide en la necesidad de iniciativas como la bonificación durante tres años del 100 por 100 de las cuotas de Seguridad Social para las empresas con menos de 25 empleados.

Mientras el sector encuentra la receta mágica, sus profesionales apuestan por una mayor inversión en la marca Madrid y en el comercio electrónico. La capital se convertirá además en la primera ciudad española en implantar los Business Improvement District (BID), consistente en la asociación de los comercios de una zona para suplir las carencias en seguridad, limpieza o marketing, estableciendo una determinada tasa a pagar.



LICUAS



*Alcantarillado y Galerías de Servicio • Conservación de Carreteras • Mobiliario Urbano • Jardinería y Redes de Riego
Obra Civil • Conservación de Pavimentos • Edificación y Mantenimiento Integral de Edificios
Aparcamientos • Limpieza Viaria • Recogida de Residuos Sólidos Urbanos
Servicios Aeroportuarios • Campos de Golf • Puertos Deportivos • Fuentes Ornamentales • Energías Renovables*

Oficinas Centrales

Federico Salmón, 11 • 28016 MADRID
Tel.: 91 353 10 50 • Fax: 91 353 10 51
licuas@licuas.es • www.licuas.es

CIUDADES LLENAS DE VIDA



Delegaciones en España:

Andalucía • Levante

Delegaciones Internacionales:

Polonia • Qatar

ÁNGEL LUIS MARTÍN - Director general de Comercio de la Comunidad de Madrid

El comercio de Madrid: especialización, diversidad y cercanía

Madrid puede presumir de estar, comercialmente hablando, al nivel de las principales capitales mundiales

En una economía fuertemente terciarizada como la madrileña, el comercio es uno de los sectores más relevantes. Ocupa en la actualidad a casi 262.000 personas, el 14,4 por ciento del total de España, y representa cerca del 7 por ciento del PIB regional. Es un sector que ha contribuido al importante crecimiento económico regional en los últimos años, como resultado de las políticas liberalizadoras aplicadas por el Gobierno de la Comunidad de Madrid, basadas en la eliminación de trabas administrativas y el fomento de la actividad económica. Además, la especialización, modernización y pluralidad de formatos de nuestro comercio ha hecho que, en el momento en que los indicadores macroeconómicos comienzan a mejorar, el sector comercial de Madrid se esté convirtiendo en punta de lanza de la reactivación económica.

Madrid tiene la suerte de contar con una estructura comercial propia, que se manifiesta en una rica, amplia y diversificada oferta presente no solo en la capital sino también en los diferentes municipios, y en la que podemos encontrar áreas y ejes comerciales urbanos con presencia del comercio más tradicional, incluso centenario, junto a las tiendas, franquicias y cadenas especializadas de marcas líderes en moda y complementos. Además, contamos con más de un centenar de modernos centros comerciales, con presencia de las principales marcas líderes en el mercado que, dada la posición geográfica

de nuestra región, la convierten en una oferta atractiva no solo para los numerosos visitantes de otras regiones de nuestro entorno, sino también para los más de 10 millones de turistas que encuentran en nuestra plural oferta comercial un incentivo más para su visita. Precisamente esta variedad de su oferta, junto a medidas liberalizadoras, como la apertura en domingos y festivos, ha convertido a Madrid en el segundo destino ideal para el turismo de compras en Europa, solo por detrás de Londres.

Esta es la estrategia en la que nos encontramos inmersos en este momento, y que pasa por seguir apoyando decididamente el desarrollo y crecimiento de los negocios ya establecidos, a los emprendedores y, como novedad, potenciar la promoción de nuestras áreas más comerciales más allá de nuestras fronteras. Es el caso de la nueva campaña “Madrid Destino 7 Estrellas: Madrid, la mejor tienda del mundo”, que está promocionando por primera vez en origen el comercio de Madrid en países de economías emergentes, como es el caso de China.

Se trata, en conclusión, de seguir apostando por un modelo comercial en el que tienen cabida todos los formatos y que se ha revelado como de amplia aceptación por los consumidores, nacionales e internacionales. No en vano Madrid puede presumir de estar, comercialmente hablando, al nivel de las principales capitales mundiales.

MIGUEL GARRIDO - Director gerente de la Cámara de Comercio de Madrid

La Cámara del comercio madrileño



La Cámara de Madrid, fundada en 1887, es un órgano consultivo y de colaboración con las administraciones públicas. Representa, promueve y defiende los intereses generales del comercio, la industria y los servicios de la región, y presta y asiste a través de numerosos servicios a las empresas que ejercen su actividad en ella.

Las Cámaras de Comercio son instituciones implantadas y reconocidas en todo el planeta. De los 194 países oficialmente reconocidos en el mundo, solo hay dos en los que no está activa una: República de Nauru (Micronesia) y El Vaticano. Las Cámaras de Comercio tienen una importante misión: el impulso de la promoción del comercio, la industria y los servicios, con el consecuente desarrollo económico y generación de riqueza.

La Cámara de Madrid proporciona servicios a las empresas en todo su ciclo vital. Desde su nacimiento a través de la Ventanilla Única Empresarial, la búsqueda de financiación, el diseño y análisis tanto de mercados objetivo como de planes de negocio, aspectos todos ellos imprescindibles en los primeros pasos de las empresas. También en el crecimiento en la etapa de desarrollo y consolidación tanto a nivel local como internacional. Y, por último, la fusión, integración e incluso venta de empresas mediante la búsqueda de un relevo generacional o la localización de empresarios alternativos que tomen el testigo de ese proyecto.

De cara al trabajo diario de la industria y del comercio, la Cámara presta asesoramiento en la calidad de atención al

cliente, legislación, horarios comerciales, ventas especiales, etiquetado o comercio electrónico.

Adicionalmente, la Cámara de Madrid ofrece diferentes servicios encaminados a apoyar la formación de profesionales, facilitar el acceso a las nuevas tecnologías y potenciar la cultura de la calidad, contribuyendo con ello al desarrollo y competitividad de las empresas.

La Cámara ha desempeñado un papel muy activo en la modernización de las instalaciones del comercio de Madrid, a través de planes de ayudas comerciales desarrollados en colaboración con la Comunidad de Madrid, modernizando más de 3.000 comercios madrileños, así como once mercados de nuestra región.

Ante la necesidad de disponer de un mejor conocimiento del mercado y del comercio, la Cámara de Madrid realiza los Informes de Coyuntura del Comercio de Madrid, que constituyen un instrumento muy eficaz para el conocimiento del sector.

Por último, quiero destacar el papel de la Cámara como fundadora en 1982 junto al Ayuntamiento y la Comunidad de Madrid de la feria de Madrid, Ifema, que es, en sí misma, un amplio escaparate para la oferta comercial y uno de los principales motores para el desarrollo del comercio y los servicios de Madrid.

La Cámara de Comercio e Industria de Madrid ha sido, es y seguirá siendo una corporación al servicio de las empresas de la región, para todo aquello que puedan necesitar.

La Cámara ha desempeñado un papel muy activo en la modernización de las instalaciones del comercio de Madrid

JAVIER HORTELANO - Presidente de la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales



Una historia con futuro

La historia de los centros comerciales es la historia de una transformación que ha cambiado no solo la fisonomía de nuestras ciudades, sino también los hábitos de compra y de vida de mucha gente.

En España, y concretamente en Madrid, el primer centro comercial —Jumbo— se inauguró en junio de 1973, hace 40 años. No tantos como para que muchos de nosotros no podamos recordar cómo eran entonces los centros comerciales y comprobar cómo son en la actualidad.

Hoy en día, la Comunidad de Madrid cuenta con 96 centros y parques comerciales con una superficie bruta alquilable (SBA) de 3.008.930 metros cuadrados. Y para hacernos una idea de la importancia que tienen en el conjunto de la economía nacional, en España hay 542 instalaciones que suman un total de más de 15.000.000 de metros cuadrados de superficie bruta alquilable, que dan empleo a unas 320.000 personas y cuentan con más de 1.700 millones de visitas al año. Además, la gran mayoría de los comercios que integran estos centros comerciales son locales de menos de 300 metros cuadrados.

Es evidente que esta evolución ha supuesto un efecto dinamizador para el comercio y la economía de todas las regiones españolas y más concretamente de la madrileña. En la actualidad, y cada vez más, los centros comerciales son espacios que, además de compras, ofrecen cultura, ocio, restauración y donde la gente se

reúne para hablar de las cuestiones del día a día. Este elemento diferenciador, ofrecer en un mismo espacio lo lúdico y lo comercial, hace que sean una opción tremendamente popular y una fórmula de gran éxito en el sector comercial.

Todo esto es posible porque los centros comerciales cuentan además con una gestión unitaria y activa que ha sido en gran medida la que ha hecho posible una evolución razonablemente buena durante todos estos largos años de crisis económica. Durante este tiempo de dificultades, el sector de centros y parques comerciales ha ido ganando poco a poco peso específico, llegando a suponer ya el 16,3 por ciento sobre el conjunto del comercio minorista. Una cifra importante, pero que nosotros consideramos que aún tiene margen de crecimiento.

Es obvio que nuestro sector evolucionará a futuro de manera diferente a la experimentada en los últimos 40 años. Los centros comerciales forman ya un sector maduro, de una dimensión comparable a los de los países de nuestro entorno. Esto significa que junto a las lógicas aperturas de nuevas instalaciones se van a producir más modificaciones, ampliaciones o renovaciones. Un sector maduro y consolidado, como lo demuestra también el interés de los inversores internacionales por adquirir este tipo de activos.

En resumen, una historia de éxito con un futuro esperanzador no exento, eso sí, de interesantes retos.

Los centros comerciales forman ya un sector maduro, de una dimensión comparable a los de los países de nuestro entorno

HILARIO ALFARO - Presidente de la Confederación de Comercio de Madrid (COCEM)



Comercio urbano y comercio 3.0

El comercio cambiará en los próximos cinco años el equivalente a la transformación experimentada en los últimos 50. Esta era una de las grandes y taxativas conclusiones a las que se llegaba en la edición 2013 de Retail Big Show, congreso de referencia del retail a nivel mundial.

Con tal motivo, solo hay dos opciones: adaptarse o morir. Se estima que antes de 2020 se habrá perdido casi la mitad de la base comercial que había en 2005, lo que significa que aquellos comerciantes que hagan bien su trabajo, aceptando y actuando en este proceso de cambio estructural del sector, tendrán muchas más probabilidades de sobrevivir durante este período y se encontrarán al final del túnel con la mitad de competencia.

Sin embargo, los consumidores, los clientes, seguirán estando ahí, quizás si cabe en mayor número, ya que desde nuestro propio mercado local, gracias a las extraordinarias posibilidades que nos brindan y brindarán las nuevas tecnologías, cualquier comercio, por pequeño y alejado que esté de las grandes y principales áreas comerciales, tendrá la posibilidad de presentar su propuesta de productos en cualquier lugar del mundo.

En los últimos años, el avance del *e-commerce* ha sido y es una realidad “que ha llegado para quedarse”. Cada vez son más las empresas que apuestan por el desarrollo de las nuevas tecnologías para alentar las ventas. Sin embargo, las tiendas físicas siguen, y seguirán, siendo necesarias.

Combinación entre experiencia sensorial, estrategia *on* y *offline* y herramientas tecnológicas serán la clave, con el cliente como principal pilar de nuestro trabajo. En definitiva, “comercio 3.0”.

El comercio minorista representa para la mayoría de las ciudades uno de los sectores estratégicos de su actividad económica. En concreto, para nuestra Comunidad representa el 7,4 por ciento del PIB Regional, 70.000 establecimientos y más de 250.000 trabajadores.

El comercio urbano es el gran dinamizador de nuestros municipios, donde compiten pequeños establecimientos, mercados municipales, pequeñas y medianas cadenas, generando espacios de gran competencia empresarial.

El comercio contribuye a la sostenibilidad urbana, dota de vitalidad, calidad y seguridad allá donde se localiza, impide la degradación del entorno, dinamiza y anima la vida y la convivencia.

Es por ello que nuestra administración regional y nuestras corporaciones locales, más aún en este proceso de cambio estructural del sector al que me refería, deben adoptar decisiones y medidas de política comercial moderna, avanzada e innovadora que permitan a nuestras empresas competir con éxito en el nuevo mercado. Y todo ello desde la complicidad, implicación y colaboración de los agentes empresariales: comerciantes y asociaciones.

El comercio cambiará
en los próximos cinco
años el equivalente
a la transformación
de los últimos 50

INNOVACIONES DEL GRUPO VICHY CATALÁN PARA MEJORAR TU DÍA A DÍA

LA SALUD ES LO PRIMERO. Una frase que todo el mundo sabe pero que pocas marcas se la toman tan en serio como el Grupo Vichy Catalán. Una marca que desde sus inicios se ha caracterizado por su espíritu innovador, pero siempre aplicado a lo mejor que tenemos: nuestra salud. Y es que a lo largo de los años el Grupo Vichy Catalán se ha mantenido fiel a sus principios; por eso y con más razón que nunca, ahora lanza toda una gama de refrescos saludables que utilizan su agua mineromedicinal como ingrediente principal. Unos están elaborados a base de agua mineral natural carbónica Vichy Catalán surgida del *Manantial de Caldes de Malavella* y otros, con agua mineral natural del *Manantial de Mondariz*. Aguas caracterizadas por sus propiedades beneficiosas para el organismo.

Gracias al Grupo Vichy Catalán ya no hay excusas para dejar de cuidarse. Ahora puedes hacerlo en cualquier momento y en cualquier lugar, sin tener que asociar la salud a un momento determinado. Cuídate en casa, en el gimnasio, en el trabajo, en la playa, en la montaña o incluso de fiesta. Ahora la salud tiene muchas caras y tú puedes elegir cuál quieres en cada momento.

VICHY CATALÁN GENUINA



El Vichy Catalán de siempre en vidrio, con su sabor y calidad de siempre, con sus burbujas de siempre y más joven e innovador que nunca. Ahora, en el nuevo formato lata, que te permite llevarlo allá donde vayas y que incorpora una *tapa de plástico biodegradable* que protege el contenido de la suciedad y ayuda a preservar el gas natural del agua.

VICHY CATALÁN LEMON



Elaborado con el agua mineral natural carbónica de Vichy Catalán y un punto natural de aroma de limón, una combinación perfecta para la creación de un nuevo refresco sano y completamente natural que demuestra que hay otra manera más sana de refrescarse.

VICHY CATALÁN TÓNICA



Cuando la investigación, la innovación y la experiencia se unen surge un nuevo producto destinado a los más exigentes: la nueva tónica saludable. Una tónica elaborada con la mejor agua del mundo, el agua mineral natural carbónica de Vichy Catalán. Nace así una tónica Premium para los paladares más exquisitos, porque la personalidad es absolutamente imposible de evitar.

VICHY CATALÁN PLUS Lima Limón PLUS Menta



El alto ritmo de vida que llevamos actualmente es causa de fatiga y estrés; por eso, Vichy Catalán combina los beneficios de su agua mineral carbónica con ingredientes naturales como el ginseng y la guaraná, que te dan un impulso de vitalidad y un plus de energía cada día. Además sus sabores Lima Limón y Menta, únicos en el mercado, hacen de este refresco algo inimitable e innovador.

MONDARIZ TÉ PREMIUM Limón



Todos aquellos que quieren disfrutar del auténtico sabor y personalidad de un buen té con limón ahora, por fin pueden gracias a la nueva fórmula de Mondariz elaborada a base de agua mineral natural y sin azúcares. Un nuevo concepto de refresco saludable que hace que cada hora sea la hora del té.

MONDARIZ SPORT "Sabor Cítrico"



El deporte es salud y ahora, gracias a Mondariz, los refrescos también lo son. Mondariz Sport es el complemento perfecto para deportistas, pues el agua de Mondariz contiene todas las sales minerales que necesita el organismo para su correcta hidratación. Además, con su sabor a cítricos y su 0% de azúcares lo hacen un refresco 100% refrescante y saludable.

MONDARIZ PREMIUM COLA



Para los amantes de los refrescos de cola, por fin uno saludable. Elaborado a partir de aromas naturales combinados a la perfección con el agua natural mineral Mondariz y sin azúcares. Un nuevo refresco saludable de cola que no dejará indiferente a nadie.

La gran oficina administrativa

En España hay casi 2,7 millones de empleados públicos. De ellos, más de 300.000 trabajan en la Comunidad de Madrid. Es la segunda región que más funcionarios emplea, solo por detrás de Andalucía, aunque, en proporción, un funcionario por cada 21 habitantes, la supera, ya que esta tiene dos millones de habitantes más. Son profesionales sanitarios, profesores, bomberos, policías, personal administrativo... Ello convierte a Madrid en la capital de la administración pública debido a que en ella se localiza la mayor concentración de empleados de la Administración central.

Los empleados públicos pueden ser funcionarios de carrera, interinos, personal laboral y personal eventual o de confianza. Solo a los que han conseguido plaza fija mediante oposición se les conoce comúnmente como funcionarios y es muy difícil que se les pueda despedir. El personal laboral, por su parte, ostenta contratos ordinarios de trabajo (ya sean fijos, indefinidos o temporales) regidos por el Estatuto de los Trabajadores y por convenios colectivos. El personal eventual realiza funciones “de confianza o asesoramiento especial en virtud de nombramiento y con carácter no permanente”. Y por último, los interinos son similares a los funcionarios pero no tienen plaza a perpetuidad, sino que son nombrados “por razones expresamente justificadas de necesidad y urgencia”. El secretario general del sindicato CSIT-UP, José Ángel Montero, que representa a los empleados públicos de las distintas administraciones, asegura que en la región hay actualmente “280.000 empleados públicos entre esta-

tutarios y personal laboral” pero “falta mucha transparencia para obtener los datos de personal eventual”.

Abordar un sector tan amplio es difícil porque nadie parece compartir las cifras que se manejan. Hasta en el cálculo del sueldo medio de los empleados públicos hay desacuerdo, quizás porque a las nóminas hay que sumar a las retribuciones básicas (sueldo base, más trienios y pagas extra), las complementarias (complemento de destino, de productividad, específico de puesto, entre otros, como la nocturnidad para funcionarios de prisiones y sanitarios) y las específicas de Madrid. Según la última encuesta de estructura salarial del INE de 2010, los empleados públicos percibían una retribución media de 29.811,67 euros brutos al año, un 30,8 por ciento más alta que el salario medio español, que es de 22.790 euros brutos. Fuentes sindicales aseguran, sin embargo, que esta diferencia “no es real” y la achacan a “los sueldos de los altos directivos del sector”. Tampoco hay



acuerdo sobre la reducción de plantillas, causada por los recortes presupuestarios. El secretario general de CSIT-UP estima que “solo en sanidad se perdieron 3.600 empleos públicos en 2013”. A esta pérdida habría que sumar la reducción de 2.574 empleados públicos prevista para este año por el consejero de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid, Enrique Ossorio.

Nadie cuestiona, sin embargo, que los trabajadores públicos han experimentado mermas salariales debido a la congelación de sueldos y a la eliminación de la paga extra de Navidad. CSIT-UP calcula que llevan acumulada una pérdida de poder adquisitivo que alcanza el 19,7 por ciento y que el personal laboral de la Comunidad de Madrid ha visto aumentada su jornada de 35 a 37,5 horas semanales.

Tres administraciones

Todos los empleados públicos dependen de alguna de las tres administraciones con competencias en la región: la Administración General del Estado (ministerios, Agencia Tributaria, prisiones, justicia, Fuerzas Armadas, Policía Nacional, Guardia Civil o entidades públicas empresariales), la Comunidad de Madrid (personal sanitario, profesorado, personal de justicia...) o alguno de los 179 ayuntamientos que gestionan los servicios públicos a nivel local (policía local, bomberos, trabajadores sociales, personal administrativo...). Según datos de Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, solo el 25 por



Bomberos municipales apagando un fuego.

ciento de los empleados públicos trabajan en las estructuras puramente administrativas, estando el resto dedicados a servicios de sanidad, educación, seguridad, defensa o justicia. Según los últimos datos disponibles de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el 21,6 por ciento del gasto para empleados públicos en 2011 correspondió al Gobierno central, el 34,3 por ciento al regional, el 12,3 por ciento al local, y el 31,9 por ciento a la Seguridad Social.

El Instituto Nacional de la Administración Pública (INAP) es un organismo autónomo adscrito al Ministerio de

En Madrid trabajan 300.000 funcionarios, uno por cada 21 habitantes

Hacienda y Administraciones Públicas, a través de la Dirección General de la Función Pública. Tiene encomendadas las tareas de selección de los funcionarios de los cuerpos generales de la Administración General del Estado, la formación de directivos públicos y del resto de las personas que componen las organizaciones administrativas, así como la reflexión sobre las principales líneas de actuación de la Administración española. Su actual director, Manuel Arenilla, cree que el desasosiego social hacia el funcionariado en parte es consecuencia de que los jefes de los empleados públicos son políticos: “No hay que olvidar que lo que está en descrédito son las instituciones políticas, que tienen la más baja valoración de los países de nuestro entorno. Por tanto, es tarea del sistema político recuperar la credibilidad ante los ciudadanos teniendo en cuenta que la población es cada vez más crítica y más consciente de sus derechos. Además, la administración pública tiene que profundizar en la eficiencia, en la eficacia y en la efectividad. No basta con hacer las cosas bien, hay que conseguir los resultados que los ciudadanos esperan”, añade Arenilla.

Un sector en transformación

El Gobierno de la nación trabaja en una



En el edificio de Nuevos Ministerios se concentran numerosos organismos oficiales.



Ciudadanos realizando trámites administrativos.



Un conductor de autobús de la EMT de Madrid.

ley que transformará la Administración pública restando competencias a los ayuntamientos y transfiriéndolas a las comunidades autónomas para “evitar duplicidades que impiden que se haga plenamente efectivo el principio ‘una Administración, una competencia’”. En la práctica supondrá que las administraciones locales pierdan toda competencia en sanidad, educación o servicios sociales, que serán gestionadas directamente por parte de las comunidades autónomas.

Otro asunto que está suponiendo una metamorfosis de la Administración pública en Madrid es la *externalización* de determinados servicios. Es decir, servicios que siguen siendo financiados mediante los impuestos de la ciudadanía pero que son ofrecidos por empresas privadas bajo la supervisión de los organismos públicos. Esta situación se repite prácticamente en todos los sectores: hospitales, limpieza viaria, recogida de basuras, servicios de ayuda a domicilio, centros de menores, residencias, peajes en carreteras, etcétera. El director del Instituto Nacional de Administración Pública considera que “la mayor liberalización de los servicios públicos es una tendencia imparable” y recuerda que el nivel de *externalización* en España es muy bajo en comparación a otros países de la OCDE.

Mención aparte merecen las empresas públicas, que actúan como compañías que pretenden obtener beneficios pero a la vez cumplen objetivos de interés social. La Comunidad de Madrid tiene más de una veintena de empresas públicas que abar-

La Comunidad de Madrid tiene más de una veintena de empresas públicas que abarcan sectores muy diversos

can sectores muy diversos. En los últimos años, sin embargo, la Administración ha puesto en marcha una importante *poda* en las mismas. Las empresas públicas regionales atienden a objetivos muy dispares, pues entre ellas está desde Metro de Madrid, que gestiona una red de 293 kilómetros y 300 estaciones del suburbano madrileño, hasta la cadena de televisión autonómica Telemadrid, que hace más de un año sufrió un Expediente de Regulación de Empleo que afectó a unos 900 trabajadores. Otras empresas públicas como Aeropuertos de Madrid S.A. o Promomadrid han sido cerradas directamente por orden del Gobierno regional y otras como el Consejo de la Juventud, Alcalá Natura 21, la Sociedad Campus de la Justicia, el Patronato Madrileño de Áreas de Montaña o el Instituto Madrileño de Desarrollo (Imade) se han extinguido. También fueron disueltas Turismo de Madrid, el Mercado Puerta de Toledo S.A., el Consorcio Escuela de Hostelería La Barranca y la Agencia Financiera de Madrid.

El Consistorio de la capital también dispone de algunas empresas públicas, lo que permite atender necesidades concretas como la Empresa Municipal de la Vivienda y Suelo (EMVS), la Empresa Municipal de Transportes (EMT), Mercamadrid o la Empresa Mixta de Servicios Funerarios. También el Consistorio se encuentra en pleno proceso de reestructuración de su sector público. Ejemplo de ello es la fusión de Madrid Arte y Cultura (Macsa) y Madrid Espacios y Congresos (Madrirdec) para dar lugar a la nueva sociedad Madrid Destino Cultura Turismo y Negocio, o la absorción por parte de la EMT de Madrid Movilidad.

El panorama del sector público se encuentra, por tanto, en pleno proceso de adelgazamiento (en los últimos años se han perdido 600.000 empleos públicos en España, según datos del INAP). Y es que a la reducción de empresas públicas y a la reforma local se suma la escasa convocatoria de plazas de personal al servicio de las administraciones, un personal que, según la actual legislación, ha de realizar “un esfuerzo testimonial de ejemplaridad ante los ciudadanos”. El director del Colegio de Economistas de Madrid, Juan Emilio Iranzo, considera altamente positivo este recorte en el sector pues, a su juicio, la situación anterior era “insostenible”. “Las administraciones públicas habían duplicado sus funciones. Es necesaria, por tanto, una simplificación que no perjudique al ciudadano pero reduzca el gasto”, afirma.

SALVADOR VICTORIA - Consejero de Presidencia, Justicia y portavoz del Gobierno de la Comunidad de Madrid



Madrid, a un clic

Aún recuerdo cuando fui a presentar mi primera matrícula a la Facultad de Derecho. Me produjo un enorme desánimo tener que enfrentarme a esa marabunta de papeles. Lo mismo sucedía para renovar el abono transportes, consultar calificaciones o hacernos el carnet de la biblioteca. Poco podía imaginar entonces que algún día acabaría teniendo alguna responsabilidad en facilitar la vida a ciudadanos que, como yo entonces, nos preguntábamos si algún día nuestro país se libraría de aquel sambenito de Estado burocrático y lento que nos distinguía. Hoy, un par de décadas después, poco queda de aquello y la región navega con velocidad de crucero hacia la plena Administración digital.

Según datos del Observatorio de la Administración Electrónica de las Comunidades Autónomas, somos la comunidad líder en la *e-Administración* con el mayor grado de disponibilidad de servicios *online*. Los madrileños ya pueden realizar 1.244 procedimientos administrativos diferentes a través de la página web de la Comunidad, *www.madrid.org*. Tareas como presentar una solicitud, aportar documentos, pagar tasas o pedir cita con tu médico ya pueden realizarse a golpe de clic. Pero también podemos buscar colegio para nuestros hijos, recibir sus calificaciones en nuestros correos o avisos vía *sms* ante cualquier falta o retraso...

Personalmente, mi implicación con las nuevas tecnologías se remonta muy atrás, en una doble vertiente: como apasionado de la comunicación y como

defensor a ultranza de la libertad de expresión para interactuar con los ciudadanos. A todo ello le añado ahora ser testigo del papel estratégico que las nuevas tecnologías juegan para la gestión eficiente de las administraciones públicas. En este sentido, los compromisos inmediatos pasan por extender la cita previa que hemos instaurado en sanidad a otros ámbitos de la Comunidad como los servicios de orientación e inserción laboral.

En el área que me ocupa, el mayor de los retos es mejorar la gestión y la eficacia de la justicia, lo que pasa por lograr la interconexión y por la compatibilidad de los sistemas procesales; no creo que haya otro modo de ayudar a aliviar la importante carga judicial. No en vano somos la segunda región de España en tasa de litigiosidad y con mayor carga de trabajo judicial. Estamos haciendo un importante esfuerzo para la interconexión de juzgados y tribunales a través de la implantación de IUSMadrid como único sistema de información judicial en todos los órganos judiciales. En paralelo, hemos puesto en marcha el Portal de la Justicia, así como un sistema de consultas de asuntos judiciales para representantes, y hemos puesto en marcha el soporte de la futura sede judicial electrónica.

Hoy, me enorgullece pensar que la región que van a heredar mis hijos es un Madrid próspero, en continuo progreso y cambio y, sobre todo, una Comunidad que apuesta por la *e-Administración* para hacerle la vida más fácil a sus habitantes.

Los madrileños ya pueden realizar 1.244 procedimientos administrativos a través de la web de la Comunidad

JESÚS DIONISIO - Diputado socialista y portavoz en la Comisión de Duplicidades de la Asamblea de Madrid



Lo que la eliminación de duplicidades escondía

Hay quienes insisten en identificar crisis con el colapso funcional de las administraciones y el endeudamiento del sector público. Otros la vinculan a la estructura territorial del Estado, buscando una justificación para sus ansias centralizadoras en la supuesta complejidad del estado autonómico y en el excesivo número de municipios. Unos y otros utilizan la crisis como excusa para imponer un modelo ideológico ya fracasado en sus supuestos económicos, que alienta la inseguridad e incrementa la desigualdad social.

Hoy, a pesar de los esfuerzos de la derecha política y mediática por denostar lo público, nadie duda del carácter financiero de esta crisis, favorecida por un modelo económico ineficaz y socialmente insostenible que disparó la deuda privada hasta límites insoportables. Y fue precisamente el tan denostado sector público el que tuvo que acudir a su rescate absorbiendo una parte de su deuda.

Desde mi punto de vista, ni el sector público ni las administraciones son el problema, aunque tengan viejos y nuevos problemas que hay que atender y resolver con urgencia. Una cosa es mejorar las relaciones de los ciudadanos con las administraciones haciéndolas más transparentes y eficientes y otra muy distinta es hacerlas desaparecer o dejarlas sin contenido competencial. Una cosa es mejorar el sistema público de salud y otra muy distinta venderlo, como pretende hacer el PP.

Al comienzo de esta legislatura, en la Comisión sobre Duplicidades de la Asamblea de Madrid, ya alertamos sobre la voracidad privatizadora que el Gobierno regional de Ignacio González ocultaba tras su exagerado afán por eliminar duplicidades hasta donde no las había. Una voracidad que se ha llevado ya por delante miles de empleos públicos.

Varios años después, el tiempo nos da la razón: ni un solo avance legislativo en nuestra Comunidad que ayude a resolver los viejos y nuevos problemas. Todo lo contrario: en vez de ayudar a mejorar el marco competencial desde el respeto a la autonomía local, se crean conflictos innecesarios con los ayuntamientos, por un interés exclusivamente partidista, llegando en algunos casos a rozar la desviación de poder.

En lugar de favorecer la estabilidad financiera de los ayuntamientos habilitando su participación en los tributos regionales, se les desestabiliza rompiendo convenios unilateralmente, como en el caso de las Bescam, y se rehúye garantizar mediante ley la obligación de asistencia a los ayuntamientos, lo que perjudica especialmente a los más pequeños. Casualmente a los mismos ayuntamientos a los que la contrarreforma de la administración de Rajoy pretende dejar sin competencias y sin capacidad de dar respuesta a las necesidades de sus ciudadanos.

Ni el sector público ni las administraciones son el problema, aunque tengan viejos y nuevos problemas que hay que resolver con urgencia

CONCEPCIÓN DANCAUSA - Delegada de Hacienda del Ayuntamiento de Madrid

Comprometidos con la recuperación económica



Las administraciones públicas están inmersas en un profundo proceso de modernización, imprescindible para seguir cumpliendo, en un mundo en continua transformación, con su objetivo de contribuir a que los ciudadanos a los que sirve tengan una vida mejor.

Cumplir con este cometido en un momento como el actual es un reto especialmente complejo. No solo porque hay que hacer compatible la contención del gasto con la atención a un número creciente de demandas, sino también porque hay que hacerlo en un contexto de pérdida de confianza por parte de los ciudadanos.

Son muchas las dificultades que están planteadas y desde todos los niveles de la administración se está buscando soluciones para darles respuesta.

Una de las preocupaciones más acuciantes hoy es reducir la insostenible tasa de desempleo en España. Es una prioridad absoluta que solo puede abordarse impulsando el crecimiento económico y la creación de empleo. Y esto solo es posible apoyando a las empresas, que son, como señala acertadamente el *Estudio de Estructura Económica de la Ciudad de Madrid*, el motor básico de la creación de riqueza, de la innovación y de la mejora de la calidad de vida. En definitiva, son una pieza clave en la consecución de objetivos perseguidos por los ciudadanos.

Ante esta realidad indiscutible, uno de los ejes principales de las políticas públicas en la actualidad es facilitar al máximo la actividad empresarial, tanto la ya existente como los proyectos de nueva creación,

promoviendo entornos más competitivos, innovadores y preparados para hacer frente a los desafíos del siglo XXI.

En esta línea, desde el Ayuntamiento de Madrid estamos trabajando para eliminar obstáculos al desarrollo y mantenimiento de las empresas. Algunos ejemplos son la reducción de trámites administrativos, el registro único de facturas, las bonificaciones y ventajas fiscales, la iniciativa Madrid Tax Free, que devuelve a las empresas de nueva creación una serie de tasas e impuestos que pague durante los dos primeros años, o la apuesta por la innovación a través de las incubadoras empresariales.

Junto a estas, se están adoptando también medidas encaminadas a reforzar la transparencia, la rendición de cuentas, la evaluación de los programas que desarrollamos y la escucha activa, para conocer directamente las necesidades concretas de los ciudadanos. El último paso que hemos dado en este sentido ha sido la puesta en marcha del Portal de Datos Abiertos, una herramienta que pone a disposición de los ciudadanos y las empresas dos millones de datos relacionados con los recursos públicos y la planificación y gestión de la actividad municipal, que pueden ser utilizados sin restricciones con el fin de generar negocios y ahorrar costes.

Todas estas medidas están facilitando la permanencia de un potente sector industrial y empresarial y favoreciendo la atracción de nuevos activos estratégicos, que hacen que Madrid se mantenga, a pesar de los efectos de la crisis, en el grupo de las grandes metrópolis europeas.

Uno de los ejes principales de las políticas públicas es facilitar al máximo la actividad empresarial

JOSÉ ÁNGEL MONTERO - Secretario general de CSIT-Unión Profesional



Otra gestión pública es posible

La gestión pública de los recursos debe encaminarse a garantizar unos servicios públicos de calidad, que contribuyan al bienestar y el desarrollo social

En los últimos tiempos, los derechos y condiciones de trabajo de los empleados públicos se han castigado con dureza e, incluso, se ve amenazada la propia seguridad en el empleo, fruto de la reducción del sector público y de la expansión de las privatizaciones. Los efectos del ajuste del gasto público y los recortes de las administraciones en educación, servicios sociales y sobre todo en el ámbito de la salud, han sacudido con contundencia el marco económico y de las relaciones laborales de la Administración con los empleados públicos, invalidando el derecho a la negociación colectiva mediante la imposición de leyes avaladas por la necesaria adaptación a la situación económica.

Los empleados públicos nos vemos afectados, como trabajadores y como ciudadanos, por los recortes derivados de decisiones políticas que ponen por excusa la crisis económica pero no contribuyen a superarla. Dichas reformas legales impuestas por el Gobierno, tanto nacional como autonómico, han modificado lo establecido en pactos, acuerdos y convenios, marcando un retroceso de los derechos laborales relativos a jornada, permisos retribuidos, abono del cien por cien del salario cuando caemos enfermos, conciliación, desarrollo profesional, etcétera, con lo que las normativas laborales

convencionales están perdiendo su objeto para convertirse en instrumentos al servicio de la economía y la política.

Aunque CSIT-Unión Profesional lo combate en la Comunidad de Madrid, ante los tribunales y mediante la acción sindical, mientras no las modifiquemos, la aplicación de estas imposiciones y medidas circunstanciales en los centros de trabajo y en la calle se ha convertido en el cambio estructural de una realidad económico laboral completamente desmotivadora, perdurando sus efectos durante los próximos años, con o sin crisis.

Desde nuestra defensa de los intereses profesionales, económicos y sociales de los empleados de las administraciones, abanderamos la idea de que la gestión pública de los recursos debe encaminarse a garantizar unos servicios públicos de calidad que contribuyan al bienestar y desarrollo social, mediante el respeto a los derechos constitucionales. Está en juego nuestra calidad de vida futura: sanidad, educación, servicios sociales y, en general, los derechos del trabajo y el empleo mismo. Nuestro compromiso en defensa de lo público nos permite enfrentarnos a la situación actual con el respaldo de la ciudadanía, porque es esto lo que nos une y porque estamos convencidos de que otra gestión de los servicios públicos es posible.



NOS MOVEMOS EN EL DÍA A DÍA

Cada día, los autobuses de Grupo Avanza arrancan para hacer más fácil la vida de quienes vivimos en esta Comunidad. Recorren 47 millones de kilómetros al año, transportando a más de 50 millones de pasajeros anuales y para ello cuentan con 450 vehículos y 1.2000 empleados. Grandes cifras que nos convierten en el primer operador privado de transporte público de servicio interurbano del Área Metropolitana de Madrid y detrás de las cuales se encuentra nuestro compromiso por la movilidad, la eficiencia y el servicio a los ciudadanos.

En Grupo Avanza nos movemos para ti.



larrea llorente bus **avanza** interurbanos
empresa turística de autobuses

avanza
GRUPO

avanzagrupo.com

Asegurados contra la crisis

Si hay un sector que aguante bien los chaparrones, ese es el de los seguros. Además de proteger a las personas y los bienes de los riesgos cotidianos, ha sido capaz de ponerse también a sí mismo a cubierto, gracias a sus habilidades a la hora de prever y de ahorrar. Y es que, en palabras de Miguel Ángel Vázquez, responsable de Análisis y Estudios de la Asociación Empresarial del Seguro (UNESPA), “con crisis o sin ella, nada ha cambiado” en el mundo del seguro: los robos en viviendas y en negocios, las muertes inesperadas, las roturas de tuberías y los accidentes de tráfico siguen ahí. Es, por tanto, un sector “anticíclico”, como corrobora Fernando Muñoz, presidente de la Asociación de Peritos de Seguros y Comisarios de Averías de la Comunidad de Madrid (APCAS). Tanto es así que, según el Análisis del Marketing en España (estudio AMES), este fue el único sector que aumentó su inversión en publicidad en términos absolutos en 2012, mientras todos los demás, sin excepción, la recortaron.



La buena situación del sector no impide que haya diferencias geográficas en cuanto a la probabilidad de que se materialicen unos u otros riesgos. Por ejemplo, Madrid es la segunda comunidad autónoma —solo por detrás de Cataluña— en volumen de negocio, con un 21,13 por ciento del

total nacional en 2012. Por número de primas, es también la segunda: ese año una de cada cinco se firmó en Madrid. No obstante, hay que tener en cuenta que las grandes empresas tienen sede en Madrid, y aquí se alcanzan acuerdos que cubren otras partes del territorio nacional.

El hecho de que gran parte de este negocio se mueva en la Comunidad de Madrid obedece a varias razones. La primera, y más obvia, es que “las grandes empresas están en las grandes ciudades, lo que genera mucho empleo en torno a los seguros, que tiene que ver con el patrimonio físico que existe en Madrid”, explica Fernando Muñoz, de APCAS. Pero, a partir de ahí, también existen diferencias cualitativas entre el mercado madrileño de seguros y el del resto del país.

Algunas de ellas son de sobra conocidas, como la gran prevalencia de contratos de seguros sanitarios en relación con la población madrileña: si la media española se sitúa en el 18 por ciento, en Madrid hace años que supera el 30 por ciento. Pero hay otras curiosidades menos aireadas por los medios. Por ejemplo, la contratación de seguros de vida también es un poco superior a la media española. En cuanto a los seguros de vehículos, más allá de la cobertura de daños a terceros, que es obligatoria por ley, los madrileños son líderes indiscutibles en seguros a todo riesgo que incluyen daños propios, también conocidos como “seguros de aparcamiento”. “Se trata de cobertura ante el riesgo de darse contra una columna en el *parking*, o contra otro vehículo por culpa de uno mismo”, explica Vázquez, de UNESPA. “Es lógico que Madrid arroje estas cifras, ya que tiene un tráfico enormemente denso”, añade. Y es que, según los datos que maneja la patronal del sector, por Madrid circulan cada día 1,7 millones de vehículos asegurados contra daños propios, una cifra que Vázquez no duda en calificar de “bestial” en comparación con las del resto del país.

Pero no solo de los vehículos vive el mundo del seguro de no vida. Los hogares madrileños son otro de los grandes mercados de las compañías aseguradoras. Según un informe elaborado por el comparador de seguros Rastreator, Madrid es la comunidad autónoma que registra un número más bajo de hogares sin asegurar, pues solo el 9 por ciento de las viviendas construidas carecen de

cobertura ante un posible imprevisto. En Madrid, explica Vázquez, la mayor parte de los riesgos se materializan en forma de escape de agua.

Este tipo de siniestros también copa buena parte de las incidencias en la

industria, aunque en la región se producen además, según este experto, más robos que en la media del país. Las averías de maquinaria completan el panorama de los imprevistos a los que más frecuencia hacen frente las empresas

madrileñas a través de su seguro. Para las pymes, contratar uno adquiere especial relevancia, pues, según la última encuesta sobre la materia, una de cada 50 pequeñas y medianas empresas de Madrid que tuvieron un siniestro habría tenido que cerrar si no hubiera contado con una póliza.

En efecto, tal y como recuerda Mariano Blanco, miembro de la junta directiva de la Asociación Española de Gerencia de Riesgos y Seguros (AGERS), “sin el seguro, muchas de las cosas que nos parecen normales, como lanzar satélites al espacio o poner aviones en circulación, no podrían hacerse. Es un sector transversal porque elimina el riesgo para convertirlo en algo manejable”. Y pone otro ejemplo: “Si una empresa exporta vinos a Ucrania, necesita un seguro que cubra el envío; sin él, cualquier operación comercial multiplica sus riesgos”.

Sede de las grandes aseguradoras

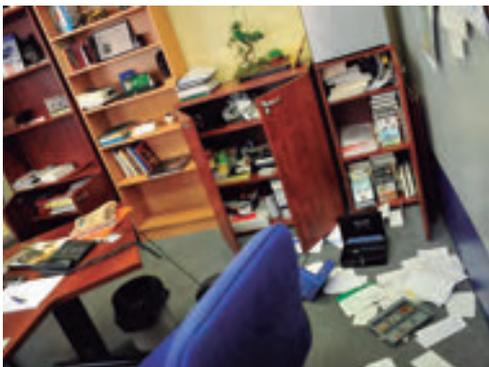
Toda esta actividad se mueve en buena parte en la Comunidad de Madrid. Aquí es donde tienen su sede las grandes empresas aseguradoras: Mutua



Sede de Mapfre en Madrid.



Sede de Plus Ultra en Madrid.



Varios siniestros: el atentado de la T4 en 2006, un robo y un accidente de tráfico.

Madrileña, Caser, Plus Ultra, Reale o Línea Directa son algunas de ellas. Entre todas las compañías del sector suman más de 30.000 empleos directos entre corredores, peritos, abogados, ingenieros que trabajan con riesgos complejos, agentes... Solo Mapfre, la empresa líder, cuenta con 4.945 empleados en la región, que gestionan los seguros de cerca de 1.150.000 clientes. Se trata de una de las aseguradoras más antiguas del país, ya que nació en 1933 en el número 7 de la calle de Santa Catalina. Unos orígenes humildes que poco tienen ya que ver con la gran sede con que cuenta actualmente en Majadahonda o con las 241 oficinas que se despliegan a día de hoy por toda la región. Plus Ultra, por ejemplo, tiene en Madrid no solo su cuartel general sino también su sede territorial, que también da servicio a otras zonas de España.

Pero el liderazgo de Madrid en el sector del seguro no se reduce a una mera cuestión de tamaño. En la región han nacido grandes proyectos sin los cuales sería imposible entender el sector a día

En Madrid han nacido grandes proyectos sin los cuales sería imposible entender el sector a día de hoy

de hoy e ideas que se han exportado a otros lugares de España o, incluso, al extranjero. Aquí nació el Consorcio de Compensación de Seguros, entidad al servicio del sector asegurador que vio la luz en 1941 como respuesta a las necesidades indemnizatorias ocasionadas por la Guerra Civil. Más de setenta años después, continúa en activo para cubrir los daños de las grandes catástrofes naturales o los daños causados por el terrorismo. “Cuando hay atentados fuera de España, nuestro Consorcio de Compensación de Seguros es la envidia de los demás países, que llevan años queriendo copiar el modelo”, apunta Blanco, de AGERS.

Otro invento madrileño son los comparadores de seguros *online*, que se han convertido en una herramienta de consulta casi obligada por ciudadanos y empresas a la hora de contratar una prima. Tal y como apunta Eva Montero, responsable de Comunicación de Rastreator, “hay que tener en cuenta que los seguros son un producto cuyo precio se elabora de manera personalizada: a dos personas con las mismas características, la misma compañía puede ofrecerles dos precios diferentes. De ahí la importancia de compararlos, ya que, por ejemplo, según nuestros datos, los madrileños pueden ahorrar hasta 232 euros en el seguro de su coche”, afirma.

¿Hacia dónde va el sector?

Ahora que empieza a haber un cierto optimismo en cuanto a la recuperación de la economía, no son pocos quienes auguran un futuro brillante a un sector tan dinámico como este. El del seguro es, según Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros, “un mercado sólido, solvente y estable cuya tendencia es al crecimiento”. Según explica, en los últimos años todo apunta a un incremento de la contratación de seguros de vida y de salud, así como al ahorro y a los planes de pensiones. “En los últimos años, la contratación de seguros multirriesgo apenas se ha incrementado porque no se venden coches ni casas y además están cerrando muchos negocios”, apunta. Sin embargo, si la economía mejora, lo hará también la venta de estos productos.

El director general territorial de Mapfre en Madrid-Baleares, Enrique Cid Sánchez, opina que, aunque el sector de los seguros ha ralentizado sus crecimientos “en la misma intensidad en la que empresas y familias han acusado una caída de la actividad, Madrid presenta todavía grandes perspectivas de crecimiento. Esto es posible y probable, teniendo en cuenta, además, que contamos con amplio margen de crecimiento”, concluye.

Además, para David Gil Guitarte, director territorial Centro-Canarias de Plus Ultra Seguros, “se mantiene la extrema competitividad que obliga a que las entidades aseguradoras revisen todos sus modelos operativos técnico-comerciales, tanto de negocio como de soporte, a la búsqueda de incrementar al mayor nivel posible su eficacia y eficiencia a todos los niveles”.

MIGUEL ÁNGEL VÁZQUEZ - Responsable ejecutivo de Análisis y Estudios de UNESPA



Madrid seguro

Responder a la pregunta de cuál es la dimensión del seguro en Madrid es más difícil de lo que parece. Esto es así porque la ciudad y la Comunidad de Madrid son la principal elección de muchas empresas para emplazar en ellas sus sedes centrales o sociales. En consecuencia, en la medida en que estas personas jurídicas constituyen compromisos de seguro que afectan a toda su plantilla (dentro y fuera de Madrid), la contabilidad habitual de la producción aseguradora (por centro emisor) adjudica a la región una actividad que, en realidad, desde el punto de vista de la localización del riesgo, no le pertenece.

Hecha esta matización, Madrid es, sin duda, una plaza aseguradora de primer nivel en España. La región genera una facturación de seguros que para el año 2012 se estima en 12.500 millones de euros, cifra que está tan solo 200 millones por debajo de la única comunidad que le supera: Cataluña. Madrid tiene la ratio más elevada de todas las comunidades españolas de gasto en seguros por habitante y año: 1.924 euros, casi 700 euros por encima de la media de España.

Hay algunos elementos que son muy significativos del seguro en Madrid. Por ejemplo, las cifras indican que la Comunidad Autónoma de Madrid (CAM) es el territorio de España donde más frecuente es el aseguramiento de los automóviles en eso que las personas suelen llamar “todo riesgo”. En realidad,

este concepto de todo riesgo tiene que ver, fundamentalmente, con la adquisición de una cobertura denominada de daños propios, que es la que garantiza la reparación de los daños materiales ocurridos en el vehículo cuando no hay un tercero culpable de dichos daños; cuando, pues, nos los hemos provocado nosotros mismos. La cobertura de daños propios se conoce coloquialmente como “ siniestro de aparcamiento”, porque es de hecho la conocida afición de las columnas de los parking por cambiar de sitio arbitrariamente la que genera muchos de estos daños sin contrario. En Madrid, y ahora estamos hablando de la ciudad y de su corona metropolitana, hay más siniestros de este tipo que en ningún otro lugar de España, de largo. Hay más siniestros porque también son muchos más los vehículos que están asegurados. La densidad del tráfico en la gran ciudad ha creado este mercado y ha generado una necesidad que es sobradamente cubierta por las aseguradoras.

Asimismo, Madrid es una región en la que el seguro de salud es especialmente denso, llegando algunos años, incluso, a un tercio de la población.

Una tercera característica a señalar es que, dado que muchas entidades aseguradoras colocan en Madrid sus actividades de alto valor añadido (expertos financieros, por ejemplo), el empleo generado por el seguro en Madrid es muy estable y de elevada calidad.

Madrid es, sin duda,
una plaza aseguradora
de primer nivel en España

ELENA JIMÉNEZ DE ANDRADE - Presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid



La mediación del seguro, un motor creciente en la economía española

El mediador de seguros debe adaptarse y aprender a convivir en un mercado que nada tiene que ver con el tradicional

Dentro de la actividad aseguradora, hay muchos componentes que merecen una reflexión para valorar objetivamente por qué, durante un período de crisis, el sector asegurador en España ha permanecido fuerte y solvente frente a otros sectores que han visto mermada su rentabilidad y en muchos casos su viabilidad y solvencia.

No es objeto de estas líneas valorar todos estos factores que han permitido esta fortaleza frente a otros sectores más débiles y vulnerables. Sin embargo, sí quisiera resaltar que el hecho de que el mercado de seguros en España goce de una regulación férrea y sólida nos ha permitido estar más protegidos.

No obstante, hemos observado que la actividad aseguradora en España, más concretamente la actividad de los mediadores de seguros, ha sufrido una pérdida moderada de negocio que le está exigiendo adaptarse a los nuevos cambios del sector. Modelos que pasan por la concentración, venta e integración de carteras, o bien la especialización, que puede ser sin duda el elemento diferenciador. La presencia del sector banca-seguros en el escenario de la distribución de los seguros en España ha aumentado los problemas en aquellos mediadores, profesionales tradicionales, que han visto como sus competidores, haciendo uso en muchas ocasiones de prácticas abusivas, han arrebatado su cuota

de mercado que les había costado lustros consolidar. No es raro encontrarse con un director de una sucursal bancaria que nos ofrece una hipoteca en condiciones favorables solo si se contrata el seguro a través del banco.

Así las cosas, el consumidor percibe que sus derechos no están siendo protegidos, sino más bien vulnerados, pues lamentablemente resulta cada vez más frecuente encontrarse con sucursales de bancos que casualmente ofrecen una magnífica oferta aseguradora aprovechando datos personales de un cliente, y es precisamente en esta línea donde se trabaja en Europa con el fin de proteger los derechos del consumidor. El mediador debe acompañar al consumidor en esta tarea.

El mediador de seguros debe adaptarse y aprender a convivir en un mercado que nada tiene que ver con el tradicional y para ello debe apostar por la innovación, la formación y la especialización. No se trata de vender más: se trata de hacerlo mejor. Adaptarse, es adelantarse también a las amenazas sin perder la esencia. Amenazas que en ocasiones no solamente vienen precedidas por la banca, sino también por la presencia del canal Internet. Es, por tanto, la innovación un elemento diferenciador. Hacerlo mejor significa profesionalizar el sector tantas veces dañado por una mala imagen que no ha sabido ofrecer en ocasiones soluciones de garantía y confianza.

JACINTO ÁLVARO - Presidente de Seguros Plus Ultra

El proceso de la innovación y el cambio



Innovar, ese concepto que oímos y vemos escrito de manera persistente, parece haberse colado en nuestras vidas para que cada uno haga su propia interpretación sobre lo que significa. Aunque pueda resultar algo pretencioso determinar cuál es la más acertada, sí es importante detenerse en el elemento común que distingue a cualquier persona y organización innovadora. Todas coinciden en entender la innovación como una actitud frente a cualquier realidad, es decir, son innovadores por convicción, no por imitación, obligación, necesidad o cualquier otra circunstancia externa.

Innovar exige un planteamiento político y empresarial muy elaborado; de lo contrario, cualquier atisbo de ingenio se quedará reducido a nada. En la base de cualquier organización innovadora está el haber logrado establecer las condiciones necesarias para que ese entorno de innovación exista. Es fundamental que en el interior de las personas exista la convicción de que sus aportaciones serán bien recibidas y valoradas, aunque estas no siempre se pongan en marcha. Es más, debe ser la propia organización la que demande esta aportación como parte integrante del trabajo ordinario de sus profesionales.

Hay que descalificar la innovación como solamente aquello que supone una revolución en el producto o servicio. Innovar también es hacer algo de forma más eficiente o con un matiz diferenciador. Para ello, casi todos estamos facultados y, cuando se dan las circunstancias para que esa creatividad se ponga de manifiesto, esa organización crece en innovación e incrementa sus resultados.

Especialmente existe una estrecha relación entre la innovación y las nuevas tecnologías, siendo difícil imaginar una vía innovadora que no pase por su uso.

Un ejemplo de esta afirmación es Plus Ultra Seguros, una entidad que en el año 2001 comenzó un profundo proceso de innovación tecnológica, pasando todos sus sistemas de información a un entorno web, cuando sus competidores pensaban que los entornos informáticos abiertos no servían para una actividad empresarial pesada. Fruto de esta apuesta es que, en tan solo cuatro años, la compañía aseguradora aumentó su productividad un 230 por ciento. De hecho, hoy en día la mayoría de las entidades de seguros están utilizando esta tecnología, de una u otra forma.

Innovar o morir, esa es la cuestión. Esto ya lo tienen aprendido la mayoría de las medianas y grandes empresas, siendo todavía una asignatura pendiente para muchas administraciones públicas, que podrían hacer las cosas mucho más eficientes y fáciles para sus administrados.

Y no olvidemos otro conjunto de organizaciones, que llaman innovar a hacer lo mismo que sus competidoras hicieron uno o dos años atrás. Estas no son más que “seguidoras” y no podrán nunca beneficiarse de lo que supone de inicio la innovación.

A estas últimas, un consejo. Utilicen la innovación como palanca de crecimiento y desarrollo. Una empresa seguidora puede aspirar a resistir al cambio, pero solo una empresa innovadora será capaz de originar el cambio.

Solo una empresa
innovadora será capaz
de originar el cambio

MARIO RAMÍREZ - Vicepresidente segundo de la Asociación Española de Gerencia de Riesgos y Seguros (AGERS)



Madrid, un mercado asegurador de referencia

Los principales 'brokers' de seguros están creando 'hubs' de expertos en la capital

Hablar del sector asegurador en general, en estos tiempos de crisis, es hacerlo de un sector que ha sabido responder de manera envidiable a todos los envites que se le presentaban. Desde el punto de vista financiero ha demostrado una solidez y solvencia que ya quisieran para sí otros sectores, en especial el financiero.

Desde AGERS (Asociación Española de Gerencia de Riesgos y Seguros) hemos seguido de cerca, como gerentes de riesgos, los continuos desafíos que la crisis presentaba a las empresas asociadas. Una caída considerable de actividad obligaba a estas a optimizar al máximo todos sus gastos, incluyendo las primas que se pagan al sector asegurador, en muchos casos con el aumento de las franquicias. Si a esto le unimos una caída en la sinistralidad, derivada de una menor actividad industrial, nos encontramos con un *reblandecimiento* del mercado asegurador. Un mercado blando supone un mercado en el que las primas bajan, pero también supone un mercado más competitivo.

El mercado asegurador español ha aprendido a adaptarse rápidamente a esta nueva realidad, optimizando sus costes y convirtiéndose en un competidor real frente a mercados europeos que hace cinco años resultaban imbatibles.

La internacionalización de nuestras grandes empresas fue acompañada, en un primer momento, por mercados asegura-

dores como el londinense o el continental (Zürich, Paris...) donde el grado de especialización que requerían esos grandes riesgos encontraba primas sin competencia.

En los últimos años, el nivel competitivo del mercado asegurador español empieza a desplazar a mercados foráneos y empieza a poblar las *securitys* de estos programas internacionales, de aseguradoras y reaseguradoras emplazadas en Madrid. En definitiva, cada vez más primas de seguro se pagan aquí.

Cada día se demanda una mayor especialización del mercado asegurador con base en Madrid. Hoy los principales *brokers* de seguros están creando *hubs* de expertos en la capital, para áreas como la energética (renovables, *oil&gas*...) o la construcción, desde donde acompañan a nuestras empresas en sus inversiones internacionales. Del mismo modo grandes aseguradores europeos potencian sus equipos de ingeniería y suscripción en Madrid, con idea de servir de plataforma a su entrada a mercados como el latinoamericano.

Desde AGERS comenzamos este 2014, en que la asociación cumple su 30 aniversario, un decidido acercamiento a todas las asociaciones de gerencia de riesgos latinoamericanas, con las que pretendemos reforzar lazos de unión, en pro de los muchos asociados que a ambos lados del *charco* siguen creyendo en esta preciosa labor que es la gerencia de riesgos.

International EDUCATION for a better world

VEN Y ACERTARÁS



En Eurocolegio Casvi tu hijo disfrutará de un Proyecto educativo **innovador**, mediante la utilización de las **últimas tecnologías** aplicadas a la educación.

Una educación internacional, con **Bachillerato Internacional** y tres idiomas, **inglés, alemán y chino**.

Una formación en valores como **el esfuerzo, la disciplina y el compañerismo**.

Una **enseñanza cercana** para los alumnos y padres. Todo ello con los mejores medios a su alcance. Todo pensado para el **éxito educativo** de tu hijo.

VEN Y ACERTARÁS



Urbanización El Castillo. Avda. Castilla 27
28670 Villaviciosa de Odón (Madrid)

T. 91 616 22 18 / Fax: 91 616 44 10 - casvi@casvi.es

www.casvi.es    



Una red para los más vulnerables

Los servicios sociales se consideran el cuarto pilar del estado del bienestar y van desde la adjudicación de prestaciones económicas para personas sin recursos hasta la asistencia a mayores, menores huérfanos, apoyo psicológico a mujeres maltratadas, programas contra las drogas, comedores sociales, atención a la dependencia... En la Comunidad de Madrid la red de estos servicios esenciales cuenta con más de 500 centros de toda índole distribuidos por todo el territorio que tratan de garantizar el inmediato acceso a los recursos a la población que los necesite.

La mayoría de trabajadores sociales trabajan para la administración pública, tal y como indica el Colegio Oficial de Trabajadores Sociales de Madrid. Nada extraño si se tiene en cuenta que, desde su nacimiento, los servicios sociales se han gestado en los municipios, pues son la administración más cercana al ciudadano. Solo el presupuesto del Ayuntamiento de Madrid supera en 450 millones de euros destinados al mantenimiento de estas ayudas esenciales. En total, la capital cuenta con 31 centros de servicios sociales repartidos por los 21 distritos que gestionan la atención municipal a mayores, discapacitados, menores y familias e inmigrantes. Desde ellos se coordinan, además, los programas de igualdad de oportunidades y voluntariado. Para casos de emergencia, que afectan fundamentalmente a personas sin hogar, el Consistorio cuenta con el Samur Social, considerada una de las joyas del área.

Pero los servicios sociales no solo son, ni mucho menos, una competencia municipal. La Comunidad de Madrid destinó, a través de la Consejería de Asuntos Sociales, 1.303 millones de euros para 2014. La lucha contra la exclusión social y la erradicación del chabolismo es uno de los objetivos que mejor ejemplifican la acción del Gobierno regional en materia social. Para ello se sirve del Instituto de Reajuste e Integración Social (IRIS), organismo "cuyo fin último es posibilitar el ejercicio del derecho a la vivienda para todos los ciudadanos", según señala la entidad. Contra la exclusión, la Comunidad también utiliza la Renta Mínima de Inserción (RMI), una ayuda económica que pueden solicitar personas que no tienen ingresos ni propiedades y que actualmente reciben más de 60.000 personas en Madrid, lo que supone más del doble que en 2008. La



cuantía de las prestaciones varía si se trata de una persona sola (le corresponden unos 375 euros), una familia de dos personas (488 euros) o una familia de tres o más personas (532 euros) y no tiene límite de tiempo. La Comunidad de Madrid destinó en 2013 más de 80 millones de euros a financiar esta prestación.

Pero el sector de los servicios sociales se enfrenta actualmente a una incertidumbre. La presentación del anteproyecto de ley de racionalización y sostenibilidad de la administración local, que pretende evitar duplicidades basándose en el principio de “una administración, una competencia”, en la práctica supondrá que las administraciones locales pierdan toda competencia en sanidad, educación o servicios sociales, que gestionarán directamente las comunidades autónomas. Los partidos de oposición hablan de un “brutal ataque al municipalismo”, el Consejo General del Trabajo Social calcula que el 40 por ciento del personal será despedido, lo que supondrá “una tragedia para todo el sector”, y al Gobierno regional tampoco le satisface el proyecto si no viene acompañado de recursos económicos. La Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad tiene presupuestados este año 1.527,6 millones de euros para el mantenimiento de sus servicios sociales en toda España.

Pero el sector social no vive solo del ámbito público. Son muchas las entidades privadas que ofrecen servicios sociales de toda índole. El Grupo Fundosa de la ONCE, Ginso, Clece... son algunas de las que tienen mayor presencia en Madrid. Solamente Clece, que nació en 1992 como un proyecto empresarial dentro del Grupo ACS, atiende a “más de 18.000 familias”, según indica un portavoz. “En Clece hemos impulsado en los últimos tiempos una labor que emana de nuestra vocación por contribuir a una sociedad más equilibrada: la inserción laboral de colectivos desfavorecidos”, agrega.

Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) son la cuarta pata del sistema. En Madrid trabajan cientos de ellas, siendo algunas de las más prestigiosas Cruz Roja, Cáritas, Mensajeros de la Paz o Médicos del Mundo, sin olvidar las fundaciones de la mayoría de entidades bancarias. Por ejemplo, la Obra Social ‘la Caixa’ “destinó en 2013 ayudas por valor de 2,5 millones de euros a 116 proyectos sociales en la provincia de Madrid, de los que se beneficiaron más de 38.000 perso-



Terapia ocupacional en un centro de mayores.



Un grupo de ciegos con sus perros guía.

nas, especialmente las más vulnerables o en riesgo de exclusión”, matizan fuentes de la entidad.

Atención de la dependencia

Es incuestionable que los servicios sociales son una amalgama que se ha visto duramente golpeada por la recesión económica que vive España desde 2007, pero se ha intentado preservar la atención a las personas en situa-

ción de dependencia, que es la partida más importante. Según los datos del Sistema para la Autonomía y Atención a la Dependencia (SAAD) recopilados por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, “a cierre de 2013 en la Comunidad de Madrid había 175.555 solicitudes registradas y se habían emitido 172.599 dictámenes”, lo que supone que había solo 2.956 personas en lista de espera. Del total de resoluciones,

se había reconocido a 99.553 personas como beneficiarias con derecho a prestación, de las que 89.098 ya reciben alguna, lo que sitúa la Comunidad de Madrid como la tercera en número de dependientes con prestación, por detrás de Andalucía y Cataluña. La prestación más concedida en Madrid es la económica, con 29.719 beneficiarios, seguida de la ayuda a domicilio, con un total de 21.356, y la teleasistencia, con 14.956.

Otra cuestión es qué hacen estos beneficiarios con la ayuda económica que reciben. De cada cien dependientes, 78 son atendidos por cuidadores profesionales y 22 por familiares. La Asociación Madrileña de Atención a la Dependencia (AMADE) tiene 162 empresas asociadas, que cuentan con 8.900 empleados y 218 centros de trabajo, entre residencias, centros de día, teleasistencia y servicios de ayuda domiciliaria. Su presidente, Javier Gómez, cree que “estamos en un momento en el que las plazas en las residencias se han homogeneizado”. Esto quiere decir que mientras antes de la crisis cada administración tasaba un precio para el mantenimiento de los servicios, ahora se ha fijado en 1.525 euros mensuales antes de impuestos. “El sector público ha marcado un precio, una referencia, y el mercado ha ido orientándose en torno a ese precio que es, en general, más bajo que el que había antes de la recesión”, explica.

La Comunidad de Madrid cuenta con más de 500 centros de servicios sociales de toda índole

A pesar de ello, la red de plazas en residencias públicas para dependientes se ha mantenido. No ha sucedido lo mismo, sin embargo, con el sector privado. “Hemos tenido un par de años muy malos en los que había gente que sacaba a sus mayores de la residencia porque no la podía pagar. Se ha notado mucho”, confirma Gómez. En cualquier caso, el presidente de AMADE se muestra optimista de cara al futuro: “Yo creo que lo peor ya lo hemos pasado”.

Dentro de la dependencia, existe un área específica que exige un tratamiento diferenciado: la discapacidad, ya



Un grupo de jóvenes en un centro de menores infractores.

sea física o psíquica. En la Comunidad de Madrid hay más de 200.000 personas con discapacidad, según revela la Federación de Asociaciones de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de la Comunidad de Madrid, FAMMA-Cocemfe, entidad que lleva más de 25 años trabajando “por la normalización del colectivo”. Su presidente, Javier Font, cree que en la región se han alcanzado importantes avances en materia de eliminación de barreras arquitectónicas o en la mejora de la accesibilidad del transporte público, aunque aún queda mucho para que Madrid sea una comunidad verdaderamente accesible. “Con la crisis se ha producido cero crecimiento en la aplicación de nuevas medidas de accesibilidad; se está dejando sin destinar incluso el presupuesto fijado por ley”, critica el presidente de FAMMA.

Protección de menores

Otra de las áreas en las que los servicios sociales juegan un papel importante es la relativa a la protección de menores. El Instituto Madrileño de la Familia y el Menor (IMMF), dependiente de la Consejería de Asuntos Sociales, es el organismo encargado de “promover el desarrollo de las políticas de igualdad y bienestar dirigidas a los menores y sus familias”. Además, se encarga de tutelar a más de 4.600 niños que son huérfanos o cuyas familias no pueden hacerse cargo de ellos, por diferentes circunstancias. La gran mayoría de ellos están incluidos en diversos programas de acogimiento familiar, mientras que

el resto —1.500, aproximadamente— residen en alguna de las 84 residencias públicas, de gestión directa o privatizada, de la red regional.

Por otro lado, el Gobierno regional también debe, a través de la Consejería de Presidencia y Justicia, velar por el cumplimiento de las medidas judiciales que los jueces imponen a menores que han delinquido. En este sentido, la Agencia para la Reinserción y Reeducción del Menor Infractor (ARRMI) cuenta con nueve centros de ejecución de medidas judiciales cuya gestión está, en todos ellos, externalizada. La principal entidad administradora es la Asociación GINSO, pues dirige el mayor de todos los centros en el pequeño municipio de Brea de Tajo. Su presidente, Alfredo Santos, dice que en diez años de experiencia en el sector ha aprendido a “focalizar dónde están los problemas”, habiéndose encontrado “que los delitos más comunes que están entrando en todos los centros son los relacionados con el maltrato ascendente, de hijos a padres”. Por ello, la organización que dirige decidió poner en marcha el proyecto Recurra, un recurso especializado en el tratamiento y ayuda a los jóvenes en conflicto con su familia.

Otras áreas de las que se encargan los servicios sociales son la promoción social y fomento del voluntariado; la consecución de la igualdad real y efectiva entre hombres y mujeres, la inmigración y la cooperación al desarrollo, sector que, sin duda, es el que peor parado ha resultado frente a los embates de la crisis.

JESÚS FERMOSEL - Consejero de Asuntos Sociales de la Comunidad de Madrid



Responder a las necesidades

El Gobierno de la Comunidad de Madrid ha puesto todos sus recursos a disposición de los madrileños que más lo necesitan. De hecho, los datos presupuestarios, que son sobre los que se sustenta la gestión de cualquier gobierno, así lo demuestran: 9 de cada 10 euros del presupuesto total de la Comunidad de Madrid son de carácter social.

Queremos que los madrileños dispongan de los mejores servicios sociales. La Consejería que me honro en dirigir ha aumentado su presupuesto en más de un 4 por ciento para este año, lo que no solo nos está permitiendo mantener la mejor red asistencial de toda España —con más de 50.000 plazas en 500 centros—, sino mejorarla en capítulos tan importantes como la atención a la discapacidad, la Renta Mínima de Inserción o la dependencia.

Pero no solo podemos hablar de cuestiones presupuestarias a la hora de gestionar. La optimización de los recursos no es una palabra baladí: se han introducido nuevas formas de gestión fundamentales para poder ofrecer a los madrileños una atención extensa y de la máxima calidad.

Creo que es muy importante destacar, por ejemplo, que la Comunidad de Madrid es la única administración en España que presta atención especializada de forma gratuita a todas las personas con discapacidad.

Para poder aumentar el número de plazas y que los usuarios y sus familias tengan la libertad de elegir centro, hemos elaborado un acuerdo marco en función de las distintas plazas que tenemos en la red: para personas mayores, personas con discapacidad, personas con enfermedad mental

y atención temprana a niños con algún tipo de discapacidad de 0 a 6 años.

En cuanto a dependencia, el cambio en el modelo de gestión ha permitido que la Comunidad de Madrid esté a la cabeza de España en el pago de prestaciones y se financien íntegramente los servicios del catálogo de dependencia relativos a ayuda a domicilio, teleasistencia, centros de día y residencias.

La Consejería de Asuntos Sociales también es un referente en la lucha contra la violencia de género. El Observatorio Regional de la Violencia de Género elaboró y presentó el año pasado un decálogo de medidas para la prevención y lucha contra este tipo de violencia. Hemos puesto en marcha el programa de atención a mujeres adolescentes víctimas de violencia de género, el programa de acompañamiento psico-social a las víctimas en el ámbito jurídico y una unidad de apoyo a los familiares de las víctimas mortales. Además, contamos con una red de atención integral para las mujeres e hijos víctimas de violencia de género con actuaciones y servicios en los ámbitos psicológico, social, jurídico y de integración sociolaboral.

También contamos con otros programas pioneros como el Programa de Atención a Homosexuales y Transexuales. En 11 años el PIAHT ha orientado, asesorado o ayudado a más de 9.000 personas.

En definitiva, los madrileños pueden tener la completa seguridad que este Gobierno responde y va a seguir respondiendo a las necesidades de todos los que viven en esta región, sobre todo de quienes más lo necesitan.

La Comunidad es la única administración en España que presta atención especializada gratuita a todas las personas con discapacidad

CARMEN BALFAGÓN - Secretaria general técnica de la Consejería de Asuntos Sociales de la Comunidad de Madrid



El futuro de la dependencia

El 1 de enero de 2013 el padrón municipal registraba 1.023.023 personas mayores de 65 años en la Comunidad de Madrid, un 15,8 por ciento de la población total. A su vez, las 308.484 personas de más de 80 años suponen el 5 por ciento de la población madrileña. El perfil del beneficiario del sistema de autonomía y atención a la dependencia, a 31 de enero de 2014, corresponde, en un 73,27 por ciento, a personas de más de 65 años, y en un 54,07 por ciento a personas de más de 80 años de edad.

No es necesario imaginar la proyección de estas cifras en un futuro cercano para ser conscientes de que el futuro de la dependencia se encuentra en las actuaciones que pongamos en práctica hoy en día y que, sin duda, constituirán el diseño de nuestras respuestas futuras. Desde la Comunidad de Madrid hemos entendido que el futuro de la protección de las situaciones de dependencia pasa por un diseño que ajuste el modelo de organización que le dé soporte, establezca itinerarios prestacionales adecuados y posibilite la coordinación con otros sistemas de protección social que permita la aplicación de soluciones integrales que favorezcan el desenvolvimiento de la personas en su vida diaria.

Así, hay que evitar duplicar esfuerzos burocráticos y posibilitar la integración plena de la atención social a la dependencia en el seno del sistema público de ser-

vicios sociales. La red de servicios sociales, con más de 20 años de existencia, atesora una inestimable experiencia y una favorable relación entre inversión pública y obtención de resultados.

El diseño mixto del sistema público de servicios sociales favorece la puesta en práctica de las políticas, ya que combina la responsabilidad e impulso público con la participación privada en la gestión de muchas de sus prestaciones, así como el compromiso y la colaboración con la sociedad civil organizada a través de las organizaciones sin ánimo de lucro.

Por otra parte, es imprescindible desarrollar itinerarios prestacionales que permitan un recorrido en el sistema que aúne la prevención con la eficacia en la gestión, al tiempo que permita hacer coincidir la planificación con la demanda futura.

Finalmente, es preciso reseñar la necesidad de abordar la eterna cuestión pendiente de la coordinación del sistema de servicios sociales con otros sistemas de protección social, entre los que habría que destacar, en lo que a la dependencia se refiere, el sistema sanitario. Enfermedad crónica y dependencia observan una correlación estadística y, según el Libro Blanco de la Coordinación Sociosanitaria en España, la incidencia de enfermedades crónicas en mayores de 65 años se duplicará en el año 2030, sin perjuicio de que, ya antes de 2020, lleguen a ser la primera causa de discapacidad en el mundo.

El futuro de la protección de las situaciones de dependencia pasa por soluciones integrales

DOLORES NAVARRO - Delegada de Familia y Servicios Sociales del Ayuntamiento de Madrid



Madrid: una ciudad socialmente cohesionada

Madrid se ha caracterizado siempre por ser abierta, acogedora y solidaria. Son rasgos de la personalidad de nuestra ciudad arraigados históricamente, ya que ha sido puerta de entrada permanente de personas procedentes de cualquier parte de España y del resto del mundo.

En el Ayuntamiento de Madrid trabajamos para lograr la igualdad real entre los ciudadanos, con el objetivo de garantizar que todos contemos con las mismas oportunidades para desarrollar nuestros proyectos vitales, logrando con ello una ciudad socialmente cohesionada.

La situación actual de los servicios sociales en el municipio de Madrid se fundamenta en cuatro ejes de actuación: la prevención, la cohesión social y territorial, la calidad y la colaboración con las entidades del tercer sector.

El Ayuntamiento de Madrid conoce directamente las necesidades de los ciudadanos y es la primera administración en actuar, por lo que la prevención es una necesidad prioritaria. Por ello contamos con la mejor red de atención social primaria establecida en 36 centros de atención social en los 21 distritos de Madrid.

La cohesión social y territorial se materializa reduciendo los desequilibrios, con programas y servicios que favorecen la igualdad de oportunidades y con la ejecución en este mandato 2011-2015 de 27 planes de barrio.

Trabajamos para seguir mejorando la calidad en la prestación de nuestros servicios, siendo cada vez más accesibles a los ciudadanos, con una permanente evaluación y transparencia. La colaboración con el sector privado y las organizaciones sociales son fundamentales en nuestra acción diaria. Uniendo nuestras fuerzas, somos más eficaces a la hora de dar respuesta a las necesidades de los ciudadanos. En este sentido colaboramos con más de 200 entidades y empresas del tercer sector.

Estos ejes estratégicos nos han permitido gestionar desde la eficiencia los servicios públicos básicos y esenciales de los que se benefician los madrileños y a los que el Ayuntamiento destina más de 454 millones de euros en 2014.

El Ayuntamiento de Madrid cuenta con la mejor red y sistema público de servicios sociales de todos los ayuntamientos de España. El servicio de teleasistencia domiciliaria es valorado con sobresaliente por las más de 130.000 personas atendidas. El servicio de ayuda a domicilio alcanza a más de 55.000 vecinos. Los 101 centros de día, el Samur Social como servicio de atención en calle, las mayores y mejores redes de atención a las familias y los menores o el mejor servicio municipal de prevención y atención contra la violencia de género son claros ejemplos de los servicios sociales del Ayuntamiento que hacen de Madrid una ciudad socialmente cohesionada.

El Ayuntamiento de Madrid cuenta con la mejor red de servicios sociales de toda Europa

ALFREDO SANTOS - Presidente de la Asociación para la Gestión de la Integración Social (GINSO)



Los servicios sociales, generadores de empleo

La economía en general parece que comienza a despertar. Sin embargo, los datos de paro no son esperanzadores. El porcentaje de parados es muy superior al de los demás países europeos. Esto ha puesto de manifiesto que tenemos un problema estructural, en los sectores productivos y de servicios, que lo ha convertido en una lacra social muy importante.

Hay que buscar soluciones. No vale esperar a que la economía encuentre la salida o que los subsidios sociales se prolonguen. Hay que realizar medidas encaminadas a favorecer la creación de puestos de trabajo sostenibles en el tiempo.

Las soluciones, en los sectores productivos, pasan por desarrollar su potencial efectivo y competitivo. Eso que sabemos, que podemos hacer y tenemos que poner en valor.

En el sector de servicios sociales, esto pasa por optimizar los recursos y buscar nuevas actividades que precisa la sociedad, con soluciones equilibradas.

Madrid, basándose en su potencial de gran urbe, ha sabido adaptarse mejor al problema, adoptando medidas para generar y favorecer oportunidades a emprendedores, creadores de puestos de trabajo. Estas, a su vez, alimentarán las necesidades que genera la sociedad y, de esta forma, podrán poner en marcha la máquina de la economía. Serán las medidas adecuadas de apoyo a las pymes las que harán que el trabajo vuelva a los sectores productivos reordenados, así

como el impulso a los servicios sociales necesarios, que complementarán la oferta.

Las necesidades de la sociedad, en forma de servicios sociales, han adquirido una importancia creciente, para resolver las demandas de los servicios básicos y otros nuevos que precisa la sociedad en su conjunto, o de forma individualizada.

Este sector tiene un potencial de máxima relevancia para generar empleo, basándose en la gestión pública encaminada a garantizar los servicios generales, complementada con la gestión de iniciativa privada, a la que debe corresponder el desarrollo efectivo de los servicios y actividades, cada vez más numerosos y necesarios.

La gestión privada de la ejecución de los servicios sociales garantizará soluciones competitivas, que serán más equilibradas y sostenibles para la sociedad y los puestos de trabajo que generan.

El número inferior de empleos que precisa el sector productivo actual necesita encontrar otros sectores en alza donde establecer nuevos puestos de trabajo.

Las empresas de servicios sociales, mediante la ejecución de servicios públicos, con innovación, nuevos recursos y otros servicios complementarios a la producción, se postulan como generadoras de los nuevos empleos necesarios.

La economía tiene que encontrar la fórmula del equilibrio entre el potencial productivo y los servicios sociales. En el siglo XXI, el uno no caminará sin el otro.

La gestión privada de la ejecución de los servicios sociales garantizará soluciones competitivas más sostenibles para la sociedad

ALSA
Hacemos tu viaje más fácil

Premium

ALSA Premium

Disfruta de la manera más exclusiva y confortable de viajar por carretera con un completo y extraordinario servicio que convertirá tu viaje en toda una experiencia.

Servicio disponible en las líneas:

MADRID - BILBAO / MADRID - GRANADA / MADRID - LOGROÑO - SORIA

ALSA *Premium*

alsa.es | 902 42 22 42 | app





Pioneros en la gestión del agua

El acceso al agua es ante todo un derecho y una necesidad básica del ser humano, pero también un sector económico con una actividad que moviliza, solo en el ámbito urbano, unos 5.000 millones de euros. En Madrid, donde se bebe una de las aguas de mayor calidad de España, la principal entidad es el Canal de Isabel II, empresa pública con más de 160 años de historia, que hace dos años abrió sus puertas a la privatización.

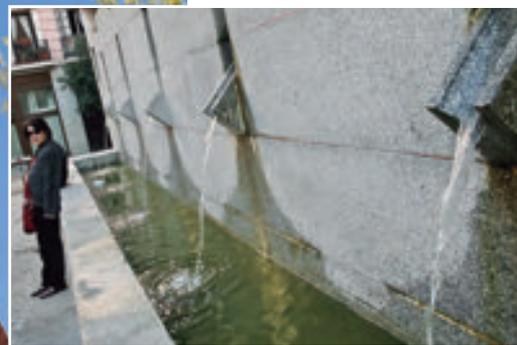
El sector del agua emplea a unas 20.000 personas en el país y moviliza unos 5.000 millones de euros solo en el ámbito urbano, donde se consume alrededor de un 20 por ciento del agua utilizada, mientras que el 80 restante se destina al sector agrícola. La industria, repartida por los dos ámbitos, representa alrededor del 3 por ciento del consumo, según los datos de la Asociación Española de Abastecimiento de Agua y Saneamiento. “El agua es un derecho humano reconocido por la Naciones Unidas. No hay que considerarla solo un bien económico, sino que también es un elemento esencial para la calidad de la vida y el desarrollo”, asegura José Luis González Vallvé, secretario general de la Asociación Española de

Empresas Gestoras de Servicios de Agua a Poblaciones.

Pero el agua es mucho más. En Madrid, el principal operador es el Canal de Isabel II Gestión, responsable del abastecimiento a 6,5 millones de personas, el 99,96 por ciento de la población de la Comunidad, que viven en 176 de los 179 municipios. Esta empresa también gestiona el alcantarillado, que da servicio a 5,72 millones de personas, y la depuración de la totalidad de las aguas utilizadas. Con estas dimensiones, el Canal tuvo en 2012 unos ingresos por cifra de negocio de 819 millones de euros y un beneficio neto de 169 millones de euros. Además, el grupo abastece a 2,64 millones de habitantes en Latinoamérica.

El 1 de julio de 2012 nació la empresa privada Canal de Isabel II Gestión, quedando el histórico ente público Canal de Isabel II como regulador. “Esta fecha marca el inicio de una nueva etapa en la gestión del ciclo integral del agua en la región, propiciada por la voluntad del Gobierno regional de seguir ofreciendo a los madrileños una de las mejores aguas del mundo”, destacaba el consejero de Presidencia y presidente del Canal Isabel II Gestión, Salvador Victoria, en el informe de la compañía de dicho año. Con esta operación, 111 ayuntamientos de la región, que representan al 90 por ciento de los madrileños, entraron a formar parte del accionariado. En el reparto, la ciudad de Madrid se quedó con un 10 por ciento de las acciones, el resto de ayuntamientos con el 7,6 por ciento y el ente público con un 82,4. En 2012, el Canal repartió 65,5 millones en dividendos.

La intención era vender en Bolsa un 49 por ciento de las acciones, pero el Canal pospuso la privatización ante la crisis económica. “Tendremos que esperar a las mejores condiciones posibles



Antiguo depósito del Canal, en Santa Engracia; planta de tratamiento y fuente de la plaza del Biombo.

para esa operación”, afirma Victoria. Esta operación no estuvo exenta de polémica. “Creemos que el agua no es un recurso comercializable con criterios mercantiles. Suele ser escaso y un derecho humano”, sostiene Ladislao Martínez, portavoz de la Plataforma contra la Privatización del Canal. El Partido Socialista de Madrid llevó la privatización al Tribunal Constitucional y a la justicia europea, aunque después algunos de los municipios en los que gobernaba suscribieron el convenio con el Canal.

Radiografía del ciclo del agua

El agua suministrada por el Canal se nutre de 14 embalses. De ellos, el mayor es el de El Atazar, con una capacidad de 425 hectómetros cúbicos de un total de 945 con los que cuenta Madrid. En su mayor parte, el agua proviene de la cuenca del Lozoya (62,2 por ciento). Además, cuenta con 77 pozos de captación subterránea, que juegan su papel fundamental en períodos de sequía. Para hacer llegar el agua a los diferentes puntos de la región, Madrid dispone de 530 kilómetros de grandes canales y conducciones y una red de abastecimiento de 17.087 kilómetros. Además, para ejecutar este proceso, el Canal cuenta con depósitos reguladores, estaciones de bombeo y 14 estaciones de tratamiento de agua potable.

Una vez utilizadas, las aguas residuales son transportadas por la red de saneamiento o alcantarillado, gestionadas en

En 2012, el Canal de Isabel II daba servicio a 133 poblaciones, 75 más que el año anterior

Madrid en su mayor parte por el Canal, que presta este servicio al 84,8 por ciento de la población. En 2012 esta compañía daba servicio a 133 poblaciones, 75 más que el año anterior, lo que supone la gestión de 11.148 kilómetros de redes municipales y 751 de supramunicipales.

El ciclo del agua se completa con el proceso de depuración del agua para volver a ser vertida a los ríos o con el de regeneración para poder utilizarla en el baldeo de calles, parte de la industria o para el riego de jardines y campos de golf. Esto es posible gracias a 154 estaciones depuradoras (EDAR), con capacidad para más de 17 millones de habitantes y 23 instalaciones de agua regenerada, a las que se suman otras tres del Ayuntamiento de Madrid. Para distribuir esta agua reciclada la ciudad de Madrid dispone de 82 kilómetros de conducciones y el resto de la región de otros 173. En 2012, el Canal regeneró para uso terciario un 1,86 por ciento del total suministrado, pero su objetivo es llegar al 13 por ciento, equivalente a lo que se podría extraer en Madrid de los pozos disponibles en un período de sequía.

“La Comunidad de Madrid es una de las pocas regiones que depuran el cien por cien de sus aguas residuales. En este sentido, desde el Canal de Isabel II Gestión estamos trabajando mucho para mejorar continuamente los tratamientos de las depuradoras, puesto que queremos aumentar la calidad del agua vertida a los ríos, tal y como marca la legislación europea”, indica el presidente del Canal, Salvador Victoria. Por su parte, Pedro Catalinas, director general de Aguas del Ayuntamiento de Madrid, señala que “Madrid es referencia internacional en política hídrica. Una situación consolidada gracias a las inversiones realizadas en los últimos años”.

Inversiones millonarias

La ciudad de Madrid y el Canal firmaron en 2005 un convenio por el que la ciudad encomendó a la compañía la gestión de los servicios de saneamiento, pero el Ayuntamiento continúa realizando inversiones en este sector. Así, está previsto que hasta 2015 invierta más de 80 millones de euros, cofinanciados con fondos europeos, en la mejora de las depuradoras en construcción del gran colector de Pinos. Por su parte, el Canal tiene previsto invertir 245 millones en 2014.

La gestión del agua en Madrid tiene como guía el Plan Hidrológico del Tajo, que está pendiente de ser aprobado por el Gobierno central. Según el presidente de la Confederación Hidrológica del Tajo,



Un grupo de niños juega en las fuentes de Madrid Río.

Madrid disfruta de un agua de gran calidad con uno de los precios más asequibles, un 15% por debajo de la media nacional

Miguel Antolín, su “programa de medidas propone una inversión en actuaciones en la Comunidad de Madrid, entre los años 2012 y 2017, que asciende a unos 3.400 millones de euros, de los que el 54,4 por ciento se destinarán a saneamiento y depuración de aguas residuales urbanas y el 41 por ciento a abastecimiento urbano”.

El objetivo de algunas de las inversiones en saneamiento y depuración, que pasan desapercibidas por los ciudadanos pese a su alto coste, es mejorar la depuración con tratamientos de eliminación de nutrientes (fósforo y nitrógeno) en las zonas declaradas sensibles. Madrid, que ha sido pionera en depurar el cien por cien de sus aguas, ahora tiene que adaptarse a las nuevas exigencias europeas. “Se actúa en zonas aguas arriba de los espacios naturales donde el vertido de esos nutrientes podría ocasionar daños en los espacios naturales. El agua que va por el Tajo, si está muy deteriorada por el exceso de nutrientes, puede generar problemas en algunos lagos o embalses por donde discurre. Para evitar esos problemas aguas arriba hay que proteger el vertido”,



Un canal de regadío en Aranjuez.

explica Fernando Morcillos, presidente de la Asociación Española de Abastecimientos de Agua y Saneamiento.

Otro aspecto fundamental en las políticas de agua es el ahorro, y más teniendo en cuenta que España es un “país marrón”, como lo definen los expertos. “La menor disponibilidad económica y una mayor concienciación social en el uso eficiente de un bien valioso han sido muy importantes para que el consumo se haya contenido desde 2008. Sin embargo, nuestros hábitos de consumo siguen siendo completamente desajustados a nuestras necesidades reales, y los precios del agua aún siguen sin ser reflejo fiel del coste real del uso que hacemos del agua que consumimos”, señala Luis Cid, CEO de Contadores Gómez. Según datos del Canal de Isabel II, el consumo se ha reducido en Madrid un 14 por ciento en los últimos ocho años, hasta bajar a los 520 millones de metros cúbicos en 2012. “España es uno de los países

Europeos que tiene menos consumo per cápita en el ámbito urbano, pero uno de los que más tienen por agricultura, porque aquí no llueve”, resume Morcillos.

El agua de Madrid

Madrid disfruta de un agua de gran calidad gracias a su origen. Procede de una sierra granítica, lo que le da pureza. Además, según señala Salvador Victoria, “a esto hay que añadirle que el Canal de Isabel II Gestión aplica en sus plantas potabilizadoras los más avanzados sistemas de tratamiento de agua”.

Además, tiene uno de los precios más asequibles, pues cuesta un 15 por ciento por debajo de la media nacional. “Madrid ha recibido de Presupuestos Generales del Estado menos que otras regiones porque el ciudadano madrileño paga más porcentaje que otros en relación con lo que cuesta. En Madrid el precio está por debajo de la media nacional, porque nuestros tatarabuelos fueron visionarios e hicieron canales desde la sierra. También influye que hay mucha población, lo que favorece la economía de escala. El agua es más cara en un pueblo pequeño que en una gran ciudad. Madrid está cerca de cubrir los costes”, asegura Morcillos, en referencia a la larga historia del Canal, que se inició con la firma de un decreto por parte de la reina Isabel II en 1852 con el fin de crear las primeras conducciones para abastecer la ciudad de Madrid. Ello permitió acabar con un sistema basado en la utilización de los viajes del agua, que conectaban pozos con fuentes públicas.

Las obras que se iniciaron a mediados del siglo XIX para solucionar la escasez del agua en la ciudad dieron sus primeros resultados en 1858, cuando los madrileños pudieron contemplar admirados la inauguración de la traída de aguas hasta la nueva fuente monumental de la calle ancha de San Bernardo. A partir del año siguiente, los madrileños empezaron a disfrutar del agua potable en sus propias casas.

Los trabajos realizados desde hace más de 160 años por el Canal de Isabel II y la economía de escala pueden ser una buena noticia para los madrileños, ahora que los expertos comienzan a destacar que el “agua es barata” y que cuando pensamos en ella no se tienen en cuenta los costes de depuración. En Madrid, sin embargo, el precio del agua no ha subido este año sino que, incluso, ha bajado una décima a causa de la caída del IPC y el presidente del Canal apunta que no tiene intención de recurrir a una subida de tarifas.

ADRIÁN MARTÍN - Director general de Canal de Isabel II Gestión

Uno de los mejores sistemas de gestión de agua del mundo



El origen del Canal de Isabel II fue dar respuesta a los graves problemas de abastecimiento que padecía la ciudad de Madrid, allá por 1851. Han pasado más de 160 años desde aquella decisión estratégica que permitió la transformación y crecimiento de la ciudad de Madrid, siempre con una clara vocación de servicio y con el fin último de mejorar la calidad de vida de los madrileños, preceptos que siguen presentes en Canal de Isabel II Gestión, que fue creada en 2012 y en cuyo capital social están representados la Comunidad de Madrid y 111 ayuntamientos.

La compañía presta servicio a 6,5 millones de madrileños y cuenta con 14 embalses; 86 captaciones de aguas subterráneas; 13 plantas de tratamiento de agua potable; 24 grandes depósitos reguladores y 280 menores; 17.087 kilómetros de red de aducción y distribución; 149 de agua potable y 130 estaciones de bombeo de aguas residuales; 11.148 kilómetros de redes de alcantarillado; 63 tanques de tormenta; 751 kilómetros de colectores y emisarios; 154 estaciones depuradoras de aguas residuales; y 256 kilómetros de red de agua regenerada.

En Canal siempre se ha apostado por la innovación y el desarrollo tecnológico a la hora de enfrentarse a los retos que plantea la gestión del ciclo integral del agua. Actualmente, se cuenta con un sistema de monitorización que está entre los más avanzados del mundo. Gracias a los 15.000 instrumentos de medida instalados en los sistemas de abastecimiento, saneamiento y reutilización se puede conocer, en tiempo real, la situación hidráulica de la

red y el estado de la calidad de las aguas o las captaciones de aguas subterráneas.

Además de esta inversión, durante los últimos 10 años se está trabajando en la sectorización de la red. Se trata de hacer una compartimentación física de la misma en 550 zonas que permita determinar la cantidad de agua introducida en el sector y la presión máxima del agua en dicha zona, lo que ha permitido disminuir en un 30 por ciento el número de roturas.

El sistema de recogida de las aguas residuales y de lluvia, alcantarillado, es muy importante. De su mantenimiento y explotación depende que no haya olores desagradables en la ciudad. En cuanto a la construcción de las estaciones depuradoras de aguas residuales en Madrid (EDAR), disponemos de 156 que nos permiten tratar todas las aguas residuales y devolverlas a los ríos con la mayor calidad posible. Por otra parte, en los últimos años, se ha apostado por obtener nuevos recursos hídricos, con la regeneración de aguas residuales depuradas.

Y finalmente otro de los grandes objetivos para los próximos años será preservar la excelente calidad del agua de Madrid. El objetivo es conseguir que el agua tenga las mismas características organolépticas: olor, color y sabor, durante todo el año.

El compromiso de Canal de Isabel II Gestión será abordar los nuevos retos con la misma dedicación, esfuerzo e ilusión. Todo con el fin de afianzar y potenciar uno de los mejores sistemas de gestión del ciclo integral del agua del mundo.

En Canal siempre se ha apostado por la innovación y el desarrollo tecnológico

DIEGO SANJUANBENITO - Delegado de Medio Ambiente y Movilidad del Ayuntamiento de Madrid



Un cambio histórico en la relación de Madrid con el agua

La decisión de la alcaldesa de Madrid de reformar el modelo de contratación de los servicios públicos para hacerlos más eficientes, más sostenibles y con garantía de calidad ha supuesto un cambio y unos ahorros, gracias a los cuales hoy podemos volver a invertir para renovar nuestra ciudad.

Una inversión que, en infraestructuras hidráulicas, ha supuesto un cambio histórico en la relación de Madrid con el agua, uno de nuestros recursos más preciados.

Madrid es hoy una referencia internacional en política hídrica. Una situación, que no es fruto de la casualidad, sino de años de planificación, inversión y visión de futuro.

La gestión responsable y pionera del agua, la construcción de una nueva red de saneamiento de aguas residuales —que ha producido el mismo salto cualitativo en el tratamiento de las aguas como el que en su momento produjeron dos planes de saneamiento integrales de Madrid—, y la mejora de la calidad de las aguas del río Manzanares ocupan un lugar fundamental en la gran transformación que ha protagonizado Madrid en los últimos años.

Una transformación por la que seguimos apostando y que, aún en tiempos de crisis, nos ha comprometido para seguir invirtiendo en unas infraestructuras indispensables para el futuro de nuestra ciudad.

En febrero de 2014, hace tan solo un mes, la alcaldesa de Madrid pre-

sentó lo que va a ser nuestra política hídrica en los dos próximos años (2014 y 2015). Por un lado, seguiremos apostando por incrementar la calidad del río Manzanares, incorporando a las estaciones regeneradoras de agua de Viveros, La Gavia y Sur Oriental los más avanzados sistemas de tratamiento de filtración, desinfección y eliminación de elementos perjudiciales para el ecosistema, lo que supondrá una gran mejora medioambiental para la flora y la fauna del ecosistema del río.

Por otro lado, continuaremos extendiendo la red de saneamiento de la ciudad con la construcción del nuevo colector de la Subcuenca de Pinos. Así, también reforzaremos el alcance y la capacidad de la Red de Agua Regenerada, que se extenderá a zonas verdes de reciente creación, como el Parque Juan Pablo II, el Parque Forestal de Villaverde y la conexión O'Donnell-Retiro.

Villaverde también será el distrito en el que se realice una de las actuaciones que proporcionarán a los madrileños una nueva zona para el esparcimiento y el ocio a lo largo del parque fluvial del río Manzanares.

Madrid invertirá en todas estas actuaciones más de 80 millones de euros en 2014 y 2015, pero más allá de estos dos años seguirá invirtiendo y planificando nuevas infraestructuras de agua como parte de nuestro compromiso con el futuro de nuestra ciudad.

Madrid es hoy una referencia internacional en política hídrica

MIGUEL ANTOLÍN - Presidente de la Confederación Hidrográfica del Tajo

Cuenca del Tajo: territorio, equilibrio y consenso



El Tajo es el río más largo de la Península Ibérica y su cuenca, la tercera de España en superficie, el 34 por ciento de la cual tiene algún tipo de protección medioambiental. Incluye territorios de cinco comunidades autónomas y 11 provincias; y, además, de sus aguas parte el Trasvase Tajo-Segura, que abastece desde la cabecera al Levante español.

La cuenca del Tajo abastece a la quinta parte de la población urbana de toda España, incluyendo a la Comunidad de Madrid, de 6,5 millones de habitantes, que representa el 82,5 por ciento de la población total de la cuenca, lo que implica un esfuerzo notable de gestión, no solo en abastecimiento, sino también en cuanto a saneamiento y depuración. Hay, por tanto, gran diferencia entre la parte alta y baja de la cuenca: aguas arriba de Talavera de la Reina se utiliza el 85 por ciento de los recursos disponibles en toda la cuenca y se generan solo el 45 por ciento de los mismos.

En compensación, es una cuenca muy regulada. Con más de 250 presas y unos 470 azudes, y con tres de los diez mayores embalses del país (Alcántara, Valdepeñas y Entrepeñas-Buendía), es la de mayor capacidad de España. Ello favorece los usos hidroeléctricos y un mejor aprovechamiento de precipitaciones y aportaciones y, sobre todo, permite cumplir con los acuerdos del Convenio de Albufeira en cuanto a transferencias a Portugal, protegiendo Lisboa de inundaciones, pues sin estos embalses, que facilitan la laminación de avenidas, dicha ciudad y el resto de

poblaciones limítrofes sufrirían graves daños en bienes y personas.

Gracias a las abundantes lluvias de este invierno, actualmente la cuenca se encuentra al 75 por ciento de su capacidad de regulación total, con un volumen de agua embalsada de unos 8.000 hectómetros cúbicos, lo que, en términos generales, nos permite poder atender todas las demandas durante unos dos años, aun sin nuevas lluvias.

El Plan Hidrológico de cuenca, informado favorablemente por el Consejo Nacional del Agua el 26 de diciembre de 2013, permite aumentar el grado de compromiso de todos los actores, tanto de los usuarios como de los territorios. Y, en este sentido, el programa de medidas del plan contempla una inversión de todas las administraciones en la Comunidad Autónoma de Madrid de unos 5,5 millones de euros desde 2011, repartida en 155 actuaciones, siendo precisamente el abastecimiento, el saneamiento y la depuración los sectores donde hay previsto un monto mayor, en cumplimiento de las nuevas exigencias medioambientales.

El Plan de Cuenca del Tajo, así como el resto de los que se han aprobado en España, ha sido posible gracias al consenso, el diálogo, la cooperación y la solidaridad de todas las partes implicadas, logrando un gran pacto político a nivel nacional que ha permitido poner fin a los pasados enfrentamientos en materia de agua y, de este modo, sentar la piedra angular sobre la que cimentar el inmediato Plan Hidrológico Nacional.

La Cuenca del Tajo abastece a la quinta parte de la población urbana de toda España, incluyendo la Comunidad de Madrid

JOSÉ VILLAR - Consejero delegado de Licuas



Captación, tratamiento y depuración de agua

El objetivo es conseguir un uso óptimo del agua, poniendo especial énfasis en su reutilización

El ciclo integral del agua está determinado por varias fases, que son captación, tratamiento, distribución, saneamiento y depuración. Durante la fase de captación se recogen las aguas de escorrentía almacenándose en embalses, complementándose con el alumbramiento de aguas subterráneas mediante pozos.

El segundo paso consiste en el tratamiento de las aguas captadas, que se realiza en las estaciones de tratamiento de agua potable (ETAP), desde las que el agua es transportada hasta el usuario por la red de distribución.

El proceso termina cuando el agua utilizada para consumo, junto con las aguas pluviales, son recogidas por la red de saneamiento para ser llevadas hasta las estaciones depuradoras de aguas residuales (EDAR), donde son tratadas para poder ser vertidas a los cauces naturales o para ser reutilizadas para riego, cerrándose, de esta manera, el ciclo integral.

No tenemos que olvidar la importancia de las redes de abastecimiento y alcantarillado en todo este proceso y es por ello que permanentemente se realizan labores de control, inspección y mantenimiento, para disponer en todo momento de unas redes en condiciones óptimas de capacidad y sin pérdidas de agua, tanto potable como residual.

Dentro de la preocupación manifestada por organismos como la Organización

Mundial de la Salud (OMS), que ha establecido como un objetivo de desarrollo del milenio aumentar considerablemente el número de personas que tengan acceso sostenible al agua potable y al saneamiento básico como condición previa para el desarrollo de las sociedades, hemos de poner especial énfasis en mejorar los procesos utilizados en las distintas fases del ciclo del agua.

Actualmente el ciclo del agua en la Comunidad de Madrid está gestionado por la sociedad pública Canal de Isabel II Gestión, cuyo objetivo prioritario es conseguir un uso óptimo del recurso hídrico, por lo que realiza continuas actuaciones de mejora de las infraestructuras existentes para aumentar la capacidad de almacenamiento, mejorar la calidad del agua potable que llega al usuario final y minimizar el impacto ambiental de las aguas utilizadas tras su vertido, poniendo un especial énfasis en la reutilización del agua.

Este es un campo en el que la sociedad demanda un nivel de inversión alto y constante para poder cumplir los objetivos que hemos descrito, en el que las administraciones implicadas están realizando un gran esfuerzo.

Licuas, como empresa de servicios relacionados con el agua, participa en la gestión del ciclo integral a través de distintos contratos de distribución, saneamiento y depuración suscritos con Canal de Isabel II Gestión, S. A.



GINSO
ASOCIACION PARA LA GESTION
DE LA INTEGRACION SOCIAL

Centros pioneros e innovadores cuyo objetivo es lograr la reinserción social de los jóvenes infractores. Comunidades de Madrid y Andalucía.

Nuestros centros de internamiento ofrecen condiciones educativas y formativas para que el menor pueda reorientar su comportamiento a través de los programas y las actuaciones especializadas de nuestro personal. En ellos se compatibiliza la custodia y la seguridad con la reeducación y la formación. El trabajo desarrollado nos permite alcanzar nuestro objetivo final: la efectiva inserción sociolaboral de los menores en empresas del exterior con la consecución de un puesto de trabajo remunerado con todas las garantías legales y en las mismas condiciones que cualquier otro joven de su edad.

S.O.S

en conflicto con mi hij@

900 65 65 65

www.recurra.com

tfno. gratuito



recURRA
GINSO



El programa recURRA es una iniciativa pionera en España. Surge como respuesta a la carencia que existe en el ámbito asistencial español en "el tratamiento y ayuda a los jóvenes en conflicto que dentro del hogar tiranizan a padres, madres, hermanos/as u otros familiares". Siendo conscientes de los cambios que se están produciendo en el ámbito sociofamiliar y de los conflictos derivados que afloran cada vez con más frecuencia, tratamos de propiciar un modelo de intervención psicopedagógico de convivencia que facilite la misma. La participación e implicación del núcleo familiar será un pilar fundamental para propiciar el cambio y la mejora de las relaciones en el hogar.



Resulta imposible entender el mundo en que vivimos sin la publicidad. Los anuncios, las marcas, los productos, las promociones, la relación con los clientes y usuarios marcan el día a día de los ciudadanos. El consumo mueve la economía y es el arma más poderosa para cambiar, o mantener, las políticas, los puestos de trabajo e incluso las costumbres. Y Madrid, sede de la capital de España, región donde viven más de seis millones de personas y locomotora económica del país, no podía ser otra cosa que el epicentro de la publicidad y del marketing del país. Siete de cada diez euros que mueve el sector se generan aquí.



El escaparate nacional

La publicidad no lo puede todo, pero casi. Esta sería, a grandes rasgos, la conclusión de un estudio realizado por la Universidad Complutense de Madrid, que asegura con contundencia que esta actividad “estimula el crecimiento del consumo, acelera la difusión de la innovación, promueve la competencia y, a su vez, impulsa el índice de crecimiento promedio del PIB”. Según esgrime la Asociación Española de Anunciantes, citando este estudio, “solo en inversión publicitaria en medios, sin contar su desarrollo como industria y generación de empleo, supone un 1,01 por ciento del PIB”, esto es, 11.000 millones de euros. Y, si aplicamos los cálculos del sector, que estiman que el 70 por ciento de este negocio radica en Madrid, nos encontramos con que la publicidad y el marketing mueven un volumen de 7.700 millones de euros en la región.

Este es el cálculo que aportan los expertos. Pedro Aguilar, vicepresidente de la Asociación de Marketing de España, explica: “La publicidad es cuestión de

grandes compañías, ya sean multinacionales o grandes empresas españolas, y un porcentaje altísimo de ellas tiene su cuartel general en Madrid”, apunta. Al final, las tendencias y las grandes cifras las marca un reducido grupo de 130 empresas que tienen sede en Madrid: El Corte Inglés, Telefónica, Procter&Gamble, Unilever... Su actividad publicitaria es, por tanto, la que señala desde la comunidad madrileña las tendencias de todo el país.

Más allá de estas estimaciones, resulta imposible saber con exactitud las cifras que permitan elaborar la radiografía de la publicidad y el marketing en Madrid. Ello es debido a que Infoadex, la entidad que mide la actividad publicitaria, la segmenta según el criterio del ámbito de difusión de los medios de comunicación, y en Madrid los medios estrictamente regionales son prácticamente inexistentes. Por ello, para hacerse una idea del panorama publicitario en la región, hay que fijarse en los datos a nivel nacional y recordar que en Madrid se mueven 7 de cada 10 euros en materia de marketing y publicidad.

Madrid es, además, “un lienzo estu-pendo para la publicidad”, en palabras de Roberto Lara, presidente de la agencia Sra. Rushmore, que además la “irradia” al resto de España. La publicidad exterior, elemento indispensable del paisaje urbano, es la mejor prueba de ello. En Madrid están ubicadas las principales empresas exclusivistas que la gestionan, como CEMUSA o JCDecaux, aunque, como recuerda el director comercial y de Marketing de la primera, Antonio Morales, que preside la Asociación de Empresas de Publicidad Exterior (AEPE), “lógicamente desarrollan su actividad en las ciudades y poblaciones de todo el país”. Madrid, afirma Morales, “es el referente lógico de la publicidad exterior en España”, un sector que ha cosechado prestigio también a nivel internacional. Así, las empresas madrileñas han destacado por los innovadores soportes digitales que pueden verse cada día en las calles de la capital, que permiten emitir publicidad diferente según el momento del día o combinarla con contenidos informativos



Un autobús con publicidad.



La publicidad es una seña de identidad de la plaza de Callao.

para atraer la atención de los consumidores, “aumentando notablemente su eficacia”, asegura Morales. Así, continúa, sería imposible imaginar la plaza de Callao sin sus enormes pantallas, como ocurre en otras plazas del mundo, como Times Square (Nueva York), ciudad cuyos quioscos digitales están gestionados por CEMUSA, una empresa madrileña. Morales cita también otro ejemplo de innovación, a cargo de la empresa Cuende Infometrics, “cuyo estudio Geomex proporciona datos al máximo nivel sobre el impacto, notoriedad, eficacia y recuerdo de la publicidad exterior, empleando un

panel de personas que portan GPS en sus dispositivos habituales”.

La inversión se estabiliza

Los años de la crisis han supuesto un auténtico vendaval para el sector del marketing. Y es que, según el último estudio AMES publicado, referido a 2012, ese año la inversión en este concepto (que engloba marketing, publicidad e imagen de marca, entre otros) cayó un 10,3 por ciento en nuestro país frente a los datos de 2011. Todos los sectores económicos dieron un tijeatrazo a las partidas destinadas a este concepto, salvo el de los seguros. En cuan-

to a la publicidad en concreto, la caída en 2013 fue más suave (-1,7 por ciento), aunque desde que empezó la crisis se ha contraído tanto que se ha situado en 3.570,5 millones, una cifra similar a la de 1995. En este período, apunta Aguilar, desde la Asociación de Marketing de España, las más afectadas han sido las agencias medianas. “Las empresas pequeñas tienen su nicho y las grandes cuentan con margen para contraerse si es necesario, pero las medianas no estaban preparadas para la crisis”, apunta este experto. Como consecuencia de ello, el número de empleados en el sector se ha reducido un 18 por ciento en los dos últimos años.

Los quioscos digitales de Nueva York están gestionados por CEMUSA, una empresa madrileña

Hasta aquí las malas noticias. Pero también las hay buenas. Y es que, según explica Aguilar, “la publicidad siempre va por delante de los ciclos económicos, para lo bueno y para lo malo”. Es decir, que fue el primer sector en sufrir la caída de inversión por parte de las empresas, pero, cuando se vislumbra la luz al final del túnel, también es el primero en el que las marcas deciden invertir. Esto se refleja también en las cifras que manejan los expertos. Carlos Rubio, director general de la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria, espera que “2014 sea el año del inicio de la recuperación de la economía, lo que afectará también a la publicidad”. De momento, las previsiones apuntan a un ligerísimo crecimiento de la inversión publicitaria ya en el primer trimestre del año que, de confirmarse, supondría pasar página a varios años de contracción sostenida.

Las empresas que sobrevivan habrán tenido que adaptarse a las nuevas demandas de sus clientes, que cada vez piden más por menos en un momento en el que el consumidor se dirige a ellas de tú a tú gracias a las nuevas herramientas digitales. Lara, de Sra. Rushmore, la agencia “más atractiva para trabajar” según el estudio Best Place to Work, lo resume así: “Tenemos que tener las mejores ideas a mitad de precio haciendo el doble de trabajo”.



Marquesina con soporte publicitario.

Valla publicitaria en unos grandes almacenes de la capital.

En Madrid hay un evento relacionado con el marketing o la publicidad casi cada día

La revolución digital

Pero los últimos años no han pasado en balde. En las agencias se ha producido, según Rubio, “un cambio en el modelo de servicio, con nuevas vías de comunicación y nuevas formas de relacionarse con los clientes”. David Coral, presidente y CEO de BBDO Proximity, agencia que nació hace 40 años en Madrid, asegura que el secreto de las empresas que continúan en activo ha consistido en “ajustar precios y conseguir más clientes pequeños”, ya que las grandes inversiones se han reducido notablemente. Pero advierte: “Después de esta crisis no

vamos a volver al pasado, porque, a diferencia de otras anteriores, ha afectado a todos los sectores”. Hasta el punto de que, según el catedrático de Publicidad y Comunicación Audiovisual de la Universidad Complutense de Madrid, Juan Benavides, “Internet va por delante de nuestros propios recursos y faltan ideas para gestionar las marcas en esos nuevos contextos”. En esas ideas, y en el éxito a la hora de llevarlas a cabo, asegura, está ahora la clave del éxito.

Desde otra de las principales empresas del sector, Ogilvy& Mather Publicidad, su CEO, Jesús Valderrábano, apunta que “es importante trabajar en una estrategia de comunicación coherente e integrada donde, dependiendo del caso,

toma más peso la campaña en publicidad *offline* y *online*”. “Las agencias de nuestra Comunidad que saldrán más reforzadas son aquellas que hayan sabido aprovechar este momento para transformarse e integrarse en el cambio tan brutal que ha supuesto, entre otras cosas, la revolución de la comunicación en medios sociales”, indica.

A ello se dedica la Asociación del Marketing Digital, ADigital, cuyo presidente, José Luis Zimmermann, apunta que el presupuesto que dedican las empresas al marketing y la publicidad *online* no para de crecer “y todavía seguirá aumentando mucho más, hasta el punto de que un día dejaremos de utilizar el apellido “digital”: Internet está tan metido en nuestras vidas que no tiene sentido”, apunta. Y esta revolución digital tiene su epicentro en Madrid, donde se organizan todo tipo de eventos, seminarios, premios a la eficacia publicitaria, eventos como la Feria del Marketing Online... “Es imposible mencionarlos todos. Casi cada día hay uno”, concluye Zimmermann.

ANTONIO MORALES - Presidente de la AEPE y director comercial y de marketing de CEMUSA



El color de la ciudad

Si pudiéramos imaginar Madrid o cualquier gran ciudad sin publicidad veríamos un espacio mucho más gris, oscuro y triste. La publicidad forma parte del paisaje urbano desde el nacimiento de las ciudades. La ciudad de Pompeya ya adornaba sus calles con publicidad exterior, tanto con pintura en las fachadas como en los primeros soportes fijos de comunicación exterior, los albi. En época más reciente la publicidad exterior, como elemento vital de la libertad de información comercial, nos servía como punto de contraste en el paisaje urbano de las ciudades a uno y otro lado del muro de Berlín.

Un ejemplo muy madrileño: en abril de 2011 se desmontó el cartel del Tío Pepe de la Puerta del Sol debido a la reforma del antiguo Hotel París, en el que se ubicaba desde 1936. Cuando se supo que los nuevos propietarios del edificio no permitirían recolocarlo, se puso en marcha una campaña espontánea en las redes sociales para “salvar al Tío Pepe” que ha contribuido a que sea posible reubicar el anuncio sobre otro edificio de la plaza más emblemática de Madrid. Para la mayoría de los madrileños, si desapareciese el luminoso de González Byass sería como arrebatarle a la Puerta del Sol una de sus señas de identidad más queridas.

Por no hablar de la Gran Vía y la Plaza de Callao: imaginarlas desprovistas de toda la publicidad sería quitarles gran parte de su atractivo actual, de sus colores e imágenes espectaculares, y quedarían como avenidas vacías y grises.

Desde la Asociación Española de Publicidad Exterior (AEPE) siempre hemos entendido que esta actividad representa una de las manifestaciones de la libertad de información que consagra nuestra Constitución, así como un servicio para el ciudadano que va más allá del propósito evidente de anunciar productos y servicios. El propio concepto de mobiliario urbano lo define: las marquesinas en las que puede uno resguardarse de la lluvia mientras llega el autobús son posibles gracias a la publicidad; al igual que los contenedores para poder reciclar pilas, papel, envases de vidrio y otros; disponemos de relojes y termómetros situados en las calles; y de enormes pantallas digitales que nos adelantan noticias de interés mientras vamos en coche, esperamos a embarcar en el aeropuerto o paseamos. Y todos estos soportes no solo son gratuitos para los ciudadanos, sino que además aportan ingresos al ayuntamiento.

Por supuesto que el papel de la publicidad exterior debe ser consensuado y acordado con el ayuntamiento para establecer las necesidades, límites y espacios donde resulta adecuada, pues no es lo mismo una zona monumental que un barrio moderno. Por eso, en la AEPE siempre hemos colaborado con los ayuntamientos para que la publicidad exterior resulte lo más útil posible para los ciudadanos, y su integración en la ciudad sea natural, lógica, agradable y atractiva. Lo contrario estaría en contra de la publicidad y de nuestros propios anunciantes.

Imaginar la Gran Vía y Callao desprovistas de publicidad sería quitarles gran parte de su atractivo actual

JOSÉ LUIS ZIMMERMANN - Director general de la Asociación Española de la Economía Digital (adigital)



Un consumidor con voz propia

La tecnología o, mejor dicho, el desarrollo tecnológico está modificando en algunos casos de manera radical actividades económicas, hábitos de consumo, relaciones entre individuos y de estos con su entorno, agentes sociales, instituciones e incluso medios de comunicación. Internet y el entorno digital son elementos transformadores que no pueden de ningún modo ser entendidos ni analizados como un sector y tienen presencia en casi todos los aspectos de nuestra vida.

En el entorno del marketing y la comunicación esta situación está siendo muy notoria, y son varias las tendencias o enfoques que están transformando la forma en que las empresas y marcas se relacionan con los consumidores. Una muy clara es la importancia de compartir con los receptores los mensajes, de hacerles partícipes y a la vez altavoces de los valores de las marcas y de sus productos y servicios. Ya no es suficiente explicar: hay que contar, dialogar y estimular la participación del usuario. Esta es una de las claves del marketing actual: un consumidor/usuario informado, "armado" con potentes elementos de comunicación que además dotan a ese individuo de cierta ubicuidad, que genera contenido, que recomienda y que prescribe y que es capaz de impactar en otros consumidores/usuarios a gran escala.

Estas armas no son otra cosa que los dispositivos móviles conectados, *smartphones* y tabletas, dispositivos a través de los cuales nos conectamos a las redes, consumimos, compartimos, buscamos y generamos información y adqui-

rimos productos y servicios. Este canal obliga a un proceso de adaptación en el que los oferentes de productos y servicios deben comprender que elementos de comunicación, mensajes y creatividad tienen que ser transformados para que tengan efecto.

La otra gran palanca de este nuevo paradigma es la importancia de los datos, donde precisamente se está jugando y se va a jugar una gran batalla entre todos los intervinientes en el ámbito del marketing y la publicidad. La información sobre los usuarios, sus perfiles y sus hábitos de consumo pivotaba esta industria, lo que han permitido ajustar la oferta a la demanda. Los individuos generamos continuamente información en nuestro quehacer diario, y gracias al desarrollo tecnológico cada vez es más fácil recoger esa información: qué buscamos, qué, cuándo y dónde compramos permite dibujar un perfil de nosotros muy ajustado a la realidad. Los *wearable*, los otros dispositivos conectados que permiten o facilitan actividades específicas como las Google Glass, las pulseras inteligentes, por citar las más populares, registran información diaria sobre nosotros sin necesidad de intervención por nuestra parte.

Pero, sin duda, la gran revolución de todo esto, como apuntaba al principio, es la importancia del consumidor, del individuo. Ya no es un sujeto pasivo, sino que es parte activa de esta relación y de su implicación depende gran parte del éxito de las empresas y marcas y, por supuesto, sin su permiso, en términos de información y datos, este proceso ni debe ni puede tener lugar.

Ya no es suficiente explicar: hay que contar, dialogar y estimular la participación del usuario

ENRIC PUJADAS - Presidente de Ogilvy & Mather

Un cambio que ha llegado para quedarse



La evolución del sector de la publicidad y el marketing viene marcada totalmente por la aparición de Internet, que ha puesto al alcance de la mano (nunca mejor dicho) de los usuarios tal cantidad de información y contenidos que los consumidores pueden relacionarse personalmente con la marca y con otros consumidores y generar debates, contenidos, compartir experiencias, etcétera. Internet ha cambiado la comunicación, nuestras vidas y los modelos de negocio de las agencias de publicidad y de sus clientes. En definitiva, Internet es la auténtica revolución de este siglo.

En la actualidad se genera una cantidad de información al día nunca antes conocida. Si analizamos toda la capacidad para lanzar datos y más datos al mundo y la comparamos con unas décadas o siglos atrás, está comprobado que lo que antes tardaba cien años en generarse ahora sucede en pocas horas.

Hace no muchos años decía Eric Schmidt, expresidente de Google, que cada dos días creábamos tanta información como lo hicimos desde el amanecer de la civilización hasta el año 2003. Y suma y sigue.

El segundo de los grandes hitos que han marcado el mundo de la publicidad y el marketing en la última década es mucho menos atractivo; se trata de la crisis económica profunda que ha sufrido el

mundo occidental. En España la crisis ha hecho retroceder la industria de la publicidad a los volúmenes de inversión de finales del siglo XX, al haberse reducido en un 50 por ciento la inversión desde el inicio de la crisis en 2008.

En el último informe de la consultora Zenith sobre inversión publicitaria, Zenthinela, solo se prevén crecimientos significativos para la inversión publicitaria en 2014 en móviles e Internet y la buena noticia es que el sector parece que ya ha tocado suelo. Esta es la realidad del sector.

Una tendencia creciente en el mundo web es la de los contenidos audiovisuales. Este es uno de los *drivers* del *boom* de Internet y las redes sociales que explican la previsión de crecimientos en esta área. Los internautas apuestan cada vez más por los formatos audiovisuales y los anunciantes están aprendiendo a aprovechar esta oportunidad. Los dispositivos móviles son otra de las grandes tendencias y nuestro sector se ha volcado en el desarrollo de *apps* y *sites* para móviles. En este apartado de movilidad España es un país puntero y esa sí que es una buena noticia hoy y de cara al futuro.

Al parecer, Gardel estaba equivocado. Eso de “veinte años no es nada” ya no sirve desde que la revolución digital se puso en marcha. Ni 20 años, ni quince... ni 20 meses. El cambio es constante y ha llegado para quedarse.

Los internautas apuestan cada vez más por los formatos audiovisuales

JUAN BENAVIDES - Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Complutense



Cambios en la comunicación y la publicidad

El impacto de la publicidad y la comunicación en la economía y la sociedad sigue siendo indudable

El actual mercado de la comunicación vive un momento de grandísimo interés; los que nos movemos en el ámbito de la formación y la investigación (tanto teórica como aplicada) estamos viviendo un momento de cambio profundo en la publicidad y en la comunicación que tiene una enorme trascendencia. Los cambios afectan no solo a las prácticas tradicionales de la publicidad comercial sino, sobre todo, y más especialmente, a los modos de representación de la propia comunicación en su conjunto, a los propios medios y a otros sectores como la publicidad institucional o la política, que muchas veces al encontrarse en situaciones imprevistas desconocen el camino a seguir.

No creo que la crisis económica haya cambiado las estrategias publicitarias de las empresas; otra cosa es que hayan reducido sus presupuestos. Antes de la actual crisis, las empresas ya habían cambiado algunos de sus planteamientos comunicativos ante la ineficacia de las acciones publicitarias convencionales. La innovación tecnológica, la propia globalización, las redes sociales, la personalización de los públicos y desde luego la saturación del propio mercado de la comunicación han llevado incluso a algunas empresas a redefinir lo que es la comunicación de valor y marca. Circunstancias que no impiden que siga habiendo todavía en el ambiente

de la calle, incluso en el ámbito de los medios y del propio periodismo, una especie de mentalidad de que todo sigue igual: las agencias, los medios, los ciudadanos y el spot en televisión (cuanto más creativo, mejor). Y la verdad es que, a mi modo de ver, esa realidad expresada no es real y si se mantiene es porque los intereses de las multinacionales del sector de la publicidad y la comunicación prefieren este lenguaje de cara a los grandes clientes que mantienen y a la propia supervivencia de los medios. Pero la realidad es muy otra y llegará un momento en que esta percepción y sus argumentos derivados caigan como un trampantojo.

El impacto de la publicidad y la comunicación en la economía y en la sociedad sigue siendo indudable. Pero, a este respecto, también hay que cambiar un poco el concepto de impacto en favor de otro que prefiero definir como negociación de los retornos; porque los individuos, los grupos sociales y el conjunto de los medios, instituciones y organizaciones coexistimos en una especie de escenario de interactividad donde los mensajes y los retornos deben ser observados como procesos constructivos (de información y de realidad). Yo creo que en esos nuevos contextos ya no cabe hablar de lo verdadero y lo falso, sino de lo adecuado o inadecuado respecto a los intereses de las personas o grupos intervinientes.

La Terraza de Salud

El mar de Madrid



La Terraza de Salud

Un espacio único situado en pleno centro de Madrid junto a la Gran Vía donde disfrutar de un ambiente tranquilo y familiar. La carta ofrece una amplia variedad de platos de distintos estilos y sabores. Nuestra carta combina la **cocina tradicional con un toque moderno.**

Calle Salud, 13 · Madrid
+34 91 521 08 68
info@laterrazadesalud.com
www.laterrazadesalud.com



Madrid reparte juego

Cuatro casinos, 48 bingos, 254 salones de juego, 290 locales de apuestas y 26.192 máquinas tragaperras. Es el actual mapa de juego de la Comunidad de Madrid, una industria que mueve 4.647 millones de euros anuales —el 20 por ciento del total nacional— y contribuye a las arcas públicas regionales con 180 millones de euros cada año en concepto de tributos, según datos de la Dirección General de Ordenación del Juego del Ministerio de Hacienda. Y es que los madrileños son, con diferencia, los españoles que más invierten en este concepto.



Estas cifras han hecho que el juego sea considerado cada vez más por la Administración madrileña como “un sector que hay que cuidar”, en palabras de Fernando Prats, director general de Tributos y Ordenación y Gestión del Juego de la Comunidad. No es para menos, ya que la crisis que atraviesa el sector ha mermado en cerca de 8 millones de euros los ingresos tributarios que la región obtiene de los bingos y casinos solo en el último año. “Desde el estallido de la crisis en 2008 el conjunto de sectores del juego ha perdido el 40 por ciento de los ingresos brutos”, concreta José Sánchez Fayos, secretario general de la Confederación Española de Empresarios del Juego (COFAR).

Pero no es el único factor al que el sector culpa del desplome de su facturación. Los empresarios del juego señalan también la entrada en vigor de la reforma de la ley antitabaco en enero de 2011. “Casi el 70 por ciento del público que acude a un casino o a un salón de juego es fumador y quiere fumar mientras juega, por lo que buena parte de ellos ha dejado de venir a nuestros locales”, asegura Sánchez Fayos. Como consecuencia de ello son muchas las voces de los empresarios que

han reclamado excepciones a la ley anti-tabaco para este tipo de establecimientos, en especial después de que el magnate estadounidense Sheldon Adelson, comenzara las negociaciones para establecer su *ciudad del juego* en Alcorcón. Finalmente, el órdago de Adelson, con continuas peticiones de cambio de leyes, no fue aceptado por el Gobierno español y Madrid se quedó sin un complejo de ocio que, en teoría, iba a contar con 12 *resorts* con hoteles de cuatro y cinco estrellas, 6 casinos y 44 salas de juego.

Ello dejó la situación como estaba: con dos casinos. El de Torrelodones fue el primero que se estableció en Madrid, hace ya 32 años, tras la legalización del juego durante la Transición. Décadas después, en 2005, el grupo Comar abrió el casino de Aranjuez. Tras haber cambiado en 2012 la legislación que impedía a estos establecimientos situarse a menos de 29 kilómetros de los núcleos urbanos, ambos casinos han instalado en el corazón de la capital dos *salas apéndice*: Casino Gran Madrid-Colón y Casino Gran Vía.

“Es una gran baza de futuro; creemos que es un proyecto muy atractivo para el que se han cuidado todos los detalles”, asevera el director de Marketing del casino Gran Madrid-Colón, José María Paredes, quien ha señalado que este sector ha resultado muy dañado por la crisis. “Las causas son varias: una tasa de juego del 45 por ciento es muy elevada para el contexto en el que estamos; la ley anti-tabaco; el juego *online*, que hasta la legislación del año pasado no había sido regulado, e incluso el fútbol, pues hay



El Casino Gran Madrid, en Colón.

semanas en que se acumulan muchas citas”. Todo esto hace que los casinos tengan dificultades. “Un casino necesita una inversión de 4 millones de euros solo para su mantenimiento. Nosotros hemos mantenido la senda de los beneficios, aunque hemos experimentado una caída del 40 por ciento”.

La apertura de la sede de la capital ha supuesto la creación de 200 nuevos puestos de trabajo. “Estamos haciéndonos hueco y ojalá tengamos una gran acogida. A lo largo de nuestros 32 años ya nos han visitado 18 millones de clientes”, apunta Paredes.

En la misma línea, el director del casino Gran Vía, Carlos Campos, ha mani-

Los casinos de Torrelodones y Aranjuez han abierto dos ‘salas apéndice’ en la capital

festado estar “muy satisfecho con la actividad que se está generando en la sala de Madrid. Las expectativas para 2014 son muy positivas”. Desde la reciente apertura del Casino, el pasado 18 de diciembre, hemos registrado un aumento progresivo de clientes, que se sitúa en una media de 1.500 diarios. “Estamos seguros de que, tras la próxima inauguración del restaurante de alta cocina vasca, el número de clientes del Casino Gran Vía aumentará”, ha augurado Campos.

En ella, el grupo ha invertido 15 millones de euros y ha logrado crear 270 nuevos empleos.

El imperio de las recreativas

En Madrid, el sector del juego ha estado capitaneado por grupos como Recreativos Franco, fundado en 1975 por Joaquín y Jesús Franco como un pequeño taller de mantenimiento y operación de máquinas *pin-ball*, cuyo potencial habían descubierto en la base norteamericana de Torrejón. El éxito no tardaría en llegar, iniciando un proceso de expansión que ha llevado sus máquinas recreativas a buena parte de la geografía española y a otros 50 países.



El Casino Gran Vía.

Su experiencia profesional animó a los hermanos Franco a fundar, junto a familia Martínez Sampedro, el grupo Codere, que también dio sus primeros pasos en la capital. Actualmente, Codere es la primera empresa de juego que cotiza en Bolsa y está presente en varios países a través de unas 51.000 máquinas recreativas, 125 salas de bingo, 55 salas de apuestas deportivas, dos hipódromos y cinco casinos.

Para el director general de Recreativos Franco, Pedro Melendo, no todos los subsectores se han visto afectados por igual en los últimos años. “Por ejemplo, el gasto medio destinado a las actividades de ocio fuera del hogar ha caído en los últimos años, pero ha aumentado el ocio doméstico y, con él, el juego *online*, que está en pleno crecimiento”.

“La región cuenta con importantes empresas capaces de seguir apostando por esta Comunidad como sede de sus operaciones. No es, en absoluto, despreciable que tan solo con los impuestos del juego, durante 2012 Madrid aportó casi 152 millones de euros a las arcas del Estado”, ha indicado Melendo. Tradicionalmente existe la percepción de que en tiempos de crisis se juega más. Y así ha sido hasta la actual recesión, en la que los hogares han reducido drásticamente el gasto en juego, manteniendo pequeñas cantidades para los juegos públicos, es decir, aquellos que el imaginario social considera que pueden “arreglar la vida”. Prueba de ello es que más de un 30 por ciento de las cantidades jugadas en la Comunidad en 2012 se destinaron a las Loterías y Apuestas del Estado. Los madrileños invirtieron en este concepto un total de 1.389 millones de euros, un 6 por ciento menos que el año anterior. A continuación, por implantación, figuran los cupones de la ONCE, en los que los madrileños gastan anualmente cerca de 180 millones de euros. El *Cuponazo* y el cupón diario son los preferidos de los madrileños, por encima del cupón de fin de semana, los sorteos extraordinarios y los “rascas”.

Pero sin duda uno de los subsectores más castigados por el actual panorama económico es el del bingo, que en los últimos años ha visto reducirse a la mitad el número de salas, hasta alcanzar las 48 actuales. “Cada año cierran más salas porque cada vez hay más empresas que no son rentables”, explica José Luis Merino, gerente de la Asociación Empresarial de Juegos



Las máquinas recreativas ganan cada vez más adeptos.

Codere nació en Madrid en 1975 y ahora es la primera empresa del juego que cotiza en Bolsa

Autorizados (ASEJU), que apunta a la elevada carga impositiva como una de las lacras que están minando un sector, que solo en Madrid genera cerca de 2.500 empleos directos y otros tantos indirectos. Merino reclama una más ágil aprobación de reformas, una mayor liberalización de la publicidad y promoción y la posibilidad de establecer premios más atractivos.

Reinventarse el sector

Esta situación ha obligado a una modernización y reinvención del sector, que ha sido liderada por grandes bingos madrileños como el Canoe —el mayor de España y uno de los más importantes de Europa—, el Roma o Las Vegas, pero ha puesto de manifiesto un cierto retraso en el caso de los establecimientos más familiares. “El concepto se aproxima cada día más al de un lugar donde se puede tomar una copa mientras se juega”, aseguran desde ASEJU. Las máquinas tragaperras, las multipuesto y el bingo *online* ganan espacio frente a los cartones entre el público más joven. Una caída que certifican las estadísticas: en 2012 el número de cartones vendidos fue de 182,4 millones, casi 16 menos que en 2011.

La drástica reducción de bingos contrasta con la proliferación de salas de apuestas. Desde su autorización por parte de la Comunidad de Madrid en 2008, no han dejado de multiplicarse, pasando de 84 a 304 en cinco años. Durante este periodo, y a pesar de no contar con gran tradición en España, las apuestas han ido ganando adeptos entre los madrileños, muy especialmente las simultáneas, principalmente, fútbol. A pesar de esta expansión, son todavía escasas las salas de apuestas que cuentan con un espacio propio y la tendencia general es compartirlo con los salones de juego.

“Es un sector con bastante movimiento: hay muchas salas que abren, pero también muchas que cierran”, puntualiza Andrés García, secretario general de la Asociación de Empresarios de Establecimientos de Juego y Ocio de Madrid. “Son muchos los empresarios que están vendiendo patrimonio para sobrevivir. Les da pena cerrar un establecimiento que cuesta tanto levantar (licencias, insonorización...). Por ello, reducen personal y horarios de apertura y dan de baja máquinas para funcionar con lo mínimo posible”, aseguran fuentes del sector. En estos salones de juego se ubican buena parte de las 25.458 máquinas B (conocidas como “tragaperras”) con las que cuenta la región, que ostenta el récord nacional de cantidades jugadas: 2.083 millones de euros en 2012.

El futuro del sector pasa por una progresiva expansión del juego *online*, que en 2014 representará un 40 por ciento del mercado.

FERNANDO PRATS - Director general de Tributos y Ordenación y Gestión del Juego de la Comunidad de Madrid

El sector del juego en Madrid



El sector de juego de la Comunidad de Madrid tiene una notable relevancia económica. Las cantidades jugadas en 2012 ascendieron a 4.647 millones de euros, un 2,3 por ciento del PIB regional; la inversión acumulada supera los 1.000 millones de euros y los puestos de trabajo directos del sector ascienden a 6.500 trabajadores, a los que se suman más de 19.300 en hostelería financiados por ingresos de juego.

El juego público, operado por SELAE y ONCE, con unas cantidades jugadas en 2012 de 1.569 millones de euros, supone la tercera parte del sector. Con una oferta estable de juego, en torno a las distintas modalidades de loterías, está soportando razonablemente bien los efectos de la crisis económica.

El juego privado se estructura en torno a casinos, bingos, máquinas y apuestas. Las cantidades jugadas ascendieron en 2013 a 3.145 millones de euros, dos terceras partes del total jugado en la Comunidad de Madrid. Durante el período 2008-2013 ha tenido que afrontar la crisis económica y los efectos de la ley estatal antibacaco, lo que ha supuesto una caída de cantidades jugadas del 11,6 por ciento en este período.

Las máquinas con premio en metálico suponen el 66 por ciento del sector, con 2.083 millones de euros jugados. El subsector de máquinas, que incluye 22.812 máquinas B1 explotadas en hostelería, 2.276 máquinas B2 en salones, 370 máquinas B3 en bingos y salones y 292

máquinas C en casinos, está afrontando la crisis con renovación constante de la oferta en un esfuerzo de I+D.

En la Comunidad de Madrid operan dos casinos, a los que se han sumado desde diciembre de 2013 dos *salas apéndice* en la ciudad de Madrid. Con 408 millones de euros jugados, los casinos suponen el 13 por ciento del sector.

El subsector del bingo, con 376 millones de euros jugados y 48 salas operando, supone el 12 por ciento del sector. Es el que más está sufriendo, ya que a la crisis económica se suma un agotamiento del modelo tradicional de juego. Para superarlo se reguló en 2012 el bingo electrónico, que permite la interconexión de salas incluso entre comunidades autónomas y está empezando a operar satisfactoriamente.

Las apuestas, con 211 millones de euros jugados y 304 locales abiertos, suponen el 6,6 por ciento del total. El juego *online*, con 42 millones de euros, es el 1,3 por ciento del total. Son los últimos juegos incorporados a la oferta en Madrid y están en fase de implantación.

Para concluir hay que señalar que el sector del juego en Madrid ha tenido que afrontar, además de la crisis económica, los efectos de la ley antibacaco con incidencia especial en bares, bingos y casinos. Para ello ha realizado una importante inversión en I+D utilizando tecnologías electrónicas e informáticas, que conectan mejor con las nuevas generaciones.

El sector ha realizado una importante inversión en I+D

PEDRO MELENDO - Director general de Recreativos Franco



Con las máquinas recreativas ganamos todos

La industria del juego tiene un marcado vínculo histórico con la región de Madrid, con su desarrollo económico y con la situación estratégica clave para el establecimiento de un sector de tradición tan arraigada en toda España. Y ahora, como director general de unas de las multinacionales de más renombre de la industria, como es el Grupo Recreativos Franco, agradezco la oportunidad de dar a conocer la importancia de una actividad económica aún muy desconocida para nuestros ciudadanos.

Los hechos son inapelables. Veinte influyentes empresas del sector del juego tienen su sede comercial en Madrid. Nuestra industria factura más de 4.000 millones de euros anuales, de los cuales, un 55 por ciento llega a la sociedad en forma de impuestos o aportaciones directas al Estado. En el caso de la Comunidad de Madrid, en el año 2013, la recaudación fiscal de las 23.489 máquinas instaladas en bingos, salones, bares y casinos ascendió a 64.710.216 euros. En 2012, a 72.523.850 euros, un 10,8 por ciento más, según los datos de la Consejería de Hacienda. Son cifras que reflejan los efectos coyunturales de la crisis pero que también están poniendo de manifiesto la dimensión de nuestro sector.

Y pese al descenso medio, de un 27 por ciento acumulado, registrado desde 2009, la importancia y el peso de nuestra industria la demuestran los más de dos mil millones de euros a los que asciende la cantidad jugada en máquinas recreativas.

A todas estas cifras, por supuesto relevantes, se suman las inversiones en I+D+i imprescindibles para continuar desarrollando los juegos y los productos más competitivos. Disponemos de un departamento de tecnología que integrado por matemáticos, físicos, ingenieros, creativos y grafistas, entre otros, diseña, desarrolla e implementa nuestros juegos incorporando de modo permanente, incluso creando los sistemas y aplicaciones que nos permiten disponer de un largo número de patentes a nivel mundial.

Esta capacidad tecnológica puntera y la generación constante de puestos de trabajo, directos e indirectos, son dos áreas tan básicas y determinantes para nuestra industria como desconocidas sobre nuestra actividad. Todo ello en un marco normativo muy regulado a nivel estatal pero especialmente autonómico, por tratarse de una competencia cedida a las comunidades autónomas, y que se ha desarrollado de una manera diversa en cada una de ellas en lo referente a homologación de productos, características, especificaciones y un largo etcétera.

A lo largo de 49 años nuestro grupo, formado siempre por equipos de grandes profesionales, continúa contribuyendo a la creación de riqueza en nuestra región y se ha consolidado como un referente a nivel mundial, siendo en numerosas ocasiones pionero en la apertura de nuevos mercados.

Veinte influyentes empresas del sector del juego tienen su sede comercial en Madrid

MIGUEL CARBALLEDA - Presidente de la ONCE y de su fundación



Recupera la ilusión

La recuperación empieza por uno mismo y por la capacidad de arrastrar a quienes te rodean, y esta debe ser, a mi juicio, la clave del futuro. Un presidente de un gran país dijo y destacó ya hace mucho tiempo —con una situación de crisis como la que ahora atravesamos— que no nos preguntáramos lo que el Estado puede hacer por nosotros, lo que la Administración puede hacer por nosotros, sino que nos preguntemos rotundamente y sin tapujos qué podemos hacer nosotros para salir adelante. Y yo añado: para salir adelante por nosotros mismos y con el apoyo de nuestra gente.

En la ONCE y su fundación lo sabemos bien y llevamos ya más de 75 años aplicando esta práctica: el esfuerzo, el trabajo diario y en equipo y, sobre todo, en nuestro caso, la ilusión como motor de las personas, que luego se traduce en motor de las organizaciones, de las empresas y, por tanto, de la sociedad en general.

El sector del juego está en un momento complejo, como el resto de áreas económicas, aunque ahora parece ser, o algunos consideran, que este sector va a ser capaz de sustituir al del ladrillo, que recuerden cómo ha acabado. No consideramos que esto sea posible: que la mitad de los ciudadanos de este país vendan juego a la otra mitad no parece la solución y, por eso, lo que hacemos nosotros y seguiremos haciendo es trabajar en el

juego responsable, el que está al lado de la sociedad y el que incorpora una labor social que todos conocen. Nuestra gestión del juego responsable es un medio y un fin en sí misma, puesto que conduce a una mejora en la calidad de vida de las personas ciegas y con otra discapacidad, que es nuestro objetivo.

Llevamos mucho tiempo confiando en la sociedad española, que hace posible la ONCE y su fundación con su solidaridad diaria, y estamos seguros de que esta confianza la tienen también en nosotros. Esa es nuestra mejor noticia y nuestra perspectiva, conocedores de que ese valor debemos renovarlo día a día, siempre al lado de todos y cada uno de los ciudadanos.

Sumamos 75 años al lado de la ciudadanía, compartiendo situaciones buenas, malas y regulares y así pensamos continuar. La recuperación parece estar dando sus primeros pasos a nivel macroeconómico, pero no llega todavía a la calle, que es lo que todos queremos. Y nosotros, con nuestro equipo de 20.000 vendedores —todos con discapacidad— a pie de calle, a quienes se suman los puntos de venta autorizados, lo sabemos bien.

Pero mantenemos siempre la confianza y la ilusión para que la recuperación de la que empieza a hablarse sea un hecho. Y ponemos nuestro granito de arena, por ejemplo, con el impulso de más de 8.000 nuevos empleos para personas con discapacidad en 2013.

Nuestra gestión del juego responsable es un medio y un fin, ya que mejora la vida de las personas con discapacidad

JAVIER GARCÍA - Director general del Grupo Comar



Casino Gran Vía, una apuesta ganadora

En 1924, al tiempo que se inauguraba en el número 24 de la Gran Vía de Madrid el Círculo Mercantil e Industrial, desaparecían por ley las ruletas de juego del centro de la ciudad.

El Casino Gran Vía potenciará los ingresos impositivos que reciben las arcas públicas de un sector que en 2012 aportó 1.145 millones de euros

Noventa años después el Grupo Comar, en el que se integran el Gran Casino de Aranjuez y otros 35 centros de juego, ha realizado una apuesta estratégica, sólida e innovadora con la inauguración del Casino Gran Vía. Con una inversión de 15 millones de euros y la creación de 270 nuevos empleos, el histórico edificio madrileño alberga desde el pasado mes de diciembre un exclusivo espacio de juego y ocio con vocación de convertirse en un referente en Europa.

Con esta apuesta empresarial Madrid gana una atractiva, innovadora y selecta oferta de servicios de ocio de calidad y una oportunidad de revitalización del turismo en la capital y en España. Además, el Casino Gran Vía potenciará los ingresos impositivos que reciben las arcas públicas de un sector que en 2012 aportó 1.145 millones de euros.

Al sector del juego en España, además de la crisis económica, le está influyendo negativamente la ley antitabaco, la alta fiscalidad y las limitaciones a la publicidad de juegos presenciales que impide competir en igualdad de condiciones con el juego *online*.

Es imprescindible que las administraciones locales, autonómicas y locales cuiden con políticas fiscales atractivas y establezcan un sector relevante para nuestro país en una coyuntura de tantas dificultades.

En el histórico edificio de Gran Vía 24, en el que escritores como Leopoldo Alas "Clarín" participaron en tertulias literarias, escribiremos entre todos un nuevo y apasionante capítulo del ocio de Madrid.

ÁNGEL MARÍA ESCOLANO - Presidente-director general de Casino Gran Madrid

Casino Gran Madrid-Colón, mágico y vanguardista



Desde el 16 de diciembre de 2013, fecha en la que se inauguró Casino Gran Madrid-Colón, en el número 37 del Paseo de Recoletos, la ciudad de Madrid ha vuelto a contar con mesas de ruleta, *black jack* y póquer, después de más de 90 años de ausencia de la capital.

Desde ese día, Madrid se equipara con el resto de las capitales europeas, que desde hace años disfrutan de espacios de entretenimiento dedicados a los juegos de azar: Londres, París, Lisboa, Amsterdam... Porque aunque Casino Gran Madrid desde hace 32 años estaba muy cerca, en Torreldones, ahora también lo está en el centro urbano.

Y para celebrar su llegada a la capital de España, lo ha hecho con un proyecto modélico, diseñado por Ignacio García de Vinuesa, uno de los interioristas más importantes de España, quien ha creado para Madrid un entorno cálido, avanzado y vanguardista. Un espacio con personalidad propia, que quiere contribuir a realzar los atractivos turísticos y de ocio de esta urbe, ahora que necesita más que nunca la colaboración de todos.

Casino Gran Madrid-Colón es un espacio pensado para ser descubierto, para sorprender con atmósferas diferenciadas y sitios exclusivos destinados a satisfacer la experiencia de juego y entretenimiento de nuestros clientes.

Para ello, sobre una superficie de más de 4.000 metros cuadrados, ha configurado una oferta de servicios muy variada, que junto a su catálogo de juegos de azar contiene una serie de propuestas gastronómicas únicas, donde sobresale Columbus, el restaurante insignia del nuevo casino al mando de los hermanos Sandoval, cuya cabeza visible es Mario, con una estrella Michelin.

También alberga un *afterwork*, que, además de cócteles de autor, cuenta con la carta de champanes más extensa de España, y dos cócteles-bar con guiños de fantasía, como son el Bond Bar y el Rhum&Rhum Bar, especializado en ron y cócteles de ron.

Porque Casino Gran Madrid tiene la voluntad de ser el complemento ideal del ocio de los madrileños. De los que viven en el foro, pero igualmente de los que están de paso, porque tiene el firme propósito de poner en valor a la ciudad y contribuir —aunque sea desde nuestra modesta aportación— a su proyección internacional.

Y nuestro reto, el reto de los cerca de 850 trabajadores de Casino Gran Madrid, es trabajar con denuedo para alcanzar esas metas que nos hemos propuesto, ya sea en el 37 del Paseo de Recoletos, junto a la Plaza de Colón, o en Torreldones, nuestra *casa* desde hace 32 años.

Casino Gran Madrid tiene
la voluntad de ser el
complemento ideal del
ocio de los madrileños



Entrada a la cámara del Banco de España.

La Comunidad de Madrid se sitúa como la cuarta plaza financiera internacional, a escasa distancia de París y Londres, y algo más alejada de Nueva York, ciudad que domina el 'ranking'. Además, el posicionamiento madrileño es elevado en cada uno de los indicadores financieros: capitalización, acciones, bonos o derivados, banca y seguros.

La plaza mayor de las finanzas

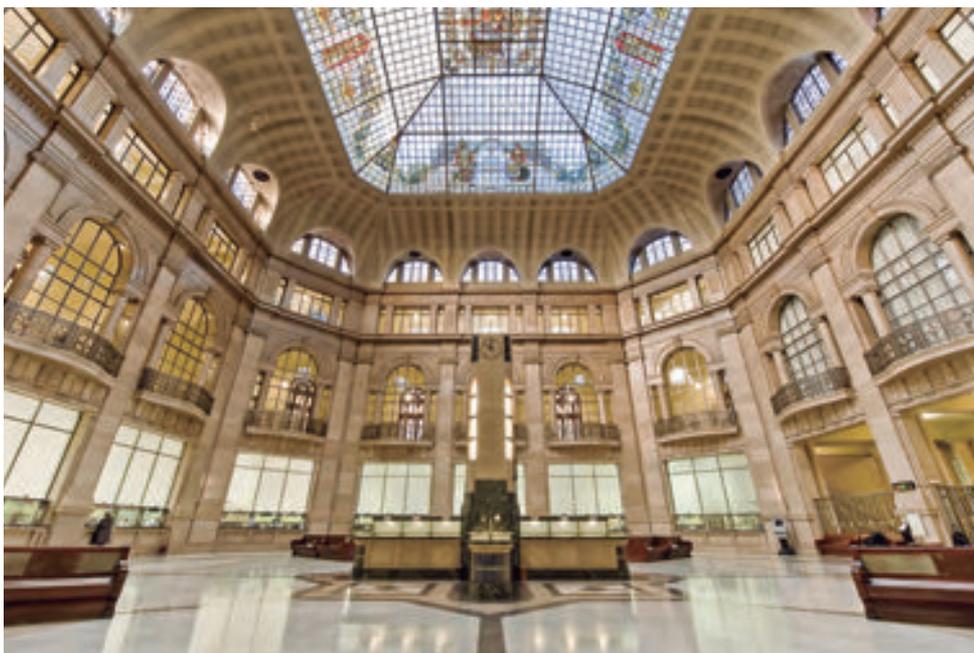
El sector financiero es una de las áreas de actividad económica más importantes. Englobado en el sector servicios, que representa más del 80 por ciento de la actividad madrileña, aún algo más del 33 por ciento de toda la economía de la ciudad, junto con las ramas inmobiliarias, de alquileres y de servicios empresariales. El sector genera un 8,64 por ciento del PIB (Producto Interior Bruto) de la Comunidad de Madrid, genera un 5,97 por ciento de la producción, concentra el 7 por ciento del volumen de salarios y supone un 3,8 por ciento del empleo.

Estos datos ponen de manifiesto que Madrid está a la altura del desarrollo estructural y organizativo de los sistemas financieros más avanzados y proporciona a los inversores un abanico de posibilidades, tanto en el mercado nacional como en el extranjero. De hecho, el 70 por ciento de la inversión que llega a España de

otros países decide instalarse en Madrid; y si a esto le unimos el liderazgo de las empresas madrileñas en la inversión española en el exterior, Madrid adquiere un alto nivel de internacionalización.

La ciudad es la sede del gestor del mercado bursátil español, Bolsas y Mercados Españoles (BME) —grupo del que forma parte la Bolsa de Madrid, junto a la de Bilbao, Barcelona y Valencia—, y de los organismos reguladores y supervisores del sector: el Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores, la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones y la Dirección General de Política Financiera y Tesoro.

La Bolsa de Madrid es a día de hoy el exponente más visible del gestor de los mercados de valores españoles. Domingo García Coto, director del Servicio de Estudios de BME, lo tiene claro: “Su impacto en la actividad financiera-económica española y



El valor de las empresas cotizadas en Bolsa supera el billón de euros.

madrileña es muy elevado, ya que canaliza recursos desde ahorradores a inversores de muy diversa manera”. El valor de las empresas cotizadas en la Bolsa española está ligeramente por encima del billón de euros, y en 2013 la institución ha sido la tercera del mundo por volumen de flujos nuevos de inversión canalizados a empresas cotizadas (32.000 millones de euros). Por tanto, la relevancia de la Bolsa de Madrid como parte de BME es histórica —180 años— e “inegable”. “Aquí se concentra una parte muy importante de la actividad de la empresa en el ámbito de la supervisión de los mercados y la liquidación de operaciones realizadas”, asegura Domingo García. La institución demuestra ser uno de los tesoros financieros en cuanto a volumen de negocio. “Si le sumamos los volúmenes intercambiados en sus plataformas correspondientes a otros productos de renta fija se alcanzaría la cifra de 2 billones de euros en ese mismo año”, añade este experto.

En esta posición dominante en el sector financiero, Madrid es también la sede bancaria del país, ya que aglutina los principales organismos de tesorería y mercados de capitales de las entidades de crédito españolas, entre ellos las siete entidades financieras españolas con más peso en Madrid: BBVA, Banco Santander, Banco Popular, Banco Sabadell, Bankia, CaixaBank y Bankinter.

Según datos del Banco de España, en Madrid hay 4.507 oficinas bancarias. Los grupos bancarios españoles obtuvieron “un beneficio atribuido de 6.702 millones de euros en los nueve primeros meses de 2013”, según datos de la Asociación

La bolsa de Madrid es a día de hoy el exponente más visible del gestor de los mercados de valores españoles

Española de Banca (AEB). Este beneficio se obtuvo pese al adverso contexto económico y financiero que “sigue provocando aumentos importantes de la morosidad, por tanto, se mantiene la necesidad de dotar de un importante volumen de provisiones y dotaciones”. Además, los bancos españoles “han ayudado en los últimos años”, como explica la asociación bancaria, “a soportar una parte importante de las pérdidas producidas por la crisis de algunas cajas de ahorros a través del fondo de garantía de depósitos”. En este contexto, AEB augura que los bancos españoles van “a afrontar con confianza el ejercicio 2014”.

El valor de la auditoría

El sector de la auditoría es imprescindible en el mundo financiero. Tener unas cuentas auditadas y saneadas dando imagen de transparencia al exterior es algo que buscan todas las empresas. En los últimos años, y a pesar de la crisis, las empresas españolas, agentes económicos y la sociedad en general han reconocido el valor que una auditoría de cuentas aporta al sector empresarial. Una evidencia de ello “son los informes de

auditoría voluntarios, no obligatorios por ley, que han ido ganando peso dentro del volumen total de informes emitidos, llegando a los 18.000”, apunta Antonio Formieles, presidente de la agrupación territorial 1ª del Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE), corporación con más de 71 años de vida, que lidera la profesión de la auditoría en España.

Sin embargo, según los últimos datos disponibles proporcionados por este organismo, el número de informes emitidos por ley se ha reducido en un 8,4 por ciento, pasando de 68.123 en 2011 a 62.399 en 2012. “Esta disminución se debe a que muchas empresas han dejado de estar sujetas por ley a auditar sus cuentas, por la reducción del volumen de negocio y la desaparición de muchas compañías”, apunta Formieles. A pesar de esta caída, la facturación de las sociedades creció un 4 por ciento, hasta los 728 millones de euros, debido a la complejidad de los trabajos desarrollados en este contexto económico.

En España hay un total de 20.240 auditores de cuentas, cifra que se ha incrementado en el último año en un 1,32 por ciento. De hecho, es una de las actividades que crean empleo año tras año, con más de 3.000 contrataciones en 2013. De este número, 4.396 —un 22 por ciento— son los denominados ejercientes, que cumplen los requisitos establecidos legalmente para poder firmar informes de auditoría. En Madrid, desarrollan la profesión casi un 15 por ciento de los auditores ejercientes (643 auditores) a lo que se unen las 1.396 sociedades de auditoría registradas en el Registro Oficial de Auditores de Cuentas que existen en España.

El mercado de la auditoría está controlado por las denominadas *big four* (Deloitte, EY, KPMG y PwC), que dominan el mercado de las empresas cotizadas. Unas empresas que están sorteando la crisis ante las dificultades de los mercados financieros que, evidentemente, afectan al volumen de negocio. La firma Deloitte, que lleva prestando servicios en España desde comienzos de los años 60 y donde trabajan 3.000 profesionales en diferentes edificios del paseo de la Castellana, indica que “el sector”, como todo el entorno económico, “ha sufrido las consecuencias de una de las crisis financieras internacionales más duras que se recuerdan”. “La compañía ha tenido que desarrollar ajustes de costes en línea con la situación vivida por los clientes”, explican desde la auditoría. Deloitte asesora a un importante número de empresas, medianas y grandes, que en su mayoría cuentan con



Sede de Deloitte en Madrid.



Edificio que alberga las oficinas de PricewaterhouseCoopers.

En Madrid hay 76.555 letrados colegiados en 2013, 41.981 en activo y 34.574 que no ejercen

su sede social en Madrid y, al igual que otras grandes firmas de auditoría, forma parte de uno de los sectores que más impulsan la creación de empleo, contratando alrededor de 20.000 profesionales.

Otra de las auditorías punteras en la Comunidad de Madrid, EY (antes Ernst

& Young), presente en el mercado español desde 1970, reconoce que la crisis ha afectado a todos los sectores. “Esto nos ha permitido apostar por el desarrollo de otros servicios ajustados a la situación económica presente, como el asesoramiento en concursos de acreedores o la reestructuración del sector financiero”, apuntan fuentes de la compañía. Líder en auditorías a empresas de referencia, como Telefónica, Iberdrola, Bankia y Mapfre, entre otras, cuenta con más de 1.400 personas trabajando en su sede central en la capital.

El actual contexto económico de crisis no solo concierne a las auditorías. El sector de la abogacía también está afectado por la situación financiera. El Barómetro Interno de Opinión de la Abogacía Española de 2013 concluye que uno de cada tres abogados (35 por ciento) reconoce que está teniendo dificultades para salir adelante en el ejercicio de su profesión. No solo por una disminución de la demanda de los servicios legales, sino también por el alto porcentaje de morosidad entre los clientes. A pesar de ello, según el libro *Impacto de la Abogacía en la Economía*, encargado por el Consejo General de la Abogacía al Instituto de Estudios Económicos, la facturación del sector se sitúa en unos 9.000 millones de euros en 2012.

No obstante, la crisis ha afectado en menor medida a la abogacía que a otros sectores. Según datos del Consejo General de la Abogacía Española, hay cerca de 132.000 letrados colegiados ejerciendo la profesión en España y algo más del 70 por ciento de ellos trabaja de manera independiente. En Madrid, los datos que maneja

el Colegio profesional hablan de 76.555 letrados colegiados —41.981 abogados en activo y 34.574 que no ejercen—, lo que supone 10.100 abogados más que en 2012. Los servicios prestados más demandados son los relacionados con la tutela de crédito o las situaciones de impago o insolvencia que se han disparado.

Según el *ranking* de The Lawyer European 100, que recoge los cien bufetes con más volumen de facturación, España coloca a tres de sus despachos —Garrigues, Cuatrecasas y Uría— en el *top ten* europeo; y es el tercer país con más negocio legal en el continente. Este informe demuestra que en el mercado legal español hay grandes despachos nacionales —con más de 250 empleados— con sede en Madrid, que producen una facturación muy elevada. La presencia de despachos medianos es más escasa, ya que no existe ninguna firma en el tramo de los 20 a los 45 millones de euros.

Expertos en derecho empresarial

La sede corporativa de Garrigues en Madrid cuenta con un equipo de 660 personas, mientras que el total de la red nacional e internacional asciende a casi 2.000 profesionales. En ella trabajan expertos en derecho empresarial en más de treinta áreas e industrias, desde las prácticas tradicionales, como mercantil, fusiones, fiscal, laboral y procesal, hasta las más innovadoras como el derecho farmacéutico y la biotecnología. En Garrigues han perseguido en el último año el objetivo de “ser más sólidos, sostenibles y competitivos”, asegura Fernando Vives, socio director de Garrigues. Una actitud que les ha permitido facturar 331,9 millones de euros, lo que ha supuesto mantener el “nivel de ingresos por servicios profesionales respecto al ejercicio anterior”.

No se queda atrás en facturación Cuatrecasas, otro de los despachos de abogados con más nombre en la región y con un buen volumen de facturación, 245,6 millones de euros en 2012. La oficina madrileña, junto con la de Barcelona, son las sedes corporativas principales del bufete. En la capital trabajan 420 personas, entre abogados y personal de la organización. “Representamos a la mayoría de las principales empresas cotizadas, tanto de España como de Portugal, en asesoramiento a clientes en operaciones estratégicas y necesidades legales”, explica Pilar Caverro, socia senior y miembro del equipo de dirección del bufete. Refiriéndose al sector de la abogacía, está convencida de que “la actividad jurídica en España es imparable y altamente especializada y competitiva”.

CARLOS LLAMERA - Director de Banco de Empresas de Banco Popular



Un apoyo para los emprendedores

Los datos más recientes del Directorio Central de Empresas demuestran que Madrid es la comunidad autónoma con mayor porcentaje de empresas sin asalariados. Es decir, autónomos. O, como más se les conoce hoy, emprendedores.

El concepto de emprendimiento existe desde hace muchos años. Antes incluso de la existencia de la propia palabra “emprendimiento”... Porque emprendimiento es, al fin y al cabo, el impulso que ha hecho a la humanidad evolucionar desde sus inicios. La inquietud por encontrar las soluciones más innovadoras y los nichos existentes ante las demandas y necesidades de los demás.

Pero ese impulso, esa inquietud, no es suficiente. A esas cualidades, necesarias, desde luego, hay que sumar el esfuerzo, el trabajo, el tesón, la constancia... y, para qué vamos a obviarlo, el capital y la financiación para poder establecer y ampliar los proyectos. Por tanto, tan necesario es que se estimulen la creatividad y el atrevimiento de las nuevas ideas innovadoras que están por venir como que se incentiven las apuestas materiales y tangibles por esas ideas, es decir, quienes las apoyan. Quienes, como Banco Popular, las apoyamos.

El apoyo al emprendimiento no se puede limitar a favorecer la aparición de nuevos proyectos que relumbren. Es necesario continuar con ese apoyo, acompañando a los proyectos desde su creación, sus difíciles comienzos, su consolidación y su expansión a otros mercados, algo en lo que somos expertos en Banco Popular.

Los impulsos hacen evolucionar a la humanidad, pero han de tener un crecimiento sostenido y continuado en el tiempo. Si no, se convierten en esfuerzos sin fruto.

En Madrid hay casi medio millón de empresas. Casi todas ellas, el 99,74 por ciento, son pymes. Pero todas, absolutamente todas, han sido en algún momento, o siguen siendo, proyectos de emprendimiento. Los emprendedores son, por tanto, el auténtico tejido productivo de esta comunidad autónoma.

España, y Madrid con ella, está ya comenzando a dejar atrás una situación económica compleja. Muchas son las voces que aseguran que debe empezar a abrirse el grifo de crédito. Sin embargo, el enfoque deber ser diferente: en primer lugar, algunos bancos no hemos dejado de dar crédito y hemos aumentado la concesión de préstamos. Además, ha de consolidarse la recuperación y, a raíz de ello, vendrá un aumento considerable del volumen de financiación. Nuevos proyectos e ideas, planes de expansión... darán lugar a una mayor demanda solvente del crédito e impulsarán con ello el crecimiento económico.

Por tanto, esta economía necesita a los emprendedores, y a todas las pymes, para afianzar su recuperación. Porque para conseguir crecimiento son necesarios los empresarios. No existe ni competitividad, ni economía de mercado, ni empleo sin empresarios. Por eso, Banco Popular siempre ha estado al lado de las empresas, los empresarios, los autónomos y los emprendedores.

En Madrid hay casi medio millón de empresas. El 99,74% son pymes

FERNANDO VIVES - Socio director de Garrigues



Retos individuales y desafíos colectivos de los despachos de abogados

Los despachos de abogados debemos tomar conciencia de nuestro papel de creadores de seguridad jurídica

Es un hecho indiscutible que la crisis económica generalizada que hemos vivido desde el año 2008 ha cambiado, tal vez para siempre, el marco en el que se desarrolla la actividad económica y las relaciones comerciales. Esto afecta, en mayor o menor medida, a todos los agentes económicos que, a partir de ahora, deben adaptarse a los nuevos tiempos, de forma permanente y no meramente coyuntural, si pretenden sobrevivir y desarrollar una actividad económica rentable.

La abogacía no es una excepción. Sin embargo, sería erróneo y simplista, amén de peligroso, considerar que la crisis es la causa cuando, en realidad, es un mero factor acelerador de una situación de cambio que ya se estaba produciendo por diversos factores. La globalización y el incremento de la competencia nacional e internacional, principalmente, junto con una redefinición del mercado de la demanda, han convertido la mejora de la competitividad en un asunto urgente.

Desde el punto de vista individual, en efecto, toda nuestra actividad como abogados se basa en prestar servicios a nuestros clientes. En este sentido, es esencial hacer hincapié en la calidad del servicio y en reforzar o destacar aquellos puntos diferenciales que permiten a un despacho distinguirse de la competencia cada vez más feroz. Adelantarse a las necesidades

del cliente, entender su negocio y poder prestar un asesoramiento que vaya más allá del mero tecnicismo legal, son retos cada día más acuciantes a los que hay que hacer frente para poder retener y fidelizar a los clientes.

Sospecho que este no es un fenómeno exclusivo de los despachos de abogados. La mejora de la competitividad a todos los niveles debe ser, a todas luces, una prioridad en la estrategia económica de las comunidades en las que desarrollamos nuestra actividad.

Lograr llevar a cabo una reestructuración societaria en treinta días cuando a primera vista parecerían ser necesarios sesenta, o configurar un esquema de garantías jurídicamente sólido con el menor coste financiero posible, no son solamente parte de las necesidades de nuestros clientes, a los que hay que ofrecer una solución como parte de nuestro cometido como abogados, sino también nuestra pequeña contribución al complejo engranaje macroeconómico que hace posible la creación de riqueza.

En este sentido, desde el punto de vista colectivo, los despachos, como operadores jurídicos, debemos tomar conciencia de nuestro papel en el sistema económico que nos rodea y de nuestro papel —afortunadamente compartido con otros operadores— de creadores de seguridad jurídica.

PILAR CAVERO - Socia sénior y miembro de la dirección en Madrid de Cuatrecasas, Gonçalves Pereira



Madrid, ciudad que capta negocio y talento

Madrid y su comunidad son más que una capital o una metrópoli de referencia en el sur de Europa. Madrid es, ante todo, una realidad viva que ha sabido reinventarse y convertirse, a lo largo de estas dos últimas décadas, en centro de negocios y referente de la actividad financiera, económica, empresarial, jurídica e institucional.

La estrategia *pro business* que, con gran acierto, han desarrollado las diferentes administraciones madrileñas ha dado sus frutos y, a día de hoy, comprobamos que la capital concentra centros de decisión de empresas nacionales y multinacionales, operaciones corporativas y una intensa actividad institucional que complementa las anteriores.

No en vano, la capital recibe la mayor parte de las inversiones extranjeras que se realizan en España (más del 60 por ciento) y, además de receptora de inversiones, concentra la gran mayoría de las sedes corporativas de las empresas que componen el Ibex-35. Un panorama que se complementa con el potente desarrollo de la industria financiera, componente imprescindible para el desarrollo de las operaciones que convierten Madrid en capital de los negocios.

Esta actividad corporativa requiere, asimismo, de una *industria* jurídica de primer nivel, sofisticada y capaz de responder a las expectativas más exigentes de sus clientes. España cuenta con tres firmas jurídicas, entre ellas Cuatrecasas,

Gonçalves Pereira que, por tamaño, calidad de sus abogados y nivel técnico del servicio que ofrecen, se sitúan en plano de igualdad con los principales despachos anglosajones, los cuales se han establecido, asimismo, en Madrid, contribuyendo a mejorar la oferta y la competencia dentro del sector jurídico.

A la vista de todos estos factores, podemos concluir que Madrid es una ciudad que atrae talento y genera una intensa actividad universitaria e investigadora. Su carácter abierto, la tolerancia de su gente y su capacidad de combinar la actividad empresarial con una diversificada oferta de ocio hacen de Madrid una ciudad abierta y un destino que compite con las grandes capitales europeas.

El reto de Madrid, de cara al siglo XXI, es doble: por una parte, ha de posicionarse como puente hacia las principales capitales de Latinoamérica con economías emergentes y, por otra, ha de ser capaz de atraer turismo de calidad basado en su excelente oferta cultural y su atractiva red de alta velocidad que permite desplazamientos a las principales capitales españolas en tiempo récord. Asimismo, Madrid debe continuar potenciando su atractivo fiscal, tanto en el plano personal como empresarial.

Esta combinación de ocio y negocio permitirá a la capital de España seguir atrayendo inversiones y talento al tiempo que mejora su posicionamiento e impulsa la creación de riqueza y empleo en nuestro país.

Madrid es una realidad viva que ha sabido reinventarse y convertirse en centro de negocios

SONIA GUMPERT - Decana del Ilustre Colegio de Abogados de Madrid



Madrid, ciudad de oportunidades profesionales

Madrid es una ciudad abierta y acogedora, pero también una anfitriona exigente y severa

En su autobiografía *El largo camino hacia la libertad*, el recientemente fallecido Nelson Mandela afirmaba: «La grandeza de la vida no consiste en no caer nunca, sino en levantarnos cada vez que caemos».

El mensaje de esta frase, aplicable, por cierto, a todos los aspectos de la vida, y que tiene además el atractivo de no contener la palabra “crisis”, debería ser, y es, el lema de todos los profesionales.

En mi doble condición de decana del Colegio de Abogados de Madrid y presidenta de la Unión Interprofesional de la Comunidad de Madrid, que agrupa a 36 colegios profesionales y a más de 300.000 miembros de todos los sectores —sanitarios, técnicos, sociales, jurídicos, entre otros—, creo poder afirmar que Madrid es una ciudad abierta, acogedora y plena de oportunidades para todos los que desarrollamos aquí nuestra actividad, pero también, y a la vez, una anfitriona exigente y severa.

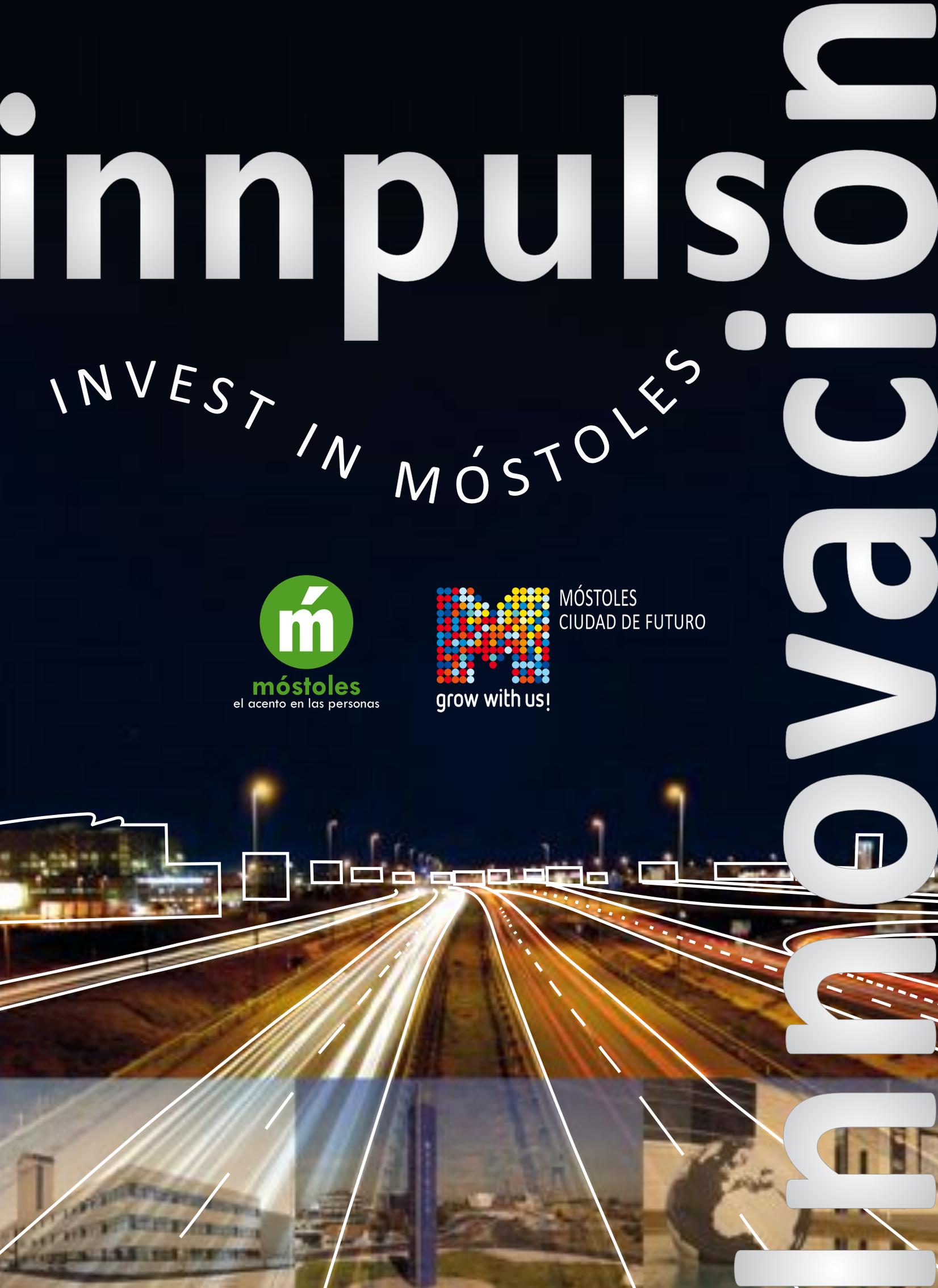
Sabido es que el sector de servicios representa un porcentaje elevadísimo, cercano al 85 por ciento, de la economía de nuestra ciudad, ya que en Madrid se concentran los mejores y más reputados abogados, arquitectos, ingenieros, médicos, sanitarios y de otros muchos ámbitos profesionales, lo que comporta un amplísimo abanico de oportunidades de acceso y de desarrollo, así como también de formación y especialización. Pero además y

en igual medida, impone un elevado nivel de competencia que nos exige a todos un notable grado de competitividad.

La dimensión de la ciudad de Madrid es, sin duda, tan atractiva como limitadora, al exigir a los profesionales una estricta gestión del tiempo, a la vez que un alto grado de flexibilidad. A todo ello se une que los cambios, ya sean legislativos, tecnológicos, sociales o económicos, nos obligan a vivir en permanente estado de adaptación para atender y satisfacer las continuas exigencias de servicios que demanda la sociedad. Y es que los profesionales estamos —tenemos que estar— en continuo estado de innovación y de renovación, tanto respecto a nuestros servicios como a nuestros conocimientos técnicos, lo que supone un constante esfuerzo de inversión en términos de tiempo y, cómo no, de dinero.

A cambio de todo ello, la ciudad de Madrid nos ofrece la posibilidad de hacer llegar nuestra actividad a un elevadísimo número de ciudadanos y ejercer nuestra *lex artis* con independencia y libertad, que son los valores sagrados de todo profesional. Además, nos ofrece, como ya he mencionado, infinitas posibilidades de formación inicial y continua en todos los sectores profesionales. ¿Quién da más que Madrid?

Por eso, los profesionales madrileños podemos decir que Madrid es una ciudad de oportunidades donde cabemos todos.



innpulsión

INVEST IN MÓSTOLES



móstoles
el acento en las personas



grow with us!

MÓSTOLES
CIUDAD DE FUTURO

avanzando



España es uno de los países que lideran el sector de la seguridad, que factura 3.200 millones de euros al año y emplea a 85.000 personas. También es uno de los estados miembros de la Unión Europea con más policías por habitante (516 agentes por cada 100.000 habitantes, frente a los 385 de media de la Unión Europea). Y respecto a las grandes capitales europeas, Madrid es una de las ciudades más seguras, según Eurostat.

Las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado son los encargados del mantenimiento de esa seguridad pública y ciudadana, así como de la prevención e investigación del delito. La Policía Nacional cuenta con 69.358 agentes en el territorio nacional y 13.644 en Madrid, y la Guardia Civil, por su parte, con 81.941 agentes en España y 6.880 en

Una Comunidad segura

la Comunidad. Son, por tanto, las cabezas visibles del sector. En Madrid, ambos Cuerpos tienen que hacer frente a una tasa de criminalidad que supera los 379.000 delitos y faltas, capítulo en el que no se incluyen los homicidios o el tráfico de drogas, seguidos de los hurtos —151.459—, los robos con fuerza —59.488 casos— y la delincuencia violenta —24.117 casos—, según datos del Ministerio de Interior correspondientes a 2013. Aun así, el Sindicato Unificado de la Policía asegura que las estadísticas demuestran que el nivel de eficacia policial y de seguridad en Madrid es de los mayores de Europa.

En la capital hay 19 comisarías de distrito, a las que hay que sumar la del aeropuerto de Barajas y las 12 repartidas por otros tantos municipios de la región.

El trabajo policial en la Comunidad de Madrid tiene unas características especiales debido a que presenta una serie de condicionantes como las excesivas labores en materia de seguridad ciudadana, los altos niveles de peligrosidad y la inestabilidad de las plantillas policiales, debido a que los agentes buscan trabajar en otras provincias de España “con mejores condiciones laborales y calidad de vida”, afirman fuentes del sindicato policial. Una situación que comparten desde la Asociación Unificada de Guardias Civiles, convencidos de que “para un guardia civil desarrollar su profesión en la Comunidad de Madrid es muy diferente por el estrés y el volumen de trabajo”.

La Comunidad de Madrid, donde se ubican 61 acuartelamientos, “es un lugar

de paso”, afirma Francisco Cecilia, secretario general de la asociación. “Los agentes, cuando tienen la oportunidad, buscan un destino más próximo a su lugar de origen, donde con su salario puedan mejorar sus condiciones de vida”, añade. A esto se une el descenso que han sufrido las plantillas de ambas fuerzas de seguridad. “La Guardia Civil ha perdido a nivel nacional unos 12.000 agentes desde 2010, unos 3.000 por año”, indica Francisco Cecilia. Desde el sindicato de policía aseguran que en los próximos años también “se notará un descenso notable en el número de efectivos policiales debido a las jubilaciones y a que en los últimos tres años apenas se han ofertado plazas de nuevo ingreso”.

Entre las labores de la Guardia Civil también está la de controlar que se cumpla el código de la circulación. Si bien en este terreno, el protagonista es la Jefatura Provincial de Tráfico, dentro de la Dirección General de Tráfico (DGT), encargada de vigilar el tráfico de las principales vías garantizando la seguridad a través de cámaras y radares. Además de este tipo de controles, este organismo también analiza las condiciones de circulación, el estudio de puntos negros conflictivos y las obras de mejora de la seguridad vial. Por otra parte, la DGT y la Guardia Civil de Tráfico colaboran y participan en los planes de emergencia por circunstancias meteorológicas, medioambientales y planes de actuación en materia de protección civil y coordinación de emergencias. En este último punto, coordinan también las operaciones de auxilio en caso de accidente.

En este tipo de situaciones es básica también la intervención del Summa 112. El servicio de emergencias tiene todas las competencias sanitarias en la Comunidad de Madrid, tanto en urgencias como en emergencias y catástrofes. Sus competencias también se amplían al rescate acuático, como ocurre en el pantano de San Juan, así como en materia sanitaria en colaboración con el cuerpo de Bomberos a través del GERA, el Grupo Especial de Rescate en Altura. A estos dos cuerpos se suma la Policía Municipal, que actúa en 102 municipios, todos ellos con más de 5.000 habitantes. La plantilla más numerosa, con 7.000 agentes, es la del Ayuntamiento de Madrid, mientras que en la Comunidad trabajan otros 6.000 agentes, de los que 2.500 pertenecen a las Brigadas Especiales de Seguridad Ciudadana (Bescam). También el ayuntamiento de la capital cuenta con un Cuerpo de Bomberos con más de 1.500



Vigilante de seguridad en un andén de Cercanías.

integrantes a los que se suman otros 1.300 repartidos en el resto de los parques, estos dependientes de la Comunidad.

La otra cara de la seguridad

La seguridad en la Comunidad de Madrid no solo depende de los recursos públicos, pues también es precisa la participación de empresas privadas para garantizarla. En España, este sector ha experimentado un desarrollo extraordinario en los últimos años con 1.490 empresas, una plantilla de 85.000 personas y una facturación de 3.215 millones de euros, según los últimos datos disponibles correspondientes a 2012. El número de vigilantes privados, sin embargo, es menor, pues se sitúa en 195 por cada 100.000 habitantes, 76 menos que la media de la Unión Europea. Los datos madrileños hablan de 306 empresas, que emplean a 22.835 personas con una facturación cercana a los 885 millones de euros.

Según estas cifras, en la actualidad hay más agentes públicos que privados, por lo que queda abierto un espacio todavía por explorar. Por ello, el Ministerio del Interior, para consolidar este sector económico, ha aprobado el nuevo proyecto de Ley de Seguridad Privada, que pone al día la norma de 1992 para impulsar la coordinación y cooperación entre los sectores de seguridad pública y privada, combatiendo el intrusismo con sanciones como el cierre de aquellas empresas que infrinjan la nueva regulación. Además, ampliará las vías de acceso a la profesión y la protección jurídica de los vigilantes que actúen como agentes de la autoridad.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), solamente cuatro empresas de seguridad superan los 5.000 trabajadores. Estas empresas pertenecen a APROSER, la asociación profesional de las compañías privadas de servicios de seguridad. El resto son pymes, con algo más del 72 por ciento de compañías que tienen de 1 a 19 trabajadores asalariados. Las doce empresas asociadas a esta patronal representan cerca del 70 por ciento de la facturación global.

El grupo más numeroso de profesionales dentro del sector son los vigilantes, que representan el 75 por ciento del personal autorizado por el ministerio. En torno al 21 por ciento de estas empresas se dedica a la vigilancia, “el segmento más importante dentro del sector en términos de facturación, ya que aporta el 65 por ciento del total”, apunta Eduardo Cobas, secretario general de APROSER. Las otras dos áreas más importantes son sistemas y alarmas y transporte de fondos. Los escoltas, los vigilantes de explosivos y los directores de seguridad son otros agentes a tener en cuenta en este sector.

En 2012 la facturación descendió casi un 7 por ciento. Desde el inicio de la crisis, a mediados de 2008, el sector ha registrado caídas continuadas en los ingresos con una bajada acumulada superior al 20 por ciento. Cobas la explica por la reducción de los presupuestos de seguridad de los clientes, especialmente de los relacionados con la administración pública —un 78 por ciento del total— y por la caída de los contratos privados. “Se han abierto menos centros comerciales y no podemos olvidar



Vehículos de las Bescam.

el estancamiento del ladrillo”, apunta el secretario de la patronal.

A pesar del deterioro del sector, Cobas afirma con rotundidad que los vigilantes de España son los mejor preparados de Europa, siendo la vigilancia privada “de gran calidad”. De hecho, en Madrid tienen sede algunas de las empresas más punteras en vigilancia privada, como Prosegur, que factura 3.669 millones de euros. Con más de 35 años de historia, Prosegur es una multinacional reconocida a nivel mundial con 26.000 empleados.

Otro referente en vigilancia privada en la región es Securitas. Cuenta con una cuota de mercado que alcanza el 24 por ciento y 17.000 empleados que trabajan en las 50 delegaciones nacionales. En términos de facturación, Eulen es la tercera empresa a nivel nacional, lo que representa unas ventas en la Comunidad de Madrid cercanas a los 55 millones de euros. Su plantilla en la región está formada por 1.650 personas —un 30 por ciento mujeres— de las 6.900 que tiene en toda España. “Tiene presencia en todos los sectores de la actividad, desde la administración pública al sector energético, pasando por el aeroportuario, el financiero y los centros comerciales”, explica Luciano Valladares, director nacional de Eulen Seguridad. Como el resto de empresas, Eulen también ha tenido que hacer frente al descenso de la demanda. “Es una de las actividades en las que se suele reducir cuando hay que hacer un ajuste de costes”, reconoce Valladares.

El Grupo Secur también está entre los primeros en el mapa de la vigilancia privada con 30 años de trayectoria a sus espaldas.

En Madrid hay 306 empresas de seguridad privada

das. Unos 7.000 profesionales repartidos por 27 delegaciones forman la estructura de una empresa que desarrolla servicios de alta especialización como la vigilancia y protección de la flota atunera que faena en el Océano Índico.

El universo de los detectives

Los detectives completan el sector de la seguridad privada, aunque son los menos visibles. En España hay alrededor de 1.500 en activo, de los que en Madrid actúan unos 400. Aunque el desarrollo de esta profesión poco tiene que ver con los personajes de películas y de series de televisión, “embauca. Es preciso que guste y vivirla”, afirma Eva Grueso, presidenta de la Asociación Profesional de Detectives Privados de España (APDPE).

Como en el resto de profesiones, los detectives están atravesando la pesadilla del paro y del cierre de aquellas agencias que no consiguen ganar lo suficiente para sobrevivir. Empresas de renombre en Madrid, como Detectys, reconocen que han tenido que adaptarse a las nuevas condiciones. Óscar Rosa, socio director de esta empresa, la mayor de investigación privada en Europa y especializada en casos económicos e inteligencia empresarial, está convencido de que “el sector se ha trans-



Sanitarios del SUMMA trasladan a un herido.

formado y por ello hay que trabajar muy duro para captar y fidelizar a los clientes”.

Los trabajos que realizan actualmente los detectives van desde las infidelidades y los divorcios hasta las falsas bajas laborales. “Hubo un momento en el que se investigaban las infidelidades con asiduidad. Cuando se despenalizó el adulterio y dejó de ser causa de separación, estas investigaciones pasaron a realizarse menos porque, además, el uso de las mismas no es válido en un procedimiento judicial”, explica la presidenta de APDPE. Sin embargo, las investigaciones de carácter económico —solvencia y localización de deudores—, han aumentado un 63 por ciento, las relativas a pensiones alimenticias y compensatorias, un 15 por ciento, y los intentos de fraude al seguro un 12 por ciento. La competencia desleal, el espionaje industrial y la reconstrucción de accidentes para las aseguradoras son otras labores de investigación frecuentes. “Nuestras investigaciones van dirigidas a saber los datos de contacto fiables de un deudor, conocer su liquidez para que el cliente decida si inicia un procedimiento legal o determinar el grado de confianza en un nuevo cliente”, explica Óscar Rosa. José María Alonso, director de operaciones de Zenit Detectives, otra agencia puntera en la región, explica que ahora se realizan muchas investigaciones en el ámbito empresarial, de las que el 19 por ciento son informes de solvencia. “Las empresas pueden conocer así el estado real de la situación de la sociedad que se investiga. También ha aumentado el fraude en las empresas, sobre todo con el tema de las falsas bajas”, dice este experto.

ÁNGEL CÓRDOBA - Presidente de la Asociación Profesional de Compañías Privadas de Servicios de Seguridad (APROSER)

Pasado, presente y futuro de la seguridad privada



El sector de la seguridad privada en España siempre ha evolucionado paralelamente a la situación económica del país, al índice de demanda interna y poco influenciado por el nivel de delincuencia. Por ello, los años anteriores a 2008 supusieron una época de crecimiento para el sector.

Desde los inicios de esta actividad en España, que nació con la llegada de la democracia, el sector de la seguridad privada se ha consolidado e integrado totalmente en la sociedad.

En 2008 llegó la crisis económica. A las continuas caídas en facturación hay que añadir una importante rebaja en los márgenes comerciales motivada por una feroz competencia en precios —últimamente una competencia claramente desleal—, admitida y consentida por algunos grandes usuarios también con dificultades presupuestarias, especialmente por la administración.

A día de hoy la situación es, cuando menos, complicada. El último informe económico de APROSER apunta una nueva caída en la facturación, cercana al 7 por ciento y experimentada en los tres segmentos que componen el sector: vigilancia, sistemas y alarmas y transporte de fondos. Y las predicciones para el futuro inmediato señalan que la bajada se mantendrá.

La cara positiva de la moneda es que los informes sociológicos concluyen que

más del 70 por ciento de los españoles se sienten más protegidos cuando hay vigilantes de seguridad cerca, y más del 60 por ciento tiene una opinión positiva o muy positiva de las empresas de seguridad. Y que la tendencia es positiva.

Los efectos de la crisis empiezan a estancarse y con la colaboración de las grandes empresas del sector, trabajadores y sindicatos, en distintos ámbitos de actuación, confiamos en iniciar la recuperación a lo largo de 2015.

El papel de APROSER en este contexto se centra en generar y potenciar cualquier tipo de iniciativa que pueda favorecer los intereses de sus asociados y, por extensión, del sector, y especialmente: una mayor dignificación de la profesión y de sus profesionales, la adecuación de nuestra normativa legal, la lucha contra el intrusismo, el fraude y la competencia desleal, nuevos sistemas de contratación responsable y el mantenimiento del convenio colectivo sectorial, todo ello para posibilitar el incremento de la cantidad y calidad del empleo.

El sector de la seguridad privada ha demostrado su necesidad, su profesionalidad y sus grandes potencialidades, habiéndose convertido en un referente europeo y contando con empresas que hoy son líderes mundiales, siempre desde la perspectiva de la subordinación y complementariedad con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado.

Más del 70% de los españoles se sienten más protegidos cuando hay vigilantes de seguridad cerca

GONZALO QUIROGA - Director gerente del Servicio de Emergencias 112 de la Comunidad de Madrid



Emergencias 112 a la vanguardia

Hablar de los cambios que la Comunidad de Madrid ha experimentado en las últimas décadas, en lo que a tecnología se refiere, resulta apasionante. La región de ahora nada tiene que ver en este sentido con la que vivimos en aquellos años ochenta, incluso noventa. En lo que al mundo de las emergencias se refiere, lógicamente la primera revolución vino de la mano de la llegada de los móviles. ¿Quién no recuerda aquellos postes de SOS situados en nuestras carreteras como único punto de contacto con alguien que nos pudiera socorrer en caso de apuro? Con el móvil se nos solventaron muchos momentos de angustia, se introdujo una importante rapidez de respuesta a la hora de hacer frente, por ejemplo, a accidentes, y se comenzó a desarrollar una serie de elementos tecnológicos que se han ido perfeccionando con el tiempo hasta convertir la región en una referencia en lo que a servicios de emergencias se refiere.

La Comunidad de Madrid cuenta desde enero de 1998 con el Servicio de Emergencias 112, una plataforma única de atención de las emergencias en la región desde la que se atienden gratuitamente a todas las llamadas de emergencia recibidas de ciudadanos en el marco del territorio regional y desde donde se movilizan los recursos necesarios y adecuados al tipo de incidencia que haya que atender. Se trata de una plataforma totalmente tecnologizada que ha recibido diferentes premios, y que presta un servicio continuo las 24 horas del día, los 365 días del año, con sistemas que garantizan el suministro de energía y el mantenimiento de las comunicaciones.

A partir de ahí, desde el Gobierno regional se trabaja continuamente para introducir nuevos elementos que sigan haciendo de Emergencias 112 un modelo de referencia, también a nivel internacional. Entre las iniciativas más innovadoras que hemos implantado quiero destacar el sistema de georreferenciación de las carreteras, gracias al cual, si un conductor ha sufrido un percance y no sabe cómo indicar el punto en el que se encuentra, solo tiene que llamar al 112 e indicar al operador un dato sencillo, como a dónde se dirigía, por ejemplo, para que el técnico pueda comenzar el proceso de localización. Para ello, la plataforma tecnológica del 112 tiene cargados 41.150 puntos singulares de los 4.115 kilómetros de carreteras que tiene la región, de las que se han referenciado cada 100 metros gasolineras, pueblos y lugares singulares, por lo que se podría localizar a ese ciudadano en apuros casi con cualquier dato que pueda aportar.

También los montañeros pueden usar el WhatsApp en caso de precisar ayuda de rescate y contamos con un sistema de videovigilancia para la detección de incendios y con una herramienta de aviso masivo para prevenir e informar de incidencias a la población, logrando así la máxima rapidez en la respuesta y resolución de emergencias.

Y esto no acaba aquí. Desde la Comunidad de Madrid seguimos trabajando cada día para mejorar, para mantener a Emergencias 112 en la vanguardia y para adaptar nuestros sistemas a las nuevas necesidades que surgen; pero, sobre todo, para garantizar un servicio eficaz, rápido y de la máxima calidad para todos los madrileños y también para quienes visitan nuestra región.

El servicio de Emergencias 112 es una plataforma totalmente tecnologizada que ha recibido diferentes premios

ANTONIO CARRASCO - Jefe Provincial de Tráfico de Madrid



Velar por la seguridad vial

El organismo Dirección General de Tráfico tiene como misión velar por la seguridad vial en España. Por tanto, todo lo que se hace desde las oficinas de la DGT es seguridad vial. A veces es difícil entender que detrás de un trámite administrativo haya algo más que burocracia. Pero el control que se efectúa sobre la idoneidad de los conductores y vehículos, la gestión de los registros administrativos y la más impopular actividad sancionadora buscan, en definitiva, eliminar el riesgo y reducir en lo posible los accidentes. Sin esta misión no se entendería la existencia del organismo.

La Jefatura de Tráfico de Madrid, que tiene oficinas también en Móstoles y Alcorcón y está en proceso de abrir otra en Alcalá de Henares, es bien conocida por los conductores porque entre sus competencias está la de otorgar los permisos de conducir, previo examen. Esta actividad de comprobación de la aptitud de los aspirantes en las vías públicas es uno de los primeros elementos de control de la seguridad vial. Ofrece a los ciudadanos la tramitación de la renovación de los permisos, incluidos los internacionales, los canjes de permisos extranjeros y las modificaciones necesarias en los casos en que surjan circunstancias que lo requieran. Es el órgano competente para la matriculación, transferencia y baja administrativa de los vehículos y facilita

permisos temporales cuando es necesario matricularlos en otra provincia o exportarlos al extranjero.

Entre su actividad está la de velar por la seguridad vial que se ejerce en la carretera mediante los agentes de la Guardia Civil de Tráfico. Sin embargo, hay otros medios de vigilancia, como los radares fijos situados en puntos especialmente conflictivos de la red viaria, o los helicópteros, que contribuyen al conocimiento instantáneo de los problemas de circulación. La consecuencia negativa es la denuncia de las infracciones a las normas de tráfico y, en consecuencia, la tramitación de expedientes que pueden acabar en sanción. En este ámbito de seguridad incluimos la investigación de accidentes y el seguimiento de los puntos conflictivos de nuestras carreteras.

No se puede olvidar la atención dedicada a la educación vial que tratamos de concentrar en los colectivos más vulnerables, como las personas mayores, y en los que necesitan una mayor atención, como los escolares.

Por último, recordar que la Jefatura de Tráfico tiene una unidad dedicada a la atención de las víctimas de accidentes que procura la información necesaria para las personas que la requieran sobre derechos y cuidados que les corresponden, así como el seguimiento de estas personas.

La Jefatura Provincial de Tráfico busca eliminar el riesgo y reducir en lo posible los accidentes

EVA GRUESO - Presidenta de la Asociación Profesional de Detectives Privados de España



Investigación privada: prueba válida en procedimientos judiciales

Es sabido que en épocas de crisis los intentos de fraude se incrementan y nosotros, los detectives privados, lo vemos cada día. Contar con nuestros servicios hace no solo que se detecte esta práctica sino, incluso, que se pueda llegar a erradicarla. Por ello, los datos aportados por el estudio *Estructura económica de la ciudad de Madrid*, donde se muestra el crecimiento de la confianza de empresarios y consumidores, se valoran de forma muy positiva.

Contratar los servicios de investigación privada es realmente una inversión. Incluso un particular que acude a un detective, porque se halla inmerso en un procedimiento judicial para la determinación de pensiones, el impago o modificación de las mismas, requiere informes económicos o de solvencia, seguimientos y demás investigaciones, en las que, habitualmente, se demuestra que autónomos y empresarios suelen alegar escasez de ingresos, exparejas que gozan de un puesto de trabajo o cuya situación personal ha variado y conviven maritalmente, situaciones que de otra forma no se podrían probar, pues se trata de acreditar la existencia de ingresos, o la variación real de las condiciones personales y familiares.

A nivel empresarial, no solo la investigación privada puede aportar datos de carácter económico (solvencia y localización de deudores, información preventiva

sobre comportamiento de pago, etcétera) sino, por ejemplo, la investigación de candidatos a directivos y mandos intermedios previa a su contratación, realidad que se integra en el mismo proceso de selección, algo habitual en países de nuestro entorno. En España debería serlo, más aún desde 2010 en que se modificó el Código Penal, introduciendo la posible responsabilidad criminal de las sociedades y estableciendo que estas serán responsables penalmente de los actos de las personas sometidas a la autoridad del órgano de gobierno de las mismas.

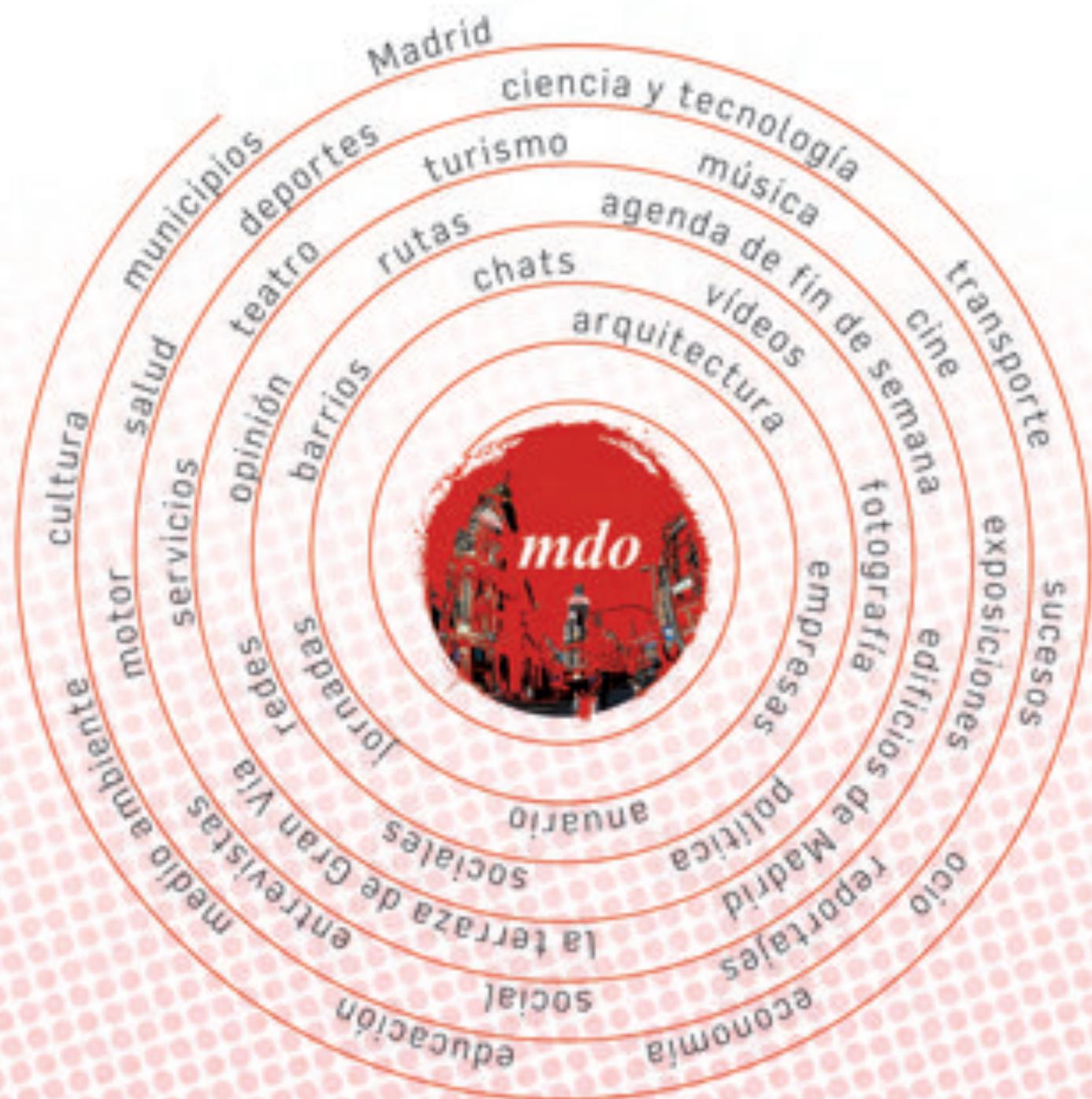
La introducción en la empresa del correo electrónico, y especialmente Internet, ha traído la figura del absentismo virtual. Trabajadores que, acudiendo a su puesto de trabajo, dedican parte de la jornada a tareas personales, valiéndose de los medios de la empresa y sin que, por su actitud, tal comportamiento sea detectado fácilmente. Desde hace años, la investigación privada viene brindando a las empresas una vía de lucha contra el fraude por absentismo virtual.

Los informes emitidos por detectives privados legamente habilitados constituyen prueba válida y suficiente para la acreditación de los hechos en juicio. Un detective privado conoce la tecnología necesaria y las condiciones para que una medida de investigación sea legal y, por ello, aceptable como prueba.

Contratar los servicios de investigación privada es realmente una inversión

mdo *madridiario.es*

en el centro de la información



¡¡DESPIERTOS LAS 24 HORAS!!

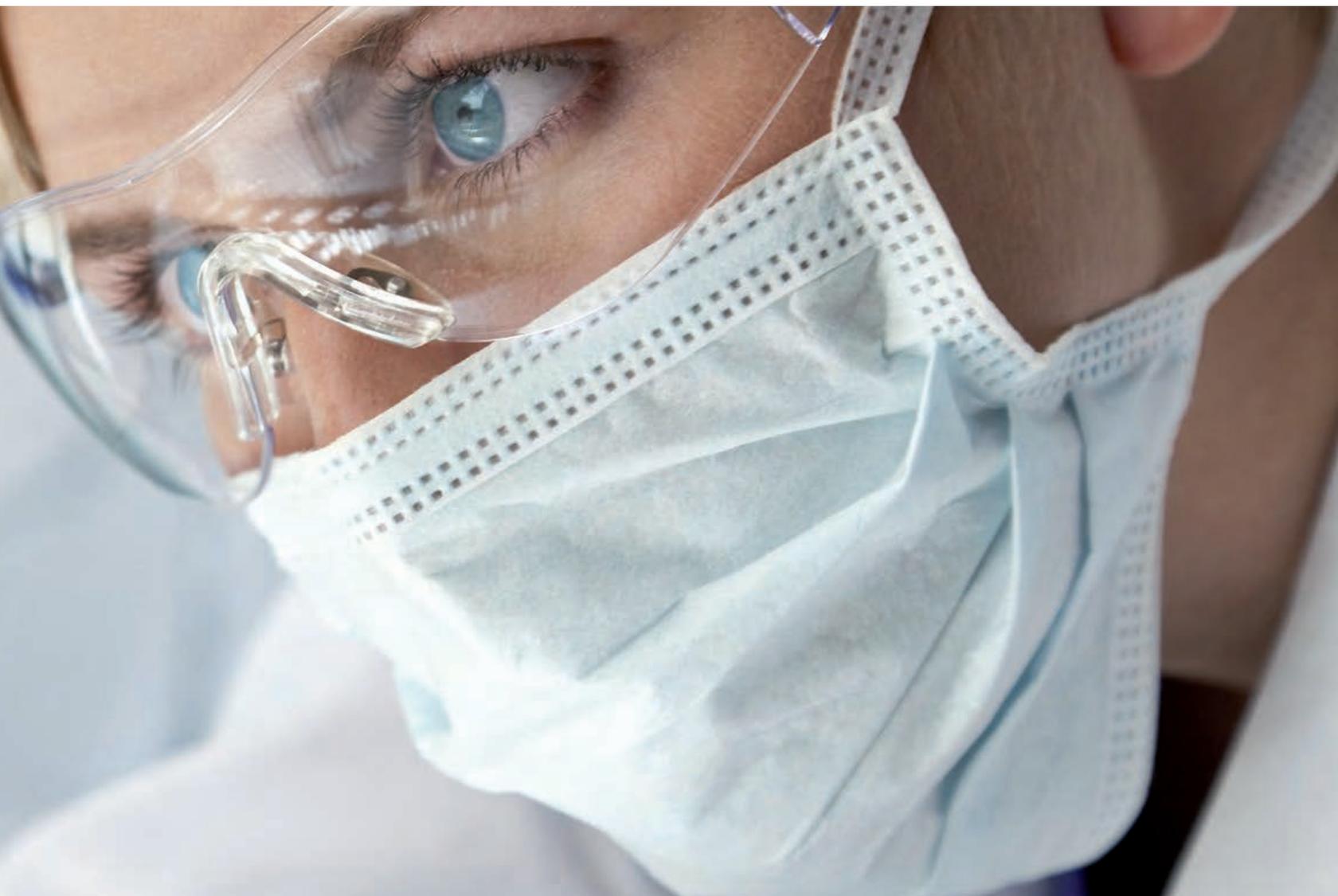
Porque queremos mantenerte informado,
y porque las noticias no tienen horario, ahora nuestra sede está
en la calle que nunca duerme: **Gran Vía**
Te contamos todo sobre Madrid.

Madrid está pasando en www.madridiario.es

innovación



aeropuerto de madrid
UAX avanza **alsa** iberdrola getafe
móstoles
el corte inglés BANCO POPULAR
casino gran madrid
valdebebas plus ultra majadahonda



Modelo de innovación permanente



El Corte Inglés, que basa su modelo de negocio en la innovación constante y la adaptación permanente a las nuevas necesidades de la sociedad, ha puesto en marcha en el último año conceptos comerciales y estrategias novedosas con las que consigue que el cliente viva experiencias de compra únicas en sus centros comerciales.

Con el fin de ofrecer al cliente un abanico de posibilidades cada vez mayor, El Corte Inglés mantiene engranada una potente maquinaria generadora de nuevos conceptos comerciales, y capaz de incorporar continuamente tanto productos de última generación como servicios novedosos. Así, por ejem-

plo, ha incorporado clínicas veterinarias, ha abierto centros de reconocimientos médicos para renovarse el permiso de conducir y ha inaugurado un centro de tratamientos capilares en su buque insignia, Castellana, que, junto con el Espacio de Salud y Belleza y el spa, complementa una oferta que incluye estética dental,

depilación láser o masaje antiestrés. Y es que estos Espacios de Salud y Belleza, que ya suman más de 30 desde que se abrió el primero hace casi cuatro años, constituyen un claro caso de éxito.

El objetivo es convertirse en un referente de cada sector, ya sea en el área de salud y belleza, en el de la restauración—donde ha dado muestras de genialidad con la creación de sus Gourmet Experience— o en el de la tecnología, como ya hizo el pasado otoño al inaugurar en pleno centro de Madrid el mayor espacio de tecnología y ocio en España. Se trata de unos 5.600 metros cuadrados en los que el centro comercial de Callao presenta de forma permanente las últimas novedades en electrónica, informática, comunicaciones y navegación, fotografía, telefonía, imagen y sonido, todo ello en unos *entornos experiencia* para que el usuario pueda interactuar con los diferentes dispositivos que se presentan. A ello hay que añadir una clínica informática y un lugar de formación y conocimiento en el propio establecimiento.

Dentro del área de ocio, El Corte Inglés también ha incorporado recientemente a su departamento de cine una tarjeta regalo que el cliente podrá adquirir



El Corte Inglés ofrece las últimas novedades en electrónica e informática.



El espacio Gourmet Experience.



El Corte Inglés cuenta con el mayor espacio de tecnología y ocio de España.

con ocho, doce o dieciséis entradas para disfrutarlas durante el año 2014 en más de 2.500 salas, apoyando así al cine y ofreciendo un nuevo servicio al cliente.

Esta es una de las claves del negocio: la satisfacción del cliente y la capacidad para ofrecerle constantemente nuevas experiencias con las que disfrutar en los centros comerciales. Se trata de proporcionar un entorno agradable en el que todo sean facilidades. Quizá por ello, El Corte Inglés también ha sido una de las empresas pioneras en conseguir la certificación de Visa Europe para implantar los pagos sin contacto en toda su red comercial. Con esta iniciativa, el titular de la tarjeta no necesita entregarla al dependiente, lo que reduce los tiempos de espera y agiliza las ventas. Para ello la compañía ha instalado más de 5.200 nuevos terminales para que el cliente pueda realizar sus compras con este nuevo sistema.

La tecnología ha sido siempre una de las grandes bazas de El Corte Inglés que se ha posicionado como una empresa pionera en este ámbito. Prueba de ello, y que a su vez enlaza con la preocupación de la compañía por el medio ambiente, es la inversión que ha realizado en una gran parte de sus centros comerciales para mejorar la eficiencia energética mediante sistemas de climatización. Esta medida, que ha contado con la incorporación de sistemas de última generación, va a permitir un ahorro energético del 30 por ciento.

Pero si hay algo en lo que el grupo de distribución ha destacado como ejemplo de innovación, eso es el comercio electrónico. No solo fue punta de lanza en su día y ha mantenido una posición de liderazgo, sino que también ha dado impor-

tantes pasos en el área internacional. De hecho, El Corte Inglés ha decidido expandir hacia Europa su servicio de venta por Internet. El proyecto está basado en un portal web donde los clientes de Reino Unido, Irlanda y Holanda podrán acceder a las más de 200 firmas, la mayoría de ellas españolas, que la compañía ofrece.

Al mismo tiempo, la tienda física y el mundo *online* van creando sinergias, como ocurre con el servicio Click and Car, a través del cual el cliente puede reservar su pedido de compra por Internet y después recogerlo en el centro más cercano. Una forma rápida y fácil que permite agilizar la tarea de compra.

Nuevo posicionamiento en precio

Pero la innovación abarca mucho más que la tecnología y los servicios, como demuestra el nuevo posicionamiento de precios que ha puesto en marcha la compañía. Después del “Hemos bajado los precios” que lanzó hace año y medio en el área de alimentación, llegó el “Acostúmbrate a nuestros nuevos precios”, y más recientemente la nueva estrategia de “Estrena lo nuevo” que abarca moda y complementos, hogar y perfumería. Se trata, sin duda, de una nueva política que llega para quedarse y que sitúa a El Corte Inglés en un nivel de precios muy competitivo en todas las áreas.

Es un gran escaparate en el que diariamente se exhiben cientos de miles de productos y marcas de alimentación, ocio, deportes, electrodomésticos, moda y complementos... Y es precisamente en el área de moda donde los diseñadores españoles han encontrado una buena plataforma desde la que mostrar sus modelos más innovadores. Más de 1.000

marcas de moda se dan cita en los grandes almacenes.

En este contexto, destaca la última novedad que ha puesto en marcha El Corte Inglés: encargar la uniformidad de sus profesionales femeninas al diseñador español Juanjo Oliva. Es la primera vez que los grandes almacenes encargan a un modisto de prestigio el diseño de sus uniformes.

Pendientes del turismo

El turismo se ha convertido en los últimos años en uno de los objetivos de la compañía y por ello ha intensificado los servicios que ofrece a los turistas en sus centros. Entre las últimas novedades figura una nueva aplicación para móviles en El Corte Inglés de Castellana orientada especialmente al turista extranjero. Con ella, el cliente puede localizar cualquier marca dentro del centro comercial, además de encontrar planos del establecimiento para moverse con más facilidad. Esta herramienta, que es gratuita, está disponible en seis idiomas: castellano, inglés, chino, ruso, portugués y japonés. Entre los numerosos servicios que la compañía ofrece al turista destacan la devolución del IVA, el envío de mercancía a sus hoteles o países de origen y la posibilidad de ser atendido en su lengua con personal experto que habla varios idiomas.

Además, el centro de Castellana obtuvo el año pasado el Certificado de Calidad Turística que otorga la Administración Nacional de Turismo de China.

Todo ello con la agilidad y la fortaleza de un modelo de negocio que innova cada día y se reinventa de manera constante poniendo de manifiesto su capacidad de reacción.

La segunda juventud de Plus Ultra Seguros

La empresa Plus Ultra Seguros está viviendo una segunda juventud. Con 127 años de vida, afronta el centenario de su histórica sede social en plena etapa de expansión de su modelo de negocio.



Sede de Plus Ultra, en la plaza de las Cortes..

Plus Ultra Seguros Generales S.A. echó a rodar en 1887, cuando se posicionó en el mercado español apostando no solo por el legítimo interés mercantil de los beneficios y la rentabilidad, sino también por la investigación e innovación en la técnica aseguradora. En 1924 se fusionó con Allianz & Munchener, en la primera de una extensa historia de uniones que han permitido a la marca mantenerse hasta la actualidad. En 1972, la aseguradora adquirió activos del Banco de Vizcaya; en 1990, absorbió Norwich Union; en el año 2000 se alió con la centenaria Commercial Union y, en 2002, la compañía fue adquirida por la multinacional francesa Groupama, que situó a la veterana empresa como la filial española del grupo, operando en el mercado español bajo la marca Groupama Seguros. Por último, en 2012, la compañía pasó a formar parte del Grupo Catalana Occidente, que puso en valor la marca Plus Ultra por el prestigio histórico de la compañía en la sociedad española.

Dentro del organigrama del Grupo Catalana Occidente, Plus Ultra tiene la filosofía de funcionar como una firma propia. Según datos de diciembre de 2013, la compañía cuenta con una cifra de negocio de 844 millones de euros, con un resultado positivo de 33 millones de euros y una aportación al Grupo Catalana Occidente de 13,8 millones de euros. Tiene 1,86 millones de clientes en cartera y da trabajo a 978 personas en sus 49 sucursales en toda la geografía nacional, divididas en cinco demarcaciones territoriales, además de contar con 6.000 mediadores. En los últimos doce años ha multiplicado por cinco su cifra de negocio y ha duplicado su número de empleados.

Pero más allá del aspecto económico, cabe destacar el plan humano de la compañía, que ha desarrollado un proyecto de conciliación de la vida laboral y familiar y es la primera empresa del sector asegurador español que ha suscrito un plan de igualdad. Asimismo financia proyectos sociales y colabora con ONG mediante una red de voluntarios.

Con estos valores, la empresa celebró en 2013 otro centenario: el de su sede principal, situada en la plaza de las Cortes número 8, frente al Congreso de los Diputados. El edificio fue construido en el año 1913 sobre 1.163 metros cuadrados del solar del antiguo palacio de los duques de Medinaceli. Encargó el

inmueble el marqués de Amboage para albergar un edificio dedicado al alquiler de viviendas. Su diseño corrió a cargo del arquitecto vallisoletano Joaquín Rojí López-Calvo, que ya había proyectado inmuebles singulares de la capital como la embajada de Italia, la iglesia de Santa Bárbara o el Tribunal Superior de Justicia de Madrid. En 1915, el edificio recibió el premio del Ayuntamiento de Madrid a la casa mejor construida.

No fue, sin embargo, hasta el 1 de agosto de 1931 cuando se instaló en su primera planta la empresa Plus Ultra Seguros Generales, que terminó comprando todo el edificio el 24 de marzo de 1942.

El inmueble tiene una fachada ornamentada con clara influencia clásica francesa, destacando sus balconadas de forja. Tiene seis plantas trapezoidales de mil

na del carillón de Plus Ultra Seguros. Es el primero y único en España con piezas móviles. Fue construido en los prestigiosos talleres de la empresa holandesa Royal Eijsbouts en 1992. Antonio Mingote fue el encargado del diseño de las cinco figuras que pueden vislumbrarse en la fachada: el rey Carlos III, el pintor Francisco de Goya, la duquesa de Alba, el diestro Pedro Romero y una manola madrileña. La esfera del reloj se construyó en cobre rojo plateado con un marco exterior de acero inoxidable. El espectáculo mecánico puede contemplarse tres veces al día (a las 12.00, a las 15.00 y a las 20.00 horas).

Cuando se produjo la adquisición de Plus Ultra por parte de Groupama, el edificio no contaba con las instalaciones necesarias para acoger las oficinas de una

jos también permitieron incorporar un completo plan de aislamiento acústico y térmico, cuya joya de la corona es un sistema de calefacción centralizada automática de doble circuito.

En la primera planta fue instalado un auditorio con capacidad para 73 espectadores y las últimas tecnologías para la celebración de congresos, incluidos sistemas de conexión a Internet, traducción simultánea y control automatizado de la sala mediante pantalla táctil inalámbrica. El ascensor original fue sustituido por uno nuevo panorámico y las vidrieras de las plantas superiores fueron restauradas.

Otro de los aspectos del edificio que más se cuidaron fue la seguridad. Los nuevos sistemas de protección de datos cumplen los certificados internacionales más exigentes, tanto a nivel informático



Plus Ultra, en los años setenta.



Carillón con personajes madrileños en la fachada del edificio de Plus Ultra.

metros cuadrados cada una, rematadas en esquina con un chaffán circular, y posee tres patios —uno interior y dos auxiliares—, además de varios sótanos. En el interior, el elemento más singular es su monumental escalera estilo imperio de mármol con barandillas decoradas y vidrieras emplomadas y policromadas obra de la casa francesa Maumejean, con motivos florales. También es destacable el recibidor, decorado con estucos y mosaicos. Como curiosidad, la compañía conserva un directorio en bronce de la estructura departamental de Plus Ultra.

El 20 de diciembre de 1993, Plus Ultra Seguros inauguró el que, sin duda, es el elemento más popular del edificio. La infanta Pilar de Borbón fue la madri-

moderna sede social. Los arquitectos que acometieron la rehabilitación detectaron multitud de despachos y espacios desaprovechados, así como maquinaria fija que dificultaba la movilidad por las salas de trabajo. Hubo que cambiar los sistemas de aire acondicionado y calefacción e instalar cableado de información de voz y datos.

Las obras comenzaron en octubre de 2003 sobre 6.300 metros cuadrados de superficie útil. Se recuperaron 150 metros para usos comunes y se aumentó el espacio habitable en un 30 por ciento. El proyecto potenció la entrada de luz natural, propició la implantación de una red de datos sectorizada por plantas y dotó al inmueble de nuevas salas técnicas de telecomunicaciones. Los traba-

como de documentación física. En concreto, el acceso a las salas que albergan material de especial importancia está limitado por controles biométricos de huella dactilar.

Por último, la cubierta fue remozada íntegramente. Se instaló una sala de reuniones de 40 metros cuadrados y se acondicionó el espacio al aire libre con un entarimado de madera tropical y plantas ornamentales. Asimismo, se instaló una nueva cúpula de metal y vidrio para mejorar la iluminación natural del patio. De esta manera, al igual que ha hecho la compañía a nivel empresarial, la rehabilitación conjugó la tradición de principios del siglo XX con las tecnologías y estrategias más punteras del siglo XXI.



Sede del Banco Popular en Madrid.

Banco Popular: el banco de las pymes

Con casi 90 años de historia, el Banco Popular no es solo el sexto grupo bancario más grande de España, con 160.000 millones de euros en activos, sino que además se ha convertido en el banco referente de las pequeñas y medianas empresas españolas, así como de los autónomos y los emprendedores, al haber captado 91.770 nuevos clientes en un año. Por ello la entidad, que forma parte del Ibx 35, plantea potenciar esta línea de trabajo: "Popular ha tomado medidas para hacer de 2014 un año mejor y se centrará en potenciar el crédito comercial a pymes, profesionales y autónomos y en reforzar su rentabilidad", declaró el presidente de la entidad, Ángel Ron, en la presentación de los resultados anuales de 2013.

Durante el año pasado el banco aumentó un 9,7 por ciento sus préstamos a pymes por un total de 6.900 millones de euros, lo que supuso el 42 por ciento del total de sus créditos, el porcentaje más alto de todas las entidades financieras españolas. En total, el Banco Popular cuenta con más de 1.100.000 empresas y autónomos como clientes, lo que implica, según la entidad, que "una de cada cuatro empresas españolas es cliente" de este banco.

Pero donde más destaca el Popular es en la concesión de préstamos ICO, como se conoce a las líneas de financiación del Instituto de Crédito Oficial, entidad pública adscrita a la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa del Ministerio de Economía y Competitividad, que se sirve de entidades bancarias para financiar operaciones de inversión y liquidez de las empresas. En este campo el Popular es líder absoluto en España por segundo año consecutivo. El pasado ejercicio, firmó operaciones ligadas a las distintas líneas ICO por valor de 3.085 millones de euros, de manera que alcanzó una cuota en este tipo de préstamos del 22,2 por ciento, un 2,3 por ciento más que en 2012.

En la Comunidad de Madrid, el Banco Popular tiene su sede principal en la calle de Velázquez, en el distrito de Salamanca. Un total de 254 sucursales (2.700 en todo el territorio nacional), 3.536 empleados (16.000 en toda España) y una cuota de mercado que alcanza el 7,42 por ciento. Solo en la región madrileña, el banco firmó a lo largo de 2013 préstamos ICO por valor de 534 millones de euros, con lo que alcanzó una cuota en préstamos del 22,9 por ciento.

El director comercial de esta entidad bancaria, José Ángel Amor, considera que el éxito se debe a la variada oferta comercial, "no solo por el precio, sino también por el tipo de producto", además de a la eficacia en la resolución de conflictos. En este sentido, Amor recuerda que "en 2013 duplicamos el número de gestores especializados en empresas, hasta alcanzar los 900 actuales. También se nombró a 46 directores de empresas, uno para cada dirección regional". Y es que, según Amor, "la tendencia del cliente es pedir más asesoramiento; estamos viendo que cada vez hay una mayor demanda de ese servicio".

Objetivo: crecer

De cara al futuro, el Banco Popular se ha marcado unos objetivos muy claros



El Banco Popular es referente para las pymes.

de crecimiento en inversión. “Los dos primeros meses de 2014 hemos crecido un 15 por ciento”, asegura el director comercial. En concreto, durante 2014 el banco financiará los proyectos de inversión a través de la Línea ICO empresas y emprendedores (destinada a aquellos que realicen inversiones en activos productivos en el territorio nacional y necesiten cubrir sus necesidades de liquidez), Línea ICO Internacional (destinada a empresas, autónomos, fundaciones u ONG que, aun estando domiciliadas en el extranjero, cuenten con mayoría de capital español), Línea ICO Garantía (destinada a aquellos organismos que cuenten

Banco Popular es una de las estrellas bursátiles de 2014

con el aval de una sociedad de garantía recíproca), Línea ICO Rehabilitación de Viviendas (dirigida a los particulares y a las comunidades de propietarios que destinen los fondos a la rehabilitación de viviendas, edificios y reformas de elementos comunes) y la Línea Exportadores Corto Plazo (pensada para autónomos y empresas espa-

ñolas que emitan facturas derivadas de la venta en firme de bienes y servicios realizada a un deudor ubicado fuera del territorio nacional).

Y para aumentar el saldo neto con un crecimiento sólido y sostenible, Amor afirma que no renunciarán a una de sus principales señas de identidad: “La generación de un valor a largo plazo con la persona en el centro de la actividad”. El director comercial del Popular considera además que transmitir la imagen de ser un banco “especialista en pymes” anima a los nuevos clientes. “Nos esforzamos por ser un banco menos de promoción y más de estar ahí cuando la empresa te necesita”, subraya Amor.

Lo cierto es que en el parque madrileño ya se comenta que Banco Popular es una de las estrellas bursátiles de 2014. Y es que, con una subida cercana al 24 por ciento, es punta de lanza de los bancos medianos.

Por otro lado, Banco Popular siempre ha procurado aprovechar la evolución tecnológica para mejorar la atención al cliente. A mediados del año 2000 puso en marcha el portal *Bancopopular-e.com*, enfocado para aquellos usuarios que desean operar exclusivamente por Internet. Y es que, como concluyen fuentes de la entidad, “la estrategia corporativa del banco descansa sobre los pilares de rentabilidad, solvencia y eficiencia. Estas fortalezas se alinean con un modelo de negocio centrado en el cliente y en la alta calidad del servicio, lo que le consolida desde hace décadas como la entidad bancaria de referencia para las pequeñas y medianas empresas españolas”.



Entrada de la oficina principal del Banco Popular.

Valdebebas: un 'microclima' residencial



La zona estudiada —los distritos madrileños de Fuencarral-El Pardo, Hortaleza y Barajas, los barrios más septentrionales de Chamartín (Castilla y Nueva España) y Ciudad Lineal (Atalaya y Costillares) y los municipios de Alcobendas, San Sebastián de los Reyes y Tres Cantos— es un *microclima* residencial dentro de la situación del sector de la construcción en la región. A pesar de que el número de viviendas libres nuevas disponibles en el mercado por cada mil habitantes en este ámbito es casi seis veces inferior a la media de la Comunidad de Madrid, en el último ejercicio se ha duplicado el número de ventas, una tendencia muy superior a la regional, que está en un descenso pronunciado. La razón es que este crecimiento responde a unas características muy concretas de la zona y a una forma muy determinada de hacer las cosas.

En concreto, la zona objeto de estudio comprende una población de 751.207 habitantes y un *stock* de vivienda libre plurifamiliar nueva en venta de 1.004 viviendas, bien terminadas o bien en fase de construcción. A priori, parece una oferta muy pequeña para un área tan grande, pero el ratio de absorción de este tipo de casas se ha duplicado en el período 2012-2013 en el norte de Madrid. Estos pisos tienen, en su mayoría, entre dos y cuatro dormitorios y una superficie media de 104 metros cuadrados. Más del 60 por ciento tiene un precio que oscila entre los 180.000 y los 380.000 euros.

Según el estudio, ha habido sustanciales diferencias entre 2012 y 2013, pues, en total, el precio medio unitario de las viviendas ha caído un 27,25 por ciento, principalmente por el descenso del tamaño medio de las mismas. Ello no significa que los pisos cuesten igual en todos los barrios. El precio medio unitario más bajo es el de Barajas, con 255.700 euros, frente a 1.212.044 euros de Chamartín.

A estos interesantes precios hay que sumar el protagonismo que adquirirá la

La crisis económica se ha convertido en un momento de oportunidad para invertir de manera prudente y provechosa en vivienda libre y nueva. Un abanico amplio de oferta y unas promotoras dispuestas a volcarse en aplicar toda su experiencia en construir pisos de mucha calidad muy ajustados de precio son los tesoros que esperan a los que sepan buscar. La corona norte de Madrid se ha convertido en uno de los sitios más atractivos para adquirir una vivienda en la Comunidad en este sentido, tal y como reflejan los resultados del tercer estudio de oferta de vivienda libre plurifamiliar nueva en el norte de Madrid, realizado por la Junta de Compensación de Valdebebas en los meses de septiembre y octubre de 2013. Valdebebas es uno de los barrios con mayor tirón de una zona en la que, en los dos últimos años, han caído los precios un 27 por ciento.



Numerosas grúas asoman en el paisaje del nuevo barrio de Madrid.

zona en los próximos años, ya que es uno de los focos más activos del sector de la construcción en la región. Las viviendas que comprenden este *stock* están localizadas en 44 promociones terminadas y otras 19 que están en fase de construcción.

Pero, al igual que ocurre con los precios, no todos los distritos han puesto en marcha un volumen similar de promociones. Así, Hortaleza es el que cuenta con más promociones terminadas (11) y en construcción (8), mientras Ciudad Lineal es el que menos aporta, con tan solo un edificio terminado. Un caso singular es Valdebebas, que, en marzo de 2014, contaba con 59 promociones en construcción, de las que 33 tenían certificado de fin de obra y 13 tenían licencia de primera ocupación, según datos de la Junta de Compensación. El desarrollo de este barrio contrasta con lo que ocurre en otros barrios de la corona, donde la cuarta parte de la oferta existente que se ajusta a los criterios del estudio realizado está compuesta por viviendas que llevan un largo período de tiempo en el mercado, cuya venta efectiva se prevé difícil, ya que, por sus circunstancias (productos aún excesivamente caros, una mala ubicación de las promociones o un diseño defi-

ciente), van a sufrir una absorción más lenta por parte del mercado que la de las promociones mejor adaptadas al contexto actual como las de Valdebebas.

Según Hernando de Soto, director de desarrollo de negocio de la Junta de Compensación de Valdebebas, en la actualidad existe una demanda embalsada con interés y posibilidad de comprar viviendas que apuran el cambio de ciclo para adquirir su piso. “Estos compradores han observado que el mercado ha corregido bastante sus deficiencias y ha ajustado mucho su precio. Por todo ello, se han animado a comprar. Además, se están beneficiando de que los productos que se están sacando al mercado son de una altísima calidad porque los profesionales de la construcción que han conservado sus negocios, a pesar de la crisis, han mantenido unos estándares de calidad muy altos”.

Un modelo urbano

A su juicio, el modelo urbano concreto de Valdebebas, con unas características residenciales muy particulares, es el ejemplo de este fenómeno de repunte del sector residencial. En apenas unos meses, este nuevo desarrollo ha

llegado a ofrecer, durante su fase de construcción, hasta el 25 por ciento de sus viviendas libres en altura tras haber vendido el resto de vivienda de este tipo sobre plano. Y eso que el barrio resultó afectado por la sentencia del Tribunal Supremo de 28 de septiembre de 2012 que paralizó los 22 desarrollos de la ciudad de Madrid que estaban en marcha en ese momento.

Afortunadamente, el plan de acción llevado a cabo por el Ayuntamiento de Madrid y secundado por la Comunidad permitió que el 2 de agosto de 2013 se aprobase la revisión del Plan General de Ordenación Urbana de 1985 de la capital y la modificación del de 1997.

Superado este trámite, Valdebebas se ha convertido en el motor residencial de una de las zonas más codiciadas de la ciudad. Así, el precio medio de la vivienda en este desarrollo asciende a 344.000 euros, 100.000 euros menos de media que el conjunto de distritos estudiados. Asimismo, el precio medio del metro cuadrado es de 2.959 euros, frente a los 4.065 que cuesta en esos distritos y más cerca de los 2.700 que piden en los municipios estudiados, lo que confirma que cuenta con la oferta más ajustada de toda la región.



Una de las promociones de Valdebebas.



Vista aérea del parque de Valdebebas.

UAX: 20 años innovando



La Universidad Alfonso X el Sabio ha estado estrechamente vinculada a la innovación desde su creación. Aprobada por las Cortes Generales mediante la Ley 9/1993 y sancionada por S. M. el Rey el 19 de abril de ese mismo año, es la primera universidad privada que nace como proyecto empresarial y con un nuevo e innovador modelo educativo. Comienza su actividad durante el curso 94/95, en su Campus Universitario de Villanueva de la Cañada de Madrid, bajo la perspectiva de que el estudiante es el eje de la universidad y en torno a él se estructuran los servicios docentes. Este sistema de enseñanza-aprendizaje que se fundamentaba en premisas como la docencia a grupos reducidos, la evaluación continua, la valoración del trabajo realizado por el estudiante fuera de las propias clases y el contacto directo y cercano con el profesorado se impone ahora, veinte años más tarde, en el resto de universidades públicas y privadas con la entrada de España en el Espacio Europeo de Educación Superior.

En estos veinte años de vida, la UAX ha liderado la educación privada universitaria, alcanzando unas cifras similares a las de grandes universidades privadas americanas como Harvard, Stanford o Princeton, que gozan de mayor tradición e historia que las universidades privadas españolas.

En la Universidad Alfonso X el Sabio, específicamente, estudian 14.000 alumnos españoles y más de 1.500 estudiantes internacionales entre titulaciones oficiales y propias. 1.200 profesores y doctores imparten clase en las 40 titulaciones de grado, 20 de postgrado y 30 programas de doctorado, abarcando de esta manera todas las áreas de conocimiento. La formación práctica no está restringida al aula, sino que se extiende a las más de 7.500 empresas españolas e internacionales que colaboran activamente en la formación de los estudiantes.

La UAX también ha apostado por la creación de empresas propias en Madrid, ampliando así el tejido productivo de la región. Durante estos años la universidad ha creado varias empresas tecnológicas como CEDIANT y Vector Software, que desarrollan soluciones tecnológicas para las principales empresas

financieras de país, donde profesores y estudiantes trabajan simultáneamente.

Igualmente, se han puesto en funcionamiento cuatro centros sanitarios propios: un Hospital Clínico Veterinario integral dentro del propio campus, considerado tecnológicamente el más avanzado de Europa y el único de la Península Ibérica que dispone de un servicio de radiodiagnóstico con resonancia magnética específica para equinos en pie; la Policlínica Universitaria Alfonso X el Sabio para el área de Rehabilitación, Fisioterapia, Podología, Nutrición y Medicina Estética, donde profesores especialistas y estudiantes trabajan de forma conjunta ofreciendo un servicio clínico de máxima calidad; y los dos centros odontológicos de la UAX. Estos dos centros, la Clínica Universitaria Odontológica y el nuevo Centro Odontológico de Innovación y Especialidades Avanzadas, constituyen el complejo clínico odontológico mayor y más avanzado de Europa. Sus instalaciones, dotadas con 120 sillones odontológicos, permiten atender a más de 1.200 pacientes diarios de todas las especialidades. Estos tres complejos clínicos ya son conocidos por la sociedad como la Ciudad Sanitaria Madrid-UAX.



Vista aérea de la UAX.

Supremo y que permite a los alumnos de Derecho realizar un *practicum* propio en él.

Además, la creación de la Facultad de Música y Artes Escénicas de la UAX ha permitido incorporar las titulaciones de Grado y máster relacionadas con la música a la universidad por primera vez en la historia de España.

En el área de las ingenierías y la arquitectura, la UAX también ha apostado fuertemente por la innovación tecnológica. La incorporación de un túnel de viento de última generación y de bancos de turborreactores permite que los estudiantes de las ingenierías aeronáuticas e industrial dispongan de modernos talleres y salas de simulación y sitúa esta universidad como la única privada que dispone de estas infraestructuras en sus instalaciones. La tecnología de la información y la comunicaciones, tradicionalmente conocidas como TIC, representan para la Alfonso X otro gran área de interés. Durante estos años, se han puesto en marcha grandes proyectos tecnológicos liderados por los profesores y los servicios informáticos de la propia universidad, lo que le ha llevado a desarrollar aplicaciones tecnológicas en conjunto con Google.

La Facultad de Estudios Sociales y Lenguas Aplicadas es también un ejemplo de progreso. Modernos laboratorios de idiomas, simuladores empresariales, profesores implicados y prácticas en despachos, empresas y compañías desde los primeros cursos, son las claves que han permitido que su formación sea anhelada por muchos. Puede servir de ejemplo de la implicación de los estudiantes en la realidad profesional el convenio que la UAX mantiene con el Tribunal

Las relaciones internacionales son también un factor fundamental para la Universidad Alfonso X el Sabio. La UAX mantiene convenios de colaboración con 140 universidades de todo el mundo, lo que permite que sus estudiantes desarrollen parte o un semestre completo en otro país a través de los diversos programas de movilidad. En la Alfonso X saben que la sociedad actual demanda perfiles profesionales capaces de desarrollar su profesión en otro idioma y más allá de las fronteras establecidas y es por ello por lo que han potenciado su práctica. Y cada año son más los estudiantes que optan por incluir en su currículo este tipo de programas.

Paralelamente, cada curso aumenta la demanda de estudiantes extranjeros que eligen a la Universidad Alfonso X el Sabio para realizar parte o todos sus estudios. De hecho, es la universidad privada española con mayor número de alumnos europeos en sus aulas.

Pero el carácter más innovador de la UAX está ligado a su Fundación Universidad Alfonso X el Sabio. Centrada en el I+D+i, ha permitido un gran salto cuantitativo y cualitativo y desplegar nuevas líneas de investigación centradas en las demandas de las empresas. Son ya numerosos los proyectos de investigación suscritos con distintas



En la UAX estudian más de 1.500 alumnos internacionales.

entidades, principalmente de carácter privado, tanto en el área tecnológica como en Ciencias de la Salud.

En la UAX son conscientes de que la universidad del futuro no estará delimitada por las fronteras físicas y no solo estará dirigida a estudiantes que acaban de terminar el colegio o el instituto. La formación a lo largo de la vida es una característica de las sociedades modernas, donde públicos más senior o adultos mejoran su proyección profesional y actualizan sus conocimientos. Para este colectivo, la Universidad ha creado OpenUAX, la plataforma de docencia *online* de la Universidad Alfonso X el Sabio, un elemento clave en la educación universitaria y en el aprendizaje a lo largo de la vida. A través de estos programas, la formación se adapta a las necesidades particulares de cada estudiante, facilitando su acceso sin restricciones de espacio y tiempo.

Como recuerda el lema de la Universidad: "*Bonum est diffusivum sui* - El bien se difunde por sí mismo", la Alfonso X el Sabio quiere que sus estudiantes difundan sus conocimientos, sus valores y su forma de ser y muestren la impronta de la universidad en su carácter y en su determinación por alcanzar sus objetivos y el cultivo de la excelencia.



Avanza: los autobuses 'verdes' del siglo XXI

El 80 por ciento de los autobuses interurbanos que gestiona el Grupo Avanza en las 96 líneas cuya concesión posee en la Comunidad de Madrid son los más avanzados de Europa en materia de gestión medioambiental.

La compañía, en cumplimiento del plan de modernización de los servicios de transporte regular permanente de viajeros de uso general por carretera en la Comunidad de Madrid, que aprobó en octubre de 2009 el Consorcio Regional de Transportes de Madrid, ha realizado ya una inversión que supera los 40 millones de euros para poner su flota en la vanguardia de los servicios de autobuses del siglo XXI. En concreto, cabe destacar el esfuerzo excepcional que ha realizado para cumplir con las especificaciones en materia medioambiental.

El plan regional establecía en este aspecto que los vehículos debían adaptarse progresivamente a la normativa europea sobre emisiones, de tal manera que en 2015 todos los autobuses que circulen por la Comunidad de Madrid sean ecoeficientes. En el caso de Avanza, la importancia de esta aplicación es capital porque trabaja prácticamente en todas las grandes carreteras de acceso a Madrid. La compañía opera, espe-

cialmente, en los municipios de Getafe, Parla, Pozuelo de Alarcón, Majadahonda, Torreldones, Collado Villalba, Alpedrete, Guadarrama, Cercedilla, Navacerrada, Coslada y San Fernando de Henares. En 2013, según datos de la empresa, los interurbanos de Avanza transportaron a 50 millones de personas.

Hoy, cuatro de cada cinco autobuses interurbanos de Avanza cumplen con las especificaciones Euro IV o superior en cuanto a nivel de emisiones establecidas por el Consorcio. A finales de este año, el 90 por ciento de los autobuses cumplirán con estas prerrogativas; y, finalmente, en 2015, se cumplirán los objetivos establecidos legalmente. En 2013, todos los autobuses adquiridos ya tenían categoría Euro V y en este ejercicio se adquirirán vehículos Euro VI. El grupo está estudiando además la implantación de vehículos impulsados por energías alternativas para ponerse a la vanguardia de la tecnología del transporte.

Esta *revolución verde* a bordo del autobús supondrá una reducción del 80 por ciento en la emisión de partículas, del 60 por ciento en el óxido de nitrógeno, del 30 por ciento en hidrocarburos y del 28 por ciento en las emisiones de monóxido de carbono.

Medidores de conducción

Avanza ha creado, también, una comisión especial de expertos para desarrollar numerosas iniciativas de ahorro de combustible. Como primer paso, la política de gestión sostenible de los autobuses interurbanos supondrá una reducción del 5 por ciento del consumo en combustibles, que se une a una estricta política de selección de materiales y fungibles como aceites y neumáticos para optimizar.

Asimismo, el grupo pretende desarrollar un proyecto piloto que, mediante dispositivos especiales, mida el estilo de conducción de cada trabajador y le permita, mediante una formación *ad hoc*, mejorar su eficiencia al volante. Igualmente, se están probando, de manera experimental, nuevos tipos de diésel de calidad superior que incrementen el rendimiento de los vehículos y reduzcan los consumos.



Los túneles de lavado utilizan agua reciclada.

La comisión pretende establecer, entre otras medidas, un catálogo de políticas básicas que disminuyan las emisiones de gases contaminantes sin reducir la confortabilidad de los viajeros. Así, la compañía quiere imponer que se dejen de usar luces innecesarias en el interior de los vehículos y se estudiará la manera de reducir el impacto acústico de los autobuses. Además, se apagarán los motores en el caso de que las paradas se prolonguen más de cuatro minutos. Esta política responde a las ordenanzas de movilidad más avanzadas del país en cuanto al régimen de emisiones de gases contaminantes. También se tomarán medidas para limitar la temperatura de la climatización entre 21 y 23 grados. Por último, se adecuará la tipología de la flota en función de cada concesión; es decir, los autobuses responderán a las características de cada línea y cada momento, por ejemplo, adaptando su capacidad a las horas punta y horas valle, utilizando determinados modelos para zonas urbanas o para líneas que tengan un mayor número de pendientes.

Los talleres cuidan de que esta maquinaria verde se mantenga. Para ello, todos están certificados en la norma ISO 14001 y siguen unos protocolos de actuación escrupulosamente respetuosos con el medio ambiente. Cabe destacar, en concreto, la sensibilización en la gestión de todo tipo de residuos derivados de la labor mecánica que realizan los técnicos. Los túneles de lavado de los autobuses de Avanza, por ejemplo, utilizan agua reciclada y consu-

Los 1.200 trabajadores de Madrid reciben cada año formación continua en conducción eficiente

men hasta un 70 por ciento menos. Y es que las compañías de transporte se rigen por la normativa regional de organismos que manipulan residuos peligrosos y, por ello, deben estar incluidas en un registro especial y cumplir unas limitaciones espe-

ciales. El Grupo Avanza trabaja con un gestor profesional autorizado para evitar cualquier tipo de problemas.

El 'cerebro' de los interurbanos

El conocimiento es la otra clave en el proceso de optimización de Avanza. Los 1.200 trabajadores de la compañía que operan en la Comunidad de Madrid reciben cada año formación continua en conducción eficiente, lo que redonda en una reducción de las emisiones del siete por ciento y un incremento de la confortabilidad del viajero, lo que reduce la tasa de accidentes en carretera.

Todos estos sistemas tecnológicos y procesos laborales confluyen en un organismo clave que es el Sistema de Ayuda a la Explotación (SAE). Se trata del *cerebro* de los interurbanos de Avanza. Una central de datos que está en funcionamiento en todo momento, conectada con los sistemas de información del Consorcio, para controlar la labor que realiza la flota en la red de transporte público madrileño, incluyendo los consumos, optimizándolos y racionalizándolos en función de la actividad de cada instante.

Según José Luis Román, director de Cercanías del Grupo Avanza, "la apuesta por un transporte medioambientalmente responsable debe ser un pilar fundamental en los servicios que ofrece cualquier compañía que trabaja de cara al público. Nuestra empresa está especialmente sensibilizada con este principio porque, además de hacer más agradable y seguro el viaje a nuestros clientes, es la mejor forma de aportar nuestro granito de arena en la protección del entorno en el que todos vivimos".



Los autobuses han incorporado canceladoras inteligentes.

La actividad del Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas genera 40.000 empleos directos y 90.000 en el conjunto de la Comunidad de Madrid y aporta un 10,2 por ciento al PIB regional.



Aeropuerto de Madrid: empleo, desarrollo económico y conectividad

Los aeropuertos son infraestructuras con una gran trascendencia sobre las ciudades, tanto por sus impactos sobre el empleo y la economía como por el elevado empleo de recursos. Son la gran puerta de entrada a la ciudad para los negocios, la inversión y el turismo, con una fuerte capacidad de creación de puestos de trabajo y de arrastre sobre otros sectores que suponen un importante estímulo para la economía local.

Pero su incidencia en la creación de producción y empleo excede, con mucho, al que crea de forma directa en su propia actividad. También incide de forma relevante en la generación de actividad en otros muchos sectores, en la generación de renta de los habitantes y su consiguiente consumo y en estimular actividades que se verían notablemente mermadas de no existir el aeropuerto, como el turismo.

El Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas es uno de los principales polos económicos de España y, por añadidura, de la Comunidad de Madrid. Su impacto económico se traduce en empleo, aportación al Producto Interior Bruto y conectividad. En cifras, se trata de 40.000 empleos directos y 90.000 en el conjunto de la Comunidad

de Madrid. La actividad del aeropuerto supone un 10,2 por ciento del PIB regional bruto. Y por lo que se refiere a conectividad, el 43 por ciento de los pasajeros domésticos de Aena pasan por el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas y el 75 por ciento del tráfico de largo radio desde España corresponde a Madrid-Barajas.

Sabiendo la importancia por su impacto económico y por su contribución social en términos de conectividad, accesibilidad, cohesión y vertebración territorial, en el último año y medio Aena ha acometido un profundo proceso de transformación, para impulsarlo hacia un nuevo horizonte sin dejar atrás la que siempre ha sido su esencia: ofrecer infraestructuras y servicios de la mayor calidad para el mayor número posible de usuarios con las necesidades y los gustos más diversos que seamos capaces de atender aprovechando nuestra experiencia como mayor gestor aeroportuario del mundo.

Impulsando medidas para desarrollar nuevas rutas participando en la estrategia de las compañías, como es la puesta en marcha en las Terminales 1, 2 y 3 de un nuevo *hub* para alentar las operaciones de compañías de la alianza SkyTeam, que

refuerce y complemente al de las aerolíneas de OneWorld en la Terminal T4, comandado por Iberia.

Otro hito es la nueva Terminal Ejecutiva del aeropuerto, inaugurada en junio de 2013. Los operadores disponen de un espacio acorde a las exigencias de sus clientes y con las mejores condiciones operativas.

El Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas está a punto de completar un profundo Plan de Remodelación Comercial, cuyos primeros resultados ya se pueden contemplar, y disfrutar. Lo que en enero de 2013 se inició como un ambicioso programa para optimizar la oferta comercial, estratégico desde el punto de vista del servicio a los pasajeros, va a dar como resultado 9.500 m² más de superficie comercial al servicio del pasajero, que ahora dispondrá de un abanico mucho más amplio para satisfacer sus necesidades y apetencias con un total de 157 locales comerciales, además de una nueva línea de lujo con 24 marcas de reconocido prestigio, y más de 50 locales de restauración con nuevas marcas concesionarias de relevancia internacional.

Al servicio también de los pasajeros y usuarios están ya las Air Rooms, 22 habitaciones modernas y funcionales en la T4,

cerca del acceso a las estaciones de Metro, Renfe y al autobús que conecta las diferentes terminales, con las que el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas se incorpora a la élite de grandes *hubs* internacionales que ofrecen este tipo de instalaciones. Veintidós habitaciones y unas zonas comunes, 700 metros cuadrados en total abiertos las 24 horas de los 365 días del año, que conforman un nuevo servicio pensado para adaptarse a las necesidades de cualquier pasajero, tanto si desea descansar la noche previa al viaje como si quiere hacerlo durante un transbordo.

Además, en su apuesta por profundizar en la optimización del tráfico aéreo, el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas sigue trabajando en la implantación del programa A-CDM (Airport Collaborative Decision Making), un proyecto de ámbito europeo que tiene como objetivo optimizar la eficiencia operacional de los aeropuertos. La implicación de Eurocontrol, las compañías aéreas y de *handling*, los proveedores de navegación aérea y del aeropuerto permitirá mejorar la puntualidad y la eficiencia operacional, lo que redundará en beneficio

de los pasajeros y el medio ambiente, al reducirse los tiempos de rodaje y espera en cabeceras y, por consiguiente, el gasto de combustible de las aeronaves.

Pero son las compañías y los pasajeros los que dan sentido a estos esfuerzos. El Comité de Coordinación Aeroportuaria de Madrid, aprobado por el Consejo de Ministros en septiembre de 2013 e integrado por representantes de la Comunidad, las corporaciones locales, las cámaras de comercio y las organizaciones económicas y sociales, además de por Aena, reforzará el esfuerzo de promoción que debe permitir que Madrid recupere posiciones como destino turístico tanto nacional como internacional, lo que redundará en el desarrollo del aeropuerto.

Las previsiones para esta temporada de verano son positivas. Las compañías aéreas han programado un 7,7 por ciento más de asientos de salida (16.695.540 en total) que hace un año. La cifra supone un incremento de más de un millón de asientos en relación a los 15.508.310 de 2013. Un total de 75 aerolíneas, cuatro más que en verano de 2013, que volarán a 175 destinos de

todo el mundo, seis más que hace un año, operando un total de 297 rutas diferentes, conforman la oferta global de vuelos con salida desde el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas este verano. De las rutas programadas, 43 son de nueva creación, y el saldo resultante es de 25 rutas más respecto a 2013. Las propias compañías aéreas contemplan un incremento de su actividad en el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas, como Air Europa, con más destinos en Europa y Latinoamérica, o Norwegian, que ha establecido una nueva base permanente en Madrid para operar a Londres-Gatwick, Estocolmo, Hamburgo, Varsovia, Helsinki y Oslo.

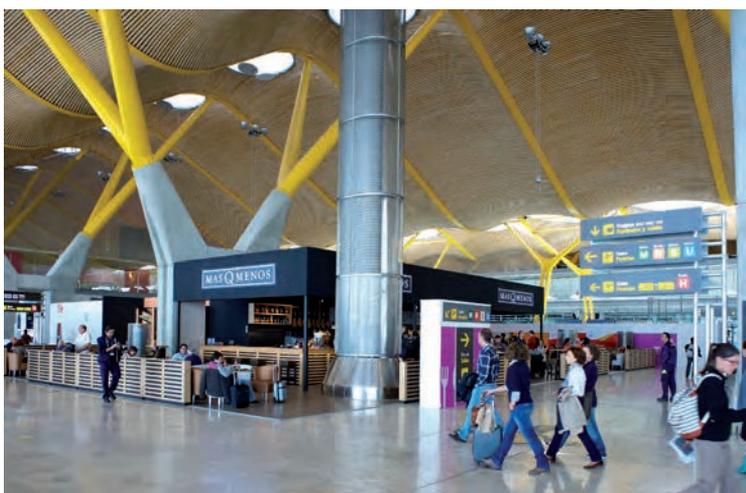
El Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas, que oficialmente fue renombrado el pasado mes de marzo en reconocimiento al primer presidente de la democracia, y por cuyas instalaciones transitan 110.000 pasajeros cada día, se operan unos 1.000 vuelos y desarrollan su actividad 75 compañías se adapta a las nuevas demandas de usuarios y operadores para que Madrid siga siendo una de las capitales aeroportuarias mundiales del siglo XXI.



Las compañías aéreas contemplan un incremento de actividad.



Aparcamiento de la T4.



La T4 del aeropuerto madrileño.



El aeropuerto cuenta con numerosas obras de arte.



La revolución llega al autobús

La compañía de transporte de viajeros Alsa está renovando la flota de 240 autobuses que circula por la Comunidad de Madrid para dar respuesta a las especificaciones del plan de modernización de los servicios interurbanos, que puso en marcha el Consorcio Regional de Transportes de Madrid en 2009. La empresa ha invertido hasta el momento en este proceso 42,2 millones de euros.

Alsa explota en la región un total de 57 líneas interurbanas, en las que, a lo largo de 2013, transportó a 25,2 millones de viajeros. Fundamentalmente, estas líneas están concentradas en el norte y el este, en concreto, en el corredor de la A-1 hacia la Sierra Norte de Madrid y en la A-2 en el corredor del Henares.

Todas ellas están coordinadas por un Sistema de Ayuda a la Explotación (SAE), instalado en la central de la compañía y vinculado al Centro Integrado de Transportes de Madrid (Citram) del Consorcio. Gracias a este SAE, la empresa está en comunicación permanente con cada vehículo de la flota, lo que permite la identificación y localización de los autobu-

ses, el control de las rutas, la información de incidencias, el cálculo inmediato de los datos de explotación y otros adelantos que facilitan la optimización en materia de servicio y puntualidad. Porque de ofrecer calidad se trata. Por ejemplo, Alsa posee los certificados de Calidad ISO 13816 en transporte de viajeros, que acreditan su perfecta adecuación al servicio que prestan en la región. No es casualidad que en la última encuesta de satisfacción del transporte en la Comunidad realizado por el Consorcio, el autobús interurbano fuese el transporte con mayor puntuación en esta categoría y que sea valorado por un alto porcentaje de los usuarios como un servicio de mucha calidad y puntualidad.

Gracias a este esfuerzo por la modernización, la mayoría de los nuevos autobuses interurbanos de Alsa tienen también menos de cinco años. En su concepción, la radiografía de cada vehículo responde a unas ideas claras: seguridad y confort. Alsa ha realizado un importante esfuerzo en fomentar la seguridad a través de programas propios. Así, los autobuses cuentan con los últimos adelantos de seguridad activa y pasiva y cámaras de seguridad, especialmente en las líneas nocturnas.

Aparte de las cámaras, los vehículos incluyen sistemas de frenado de emergencia automático, botones antipánico, controles de deslizamiento y un mecanismo de advertencia en caso de que el vehículo se salga de su carril. Todo ello encaminado al cumplimiento de la certificación CSEAA, que expide el Instituto del Automóvil de la Universidad Politécnica de Madrid (Insia) con el que cuenta la compañía.

La segunda parte de esta revolución en los autobuses es la de las TIC y la moné-

tica. En los autobuses de Alsa, los viajeros pueden encontrar pantallas informativas del desarrollo del trayecto, sistemas *wifi* para acceder a Internet, máquinas de validación de las tarjetas de transporte sin contacto, pantallas de información a tiempo real en parada y sistemas de inteligencia monética y de billeteaje.

Compromiso medioambiental

En esta revolución es clave el compromiso medioambiental. Alsa se está adaptando a la normativa regional establecida en el plan del Consorcio que promueve una adquisición progresiva de vehículos para que la flota de las empresas concesionarias cumpla en 2015 con las nuevas normas de aplicación al transporte público europeo. Estas especificaciones abogan por la implantación del nivel Euro VI de la normativa comunitaria de emisiones, así como por otras características medioambientales especiales como la motorización híbrida o el uso del gas natural o la electricidad. De hecho, es la primera y única compañía hasta el momento que ha incorporado vehículos eléctrico-híbridos en la red regional de autobuses, implantándolos en su servicio en Tres Cantos. También utilizan el sistema Fleetboard, que permite analizar el consumo de los vehículos y detectar puntos de mejora para conseguir una conducción más eficiente, reduciendo las emisiones de CO₂.

La última barrera que se ha superado gracias a la tecnología ha sido la de la accesibilidad, en cumplimiento de la Ley de Promoción de Accesibilidad y Supresión de Barreras Arquitectónicas de la Comunidad. Los vehículos incorporan plataformas elevadoras, espacios reservados para personas con movilidad reducida y textos en braille para invidentes. También se ha estudiado cómo mejorar la inclusión



Plataforma elevadora.

Los autobuses cuentan con plataformas elevadoras, espacios para personas con movilidad reducida y textos en braille

y colocación de bultos y la política para permitir perros guía en los vehículos.

Pero la tecnología no es el único pilar de esta revolución. Los 490 empleados de Alsa en la Comunidad aportan el valor añadido al servicio que conlleva una reducción de la emisión de gases conta-

minantes de los autobuses —solo con una conducción responsable, la red regional reduciría su potencial contaminante un 7 por ciento—, un aumento de la seguridad vial y una mejora de la atención al cliente que viaja en cada vehículo de Alsa. Muchos de ellos se forman en el centro que posee la compañía en El Espinar (Segovia). En concreto, los conductores, que son la base de este criterio formativo, combinan la formación teórica y la práctica con la reproducción de situaciones límite en uno de los simuladores de conducción más avanzados de España.

Además, la empresa ha desarrollado un servicio exclusivo de atención telefónica para los servicios vinculados al Consorcio Regional de Transportes y ha fomentado el empleo femenino, de discapacitados y de personas en riesgo de exclusión social, así como la conciliación de la vida laboral y familiar.

Según César Llana, director de Alsa en Madrid, todo este proceso de optimización ha supuesto “un esfuerzo importante aunque no desconocido, porque hemos usado nuestros conocimientos para mejorar la atención a los clientes y para facilitarles la vida. Según nuestras encuestas, los usuarios han valorado positivamente la renovación de la flota, haciéndola más moderna y accesible, así como el esfuerzo por cumplir escrupulosamente con la puntualidad en todos nuestros servicios”.

Estas medidas innovadoras, unidas al reducido coste que supone para las arcas públicas el sistema concesional (el coste del kilómetro en un autobús interurbano es de tres euros, frente a los cinco de los urbanos, y los interurbanos son un 30 por ciento más eficientes), convierten el sistema de transporte interurbano de la Comunidad en uno de los mejores del continente.

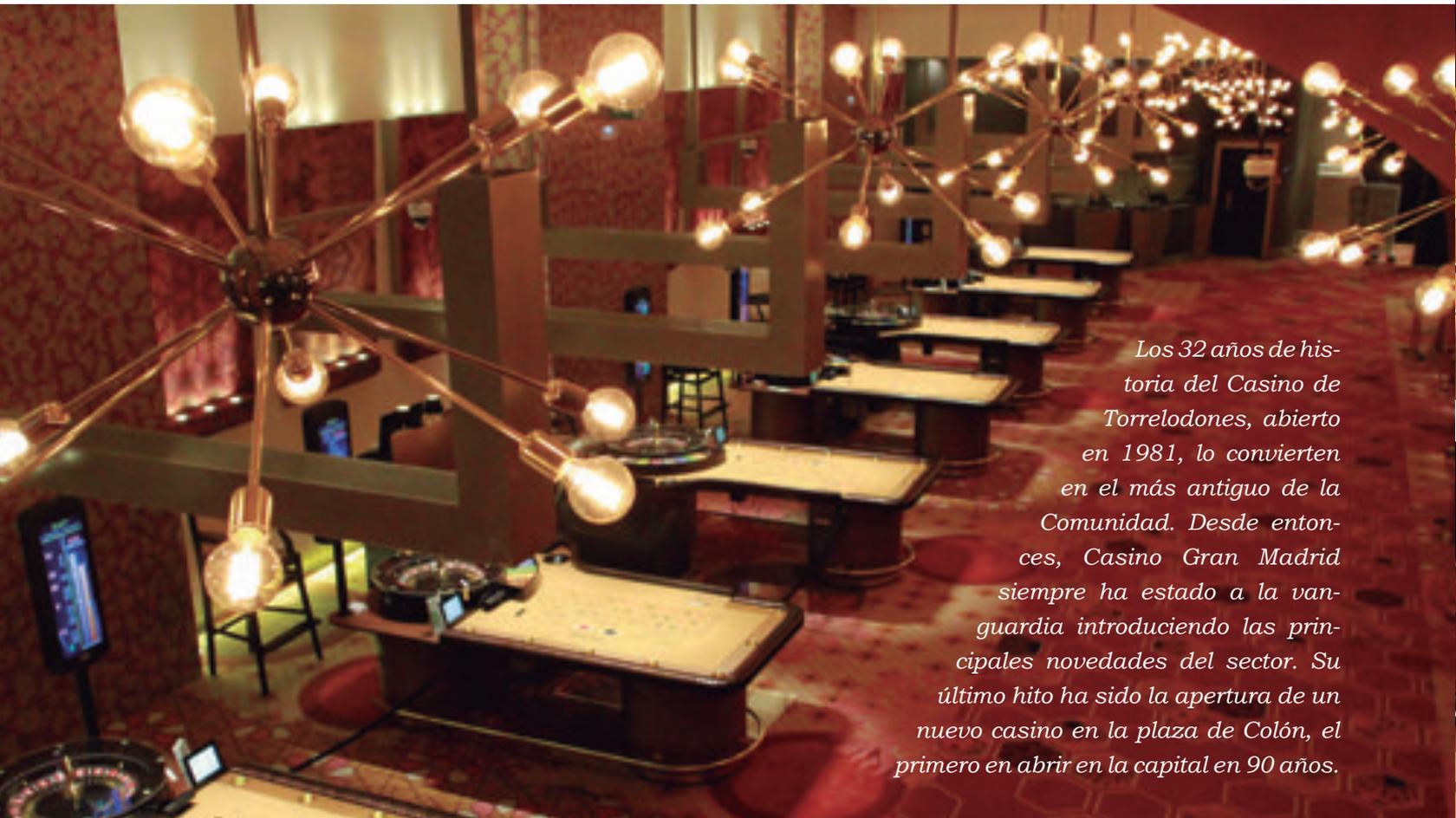


Los vehículos se adaptan a la normativa europea de emisiones.



Simulador del centro de formación de Alsa, en El Espinar.

Casino Gran Madrid: líderes, pero no por azar



Los 32 años de historia del Casino de Torreldones, abierto en 1981, lo convierten en el más antiguo de la Comunidad. Desde entonces, Casino Gran Madrid siempre ha estado a la vanguardia introduciendo las principales novedades del sector. Su último hito ha sido la apertura de un nuevo casino en la plaza de Colón, el primero en abrir en la capital en 90 años.

En la sede situada entre los números 37 y 41 del paseo de Recoletos cristaliza toda la tradición de Casino Gran Madrid, que también tiene un centro en Málaga, a la que se suman las últimas tecnologías. Este centro abierto el 16 de diciembre de 2013 ocupa 4.123 metros cuadrados distribuidos en cuatro plantas en el edificio, que fue rehabilitado entre 2007 y 2009 por el prestigioso arquitecto Rafael de la Hoz. Su fachada destaca por el aspecto futurista que le confieren sus láminas verticales inclinadas.

En total, la superficie de juego ronda los 1.000 metros cuadrados, diferenciados en diversos espacios, en los que se pueden encontrar 65 máquinas de azar, ruleta americana, *black jack*, punto y banca y póquer de contrapartida. La oferta de máquinas de azar es de última

generación, con presentaciones espectaculares que recrean las series y espacios más populares del cine y la televisión. Entre ellas, se encuentran dos que se han estrenado en España en este casino de Recoletos: *Egyptian Gold* y *The Dark Knight*. Además, como novedad, se ha creado una sala privada de juego.

La sala principal tiene una superficie de 1.732 metros cuadrados y aloja una zona de mesas de juego, máquinas de azar y un café-bar llamado Bond. La planta baja, con una superficie de 1.000 metros cuadrados, alberga otra zona de juego y otro local destinado a un bar cafetería, que ha sido bautizado como *Rhum&Rhum Bar*. La entreplanta, con 566 metros cuadrados, está destinada a Columbus, el restaurante que gestiona la firma Coque, en su primer proyecto para

conquistar Madrid. En esta zona también se sitúa el *afterwork*, que pretende convertirse en una referencia de las tardes en la capital. Y en la planta primera, de 780 metros cuadrados, se sitúa la sala privada de juego y las zonas para uso interno.

La decoración corrió a cargo del interiorista Ignacio García de Vinuesa, que buscó otorgarle un aire moderno, vanguardista, exclusivo y con personalidad. Todo ello se palpa en las diferentes atmósferas diferenciadas que se han creado, en las que la luz, el color y geometrías imposibles crean el escenario ideal para disfrutar de la magia del juego. El cuidado diseño lo ponen de manifiesto sus 80.000 kilos de mármol, los 91 tipos diferentes de revestimiento de las paredes o las 26 moquetas utilizadas. Destaca el jardín vertical de la planta baja y los

mosaicos, con más de 81.000 teselas, que representan la obra de M.C. Escher *Convex and Concave*.

Casino Gran Madrid cuenta con un gran despliegue digital. Las mejores propuestas gastronómicas, las promociones, los premios más recientes o las aventuras que prometen los diferentes espacios de juego se muestran en 55 pantallas de

Casino Gran Madrid del paseo de Recoletos surgió a raíz de la aprobación de la Ley de Acompañamiento de Medidas Administrativas y Económicas de 2011, que permitía a los casinos existentes en la región la creación de una sala independiente incluso en municipios diferentes. Esta modificación legal permitió que en Madrid se pudiese

Con la apertura del Casino de Colón, el grupo daba un nuevo paso en un proceso que le ha situado a la vanguardia del sector en Madrid. Precisamente, el Casino de Torrelodones fue el primero en abrir en la Comunidad, en concreto el 14 de octubre de 1981, y a día de hoy es uno de los centros de ocio más importantes de Europa por número de visitas (550.000 al año) y número de mesas y juegos de azar. Sin duda, parte del éxito se debe a que ha sido pionero en el sector en muchas ocasiones con importantes innovaciones incluso en los últimos años de incertidumbre económica. En 2009 Casino Gran Madrid abrió la primera *poker room* de España, un espacio donde se celebran numerosos campeonatos nacionales e internacionales.



Sede del Casino Gran Madrid en Torrelodones.



Sala de póquer en el Casino Gran Madrid de la plaza de Colón.



La sede de Colón cuenta con las últimas novedades en máquinas recreativas.

televisión. A ellas se suman 300 cámaras de seguridad, 56.000 metros de cable de datos y 2.000 metros de tiras de luces LED. Además, la tecnología más avanzada puede encontrarse en su ropero mecanizado o en los puntos interactivos de información distribuidos por las salas.

También destacan el sistema de detección de huella digital para los empleados, que permite el acceso sin llaves a diferentes espacios del casino según las categorías laborales o el escáner de reconocimiento facial, un sistema de seguridad de última generación que, mediante claves biométricas, permite la identificación de las personas con las máximas garantías y sin necesidad de acudir a técnicas intrusivas.

volver a jugar a la ruleta o el póquer 90 años después del cierre de la última casa de juego.

El proyecto de la sala apéndice fue aprobado por el Pleno del Ayuntamiento de Madrid el 30 de enero de 2013. Para la elección del edificio, fueron visitados hasta 20 inmuebles antes de elegir el situado entre los números 37 y 41 del paseo de Recoletos atendiendo a criterios urbanísticos, medioambientales y técnicos. Las obras comenzaron el 1 de abril y concluyeron en 198 días, debido a la urgencia con la que compañía acometió el proyecto. Para conseguir llegar a la fecha fijada, se doblaron turnos y llegaron a trabajar hasta 120 operarios a la vez en su remodelación.

Otra de las apuestas de futuro ha sido el programa Ruleta en Vivo, presentado en 2013. A través del *streaming*, incluido en la *web* del Casino, los clientes entran en las salas de juego y pueden asistir en riguroso directo a una sesión privada de ruleta en la que tienen la opción de interactuar con las crupieres a través de un chat.

Pero quizás el principal avance de los últimos años ha sido el lanzamiento del Casino Gran Madrid Online, que se convirtió en 2010 en el primer casino legal de España a través de Internet, gracias a la licencia oficial otorgada por la Comunidad de Madrid. Es, de hecho, uno de los proyectos más ambiciosos en los últimos años del grupo empresarial, que trabajó durante dos años para su puesta en marcha. Para su lanzamiento se realizaron millones de simulaciones. Entre su oferta actual, se encuentra la Ruleta TV-Live, el *black jack*, el punto y banca, la ruleta *online*, máquinas de azar y siete tipos de póquer.



En 2013 Iberdrola, grupo empresarial dedicado a la producción, distribución y comercialización energética, ha destinado este año 160 millones de euros al área de la innovación, según los datos facilitados por la propia compañía. Esta inversión ha crecido un 10 por ciento en comparación con el ejercicio anterior y se ha focalizado, sobre todo, en tres grandes áreas: el fomento de las energías renovables, la optimización de las redes inteligentes y el potenciamiento de la flexibilidad y la eficiencia operativa.

Iberdrola apuesta por las energías limpias

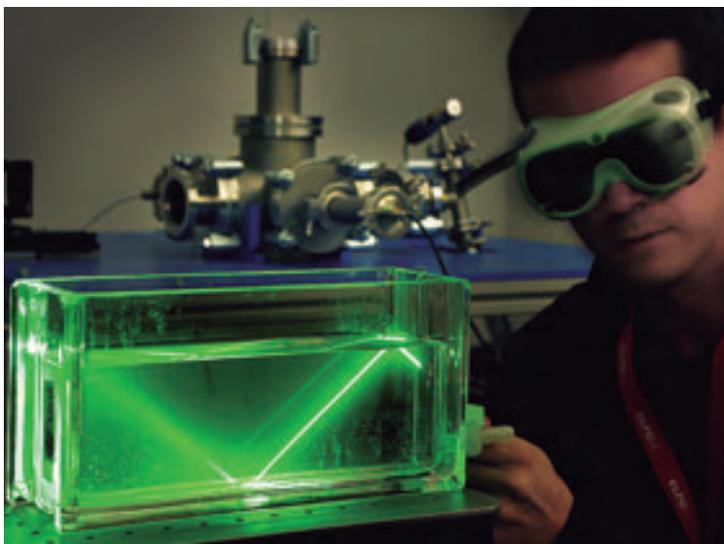
“El grupo considera que la I+D+i es un pilar estratégico de su actividad para seguir desarrollando un proyecto industrial vanguardista que le ayude a afrontar con garantías los retos del sector energético, especialmente en un entorno económico

complejo en el que las empresas deben ser más eficientes cada día”, indica un portavoz de Iberdrola. En este sentido, la empresa cuenta con un Plan de Innovación 2012-2014 en el que se contempla la inversión de 450 millones de euros y tiene como objetivo reforzar

su liderazgo tecnológico al tiempo que crea valor.

Y es que la compañía eléctrica está a la cabeza en este ámbito, tanto en España como en Europa, un logro que la empresa achaca “a la implantación de un modelo de innovación internacional, a la colaboración con proveedores tecnológicos, como universidades, centros de investigación y otras empresas, y al impulso de la cultura innovadora entre los empleados”.

Uno de los proyectos innovadores más destacables es el que afecta a las energías renovables. En concreto, las tecnologías marinas de generación de electricidad,



La compañía cuenta con un plan de innovación.



Sede de Iberdrola, en Campo de las Naciones.

como la energía de las olas y de las corrientes. Entre las iniciativas más importantes se encuentran Innpacto Emerge y Aqua Ventus, que abordan el desarrollo de plataformas flotantes en aguas profundas; Cenit Azimut y EERA Dto., para la optimización del desarrollo de parques eólicos marinos; la iniciativa Low Impact, encaminada a promover una nueva cimentación de gravedad para su instalación en profundidades intermedias, o el Offshore Wind Accelerator, un programa especial promovido por Carbon Trust en Reino Unido con el fin de dar soluciones que permitan la reducción de los costes y los riesgos asociados a esta técnica.

Por otro lado, la compañía continúa trabajando en el campo de las tecnologías de generación tradicionales, donde se trabaja para optimizar la eficiencia operativa, mejorar la seguridad y reducir el impacto ambiental de las plantas ya existentes a través de, por ejemplo, sistemas encaminados a la reducción de las emisiones.

Redes inteligentes

“En el área de las redes inteligentes, Iberdrola está marcando la senda con varios trabajos para lograr una red eléctrica moderna que permita la integración de las energías renovables y propicie un incremento de la calidad del servicio”, indica la compañía. Así, por ejemplo, desde hace seis años, se está impulsando el programa de capital riesgo Iberdrola Ventures-Perseo, dirigido a la inversión en nuevas tecnologías que aseguren la



Sustitución de contadores.

Iberdrola ha invertido más de 40 millones en ‘startups’ tecnológicas desde 2008

sostenibilidad del modelo energético. La decidida apuesta de la compañía por la innovación, el desarrollo y la investigación se ha visto reflejada también en el apoyo a emprendedores. Iberdrola ha invertido más de 40 millones de euros desde 2008 en *startups* tecnológicas que aseguren la sostenibilidad del modelo.

En el campo de las redes inteligentes, Iberdrola también se ha volcado con la optimización de la red de distribución y con la calidad del suministro. En Europa, lidera el proyecto IGREENGrid para el desarrollo de metodologías que permitan la integración

de las energías renovables en las redes de distribución eléctrica. A nivel nacional, cuenta con el proyecto STAR, que ya se ha desplegado en la Comunidad de Madrid, pero también en Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura, País Vasco, Murcia, Navarra, La Rioja y la Comunidad Valenciana y que permitirá adaptar unos 80.000 centros de transformación y sustituir 10,3 millones de contadores tradicionales por los nuevos equipos inteligentes. Ello permitirá incorporar capacidades de telegestión, supervisión y automatización.

El grupo además cuenta con una sociedad constituida para promover las actividades de innovación interna, llamada Iberdrola Servicios de Innovación. Esta sociedad se apoya en proyectos innovadores que incidan notablemente en la mejora de la eficiencia de la empresa.

Por otro lado, y como una fórmula de involucrar a los proveedores con el proceso de innovación, Iberdrola trabaja con plataformas como el Instituto Europeo para la Innovación y la Tecnología o el Consejo Internacional de Grandes Eléctricas y tiene presencia en centros de formación a través de diferentes cátedras como la Universidad de Salamanca, la Cátedra Orkesta Energía del Instituto Vasco de Competitividad, la de la Universidad Pontificia de Comillas (ICAI), el Technology Innovation Centre de Escocia, la Universidad de Strathclyde (Escocia) o la Universidad de Nuevo México.

La cercanía de Getafe —situado a 13 kilómetros al sur del centro de Madrid— con la capital ha propiciado su gran desarrollo industrial a lo largo del siglo XX. La población de este municipio del sur de la región —175.000 habitantes— ha aumentado en los últimos años convirtiendo a Getafe en una ciudad para vivir y trabajar. El incremento poblacional, motivado por su gran red industrial y de servicios, ha obligado a construir numerosas vías de acceso —la ciudad está circunvalada por la M-45, la A-42, la M-50 y la A-4—, ha ampliado los servicios públicos y ha impulsado la creación de nuevos barrios. Además, la importante red de estaciones de metro —ocho paradas— y la red de Cercanías han hecho posible que Getafe se convierta en el lugar elegido por muchas personas y empresas para desarrollar su actividad económica.

Getafe, con la vanguardia empresarial



La base aérea militar, presente en la ciudad desde 1911, y la Universidad Carlos III, inaugurada en 1989, son dos de los principales elementos de referencia de la ciudad, pero no los únicos, porque Getafe es una ciudad puntera, vanguardista y referente en España por su gran desarrollo empresarial e industrial. En este sentido, con casi un siglo de tradición industrial, el municipio ha experimentado situaciones de expansión y reestructuración del sector que ha sido y es una de sus principales bases económicas.

De hecho, la ciudad, gobernada por Juan Soler (PP), ha ido atrayendo, a lo largo del tiempo, numerosas industrias con un peso significativo. Así, el municipio cuenta con catorce millones de metros

cuadrados de suelo industrial, representa uno de los motores más importantes de crecimiento económico y genera políticas de creación de empleo. Y no es para menos, porque Getafe cuenta con doce polígonos industriales: Los Ángeles, San Marcos, Los Olivos I, Los Olivos II, El Quijobar, Los Gavilanes, La Carpetania I y II, el Lomo, El Juncal, Centro Logístico de Abastecimiento, Área Empresarial de Andalucía y Tecnogetafe. Un elevado número de polígonos que hace que el peso de la industria en Getafe duplique la media del PIB en la Comunidad.

Las políticas desarrolladas por el ayuntamiento están orientadas a crear una ciudad preparada para el emprendimiento. En este sentido, se han establecido condi-

ciones favorables para los negocios que se instalan en el municipio como la bajada de impuestos, la adaptación a las ordenanzas urbanísticas municipales, la mejora de los accesos y seguridad de los polígonos y la instalación de guarderías y centros deportivos en los polígonos industriales. Aerzen, Centum o Northgate son algunas de las empresas instaladas que se benefician de estas mejoras y servicios.

Además de los polígonos industriales, las políticas públicas municipales de Getafe han acompañado el proceso de renovación social mediante el desarrollo de los nuevos enclaves de La Carpetania y Tecnogetafe —la mayor concentración de ingenieros de España se encuentra aquí—, que intentan hacer que el municipio pase



Campana de fomento del comercio local.



Sede de la empresa Northgate.



El edificio de Siemens, en Getafe.

a participar de las actuales dinámicas de reindustrialización ligadas al territorio.

En esta línea, el Consorcio Urbanístico del parque tecnológico y empresarial de Carpetania, formado por la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Getafe, ya ha adquirido 1,2 millones de metros cuadrados de suelo de la segunda fase de este parque empresarial. De esta manera, se seguirá adelante con el proyecto de Carpetania II, lo que supondrá la instalación de nuevas empresas en Getafe y la ampliación de 400.000 metros cuadrados de la empresa EADS-CASA Airbus, que ya fue aprobada por la Comunidad en febrero de 2013.

Próximo a Carpetania y construido en la confluencia de la M-50 y la carretera de Toledo, se encuentra Tecnogetafe, otro parque científico y tecnológico destinado a empresas innovadoras en tecnología en el mundo empresarial. Ofrece espacio para medio centenar de empresas en superficies comprendidas entre 2.100 y hasta 11.400 metros cuadrados, sobre todo de los sectores espacial, ingeniería, energía, bioenergía y nuevas tecnologías.

Pero no solo tienen cabida en el municipio estos grandes proyectos. Entre los casi 200 establecimientos dedicados a la producción directa en Getafe, hay un claro predominio de la pequeña y mediana empresa, pero sin dejar de lado a las grandes

empresas —Construcciones Aeronáuticas, Siemens, Loewe, John Deere, General Electric, Confremar...— que suponen un elemento clave para la economía local por la facturación y la introducción de medidas de innovación a través de la I+D. Por esta razón, Getafe quiere potenciar el desarrollo empresarial del comercio de proximidad, los empresarios autónomos y las pymes, apostando por la innovación.

Impulso al comercio local

Un total de 3.834 empresas y más de 7.800 autónomos desarrollan su actividad en el municipio. La Agencia de Desarrollo Local de Getafe es el instrumento necesario para activar la economía local e impulsar la inversión y creación de empleo. En esta línea empresarial, el gobierno municipal ha puesto en marcha medidas de apoyo a las pymes, comercios, autónomos y emprendedores. Como medidas dinamizadoras de la economía, en Getafe se ha rebajado la presión fiscal, conteniendo el IBI e incorporando nuevas bonificaciones y exenciones. Además, se han aumentado las ayudas al pequeño comercio y a la hostelería. Y para potenciar Getafe como referente comercial en el sur de la región, se ha puesto en marcha el Plan de Revitalización y Dinamización de la zona centro. Esta iniciativa engloba actuaciones como la

rehabilitación del antiguo mercado municipal, la mejora de los aparcamientos y de los espacios públicos. Por otro lado, el ayuntamiento también puso en marcha una iniciativa novedosa para atraer nuevos compradores a Getafe: cubrió la calle Madrid con 2.750 paraguas de colores. Un conjunto decorativo 15 veces más barato que la colocación de toldos y que sitúa a Getafe como referente vanguardista.

Entre las medidas que fomentan el emprendimiento, las personas que quieran abrir un nuevo negocio minorista podrán hacerlo de manera inmediata gracias a la nueva ordenanza de licencias urbanísticas que simplifica la tramitación administrativa. Los emprendedores podrán ponerse en marcha de forma inmediata gracias a la firma de una declaración responsable, que sustituye a las actuales licencias urbanísticas, y posteriormente técnicos municipales visitarán estos nuevos negocios para realizar una inspección y comprobar que todo esté en orden.

El Ayuntamiento de Getafe adaptará así al actual marco jurídico su ordenanza de intervención administrativa en materia de edificación y uso del suelo, que data de 2011, e introducirá nuevas mejoras al eliminar trabas y simplificar la tramitación administrativa. Getafe se convierte así en el espejo de otros municipios haciendo honor a su eslogan: "Getafe, todos te miran".

Majadahonda, una ciudad puntera

Majadahonda es una ciudad que ha sabido adelantarse a las necesidades de sus ciudadanos. Sin ninguna duda, se trata de una ciudad pionera en muchos aspectos, una ciudad creativa que ha sabido diferenciarse y con un sello de calidad propio: la excelencia. Ello ha permitido que esta localidad, situada a 16 kilómetros al noroeste de la Puerta del Sol de Madrid y con casi 71.000 habitantes, haya incorporado gran cantidad de servicios como el hospital Puerta de Hierro Majadahonda y empresas del sector terciario.



“E stamos ante una *smart city*, que confía en las nuevas tecnologías y las potencia”, afirman desde el ayuntamiento, que recuerda que Majadahonda forma parte de la Red de Ciudades Inteligentes de España. El ingreso de la ciudad en dicha red supuso un desafío que se ha materializado en proyectos como los convenios de colaboración con Telefónica, la herramienta de atención al ciudadano, la apuesta del Gobierno Abierto, el compromiso municipal por el desarrollo de la Administración Electrónica o la incorporación al proyecto europeo de IES Cities.

Por otro lado, Majadahonda ha desarrollado en los últimos años un ayuntamiento abierto 365 días al año y 24 horas al día. Los ciudadanos ya pueden hacer más de 100 trámites *online*, evitando desplazamientos y permitiendo ahorros significativos de papel, como ocurre con la solicitud de la licencia de animales peligrosos, consultas urbanísticas, incidencias en la vía pública o pedir volantes de empadronamiento, entre otras gestiones. Además, el ayuntamiento emite desde principios de 2014 certificados digitales. El sistema posibilita que los documentos se firmen, se generen y se administren de manera digital. De esta forma, abonar el IBI, realizar solicitudes con la Comunidad de Madrid, presentar la declaración de la renta, obtener la vida laboral o conocer los puntos del carnet de conducir son algunos de las gestiones que están a tan solo un clic de los ciudadanos de Majadahonda.

Asimismo, el ayuntamiento cuenta con una *web* municipal accesible y muy transparente que incluye la sección Gobierno Abierto, donde se recogen datos sobre sueldo, declaración de bienes de cargos públicos, contratos, presupuestos... El dominio www.majadahonda.org acoge también el programa Xperta, que permite a los ciudadanos introducir quejas, sugerencias e incidencias y establece plazos de respuesta y mejora la relación con el vecino, más ágil y eficaz. Se trata de una herramienta informática de participación ciudadana que recibe peticiones de borrado de pintadas, ejecución de poda o de pasos de cebra, asfaltado, avisos sobre tapas de alcantarillas sueltas, suciedad puntual en un lugar, incidencias de tráfico y problemas de movilidad.

Los ciudadanos pueden acceder también a las oficinas que están destinadas a ofrecer de forma gratuita servicios



Majadahonda cuenta con kilómetros de carril bici.

como el envío de correos electrónicos y *sms*, acceso a *webs* institucionales y administración electrónica del Estado y de la Unión Europea. También pueden conectarse con bolsas de trabajo, prensa, becas, información sanitaria, portales culturales y de voluntariado. El promedio es de 190.000 consultas y gestiones mensuales.

Tecnológicamente, la ciudad ha avanzado mucho en los últimos cinco años. Por ejemplo, gracias a un acuerdo entre el Consistorio y Telefónica, la fibra óptica cubre casi toda la ciudad con sistemas de distribución ópticos adaptados a la tecnología para la distribución de servicios avanzados, como telefonía, Internet de banda ancha y televisión. Una ciudad en la que, por cierto, un 80 por ciento de hogares tienen acceso a Internet, estando por encima de la media de la Comunidad

de Madrid, y que ha instalado *wifi* gratuita en algunos parques públicos y edificios municipales.

La innovación en área medioambiental llegó a Majadahonda en 1997, cuando la ciudad fue pionera en la implantación del sistema de recogida neumática de residuos. Un moderno sistema con el que se ha situado en la vanguardia de la recogida de basuras en España y que ha avanzado hasta obtener datos equivalentes a Suiza en reciclaje de residuos.

Además, en el área medio ambiental, hay que destacar que muchos parques de la ciudad se riegan con agua regenerada incidiendo así en su carácter sostenible. El ayuntamiento emplea sistemas de riego eficientes en la práctica totalidad de las zonas verdes y continúa trabajando con el Canal de Isabel II para implantar procedimientos que permitan programar el

riego de la ciudad según las precipitaciones que se registren. Con estos sistemas, se permite regar con agua recuperada sectores como el Gran Parque (Monte del Pilar), los parques de Clamart, Colón y Arcipreste y la mediana de la carretera de Pozuelo.

También Majadahonda fue innovadora y pionera en movilidad urbana con medidas como la instalación de badenes y rotondas en las vías públicas de la ciudad que, por cierto, solo tiene un semáforo en todo su territorio. Gracias a este sistema de regulación del tráfico, es una de las ciudades con menor siniestralidad vial de España.

También, con el fin de facilitar la movilidad, el ayuntamiento ha puesto en marcha el pago del estacionamiento regulado a través de Internet y de dispositivos móviles. Además, la ciudad cuenta con una red de carril bici —doce kilómetros— y un sistema de alquiler de bicicletas —con 18 puntos con más de 150 bicis— para facilitar una movilidad sostenible.

Este carril bici une zonas deportivas, sanitarias, culturales, de transportes y educativas, ámbito, este último, en el que destacan los seis colegios públicos bilingües y el Instituto de Secundaria “tecnológico”. Un sector al que se están acercando más las nuevas tecnologías con cursos, por ejemplo, de robótica.

En su apuesta por la investigación y el desarrollo, el Ayuntamiento de Majadahonda ha desarrollado el Carril del Tejar, una zona muy bien comunicada que tendrá, además, una importante presencia de empresas dedicadas a ese ámbito en los 100.000 metros cuadrados de suelo municipal.



Majadahonda es una de las ciudades con menos siniestralidad vial de España.



La ciudad fue pionera en la recogida neumática de residuos.



¡Siente el green!

Y disfruta de todo lo que sucede en el mundo del golf como si estuvieras en el campo.

Móstoles, escaparate de innovación

Móstoles es una ciudad que apuesta por la innovación. El Ministerio de Economía y Competitividad concedió al municipio en 2011 el galardón de Ciudad de la Ciencia y la Innovación, lo que supuso la entrada a la Red Innpulso, red que lidera junto a Barakaldo y a la que pertenecen las ciudades españolas que han desarrollado proyectos innovadores de gran relevancia.

El Foro Móstoles Innova es otro referente de innovación en España. Reúne a más de un centenar de empresas e instituciones innovadoras que tienen su centro I+D+i o desarrollan proyectos de innovación relacionados con el municipio, como Uponor, Thyssenkrupp o Repsol YPF. En el marco de este foro, se presentó la Asociación Española de Empresas e Instituciones Innovadoras, con sede en Móstoles. Se trata de una asociación de ámbito nacional cuya finalidad es promover el desarrollo de *smart city solutions* para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, gestionar mejor los recursos públicos y contribuir a la sostenibilidad de las ciudades. Formada por cuatro tipos de socios —multinacionales, instituciones, pymes innovadoras y el ayuntamiento—, la asociación divulga actitudes innovadoras que promueven procesos de cambio para generar un mayor valor económico y social.

El municipio atrae así inversión y puestos de trabajo para convertirse en una ciudad inteligente y de futuro. Bajo la denominación de Smart City, Móstoles es sostenible e innovadora porque ha sabido gestionar los recursos municipales y las sinergias entre sectores empresariales locales. Además, es referente para otras ciudades en innovación y energía, ya



Móstoles es referente para otras ciudades en innovación y energía.

esta línea, Móstoles colabora con la Universidad Rey Juan Carlos en el marco del campus de Excelencia Internacional Energía Inteligente para desarrollar un proyecto estratégico en el ámbito de las *smart cities* con aspectos relacionados con el modelo de ciudad sostenible, la eficiencia energética y las infraestructuras inteligentes.

que incentiva el emprendimiento y la inversión a través de las infraestructuras urbanas y tecnológicas que permiten el desarrollo de nuevos proyectos empresariales. Móstoles dispone de un vivero de empresas y prepara otras iniciativas pioneras relacionadas con el emprendimiento y la innovación.

Además, el municipio cuenta con una serie de instituciones y agrupaciones de carácter investigador e innovador, entre las que destacan distintas universidades (URJC), IMDEA Energía, la Cámara de Comercio y colegios profesionales con los que se han firmado convenios. En

Dentro del ámbito de la innovación y como impulso al emprendimiento, la ciudad cuenta también con Ideas Ciudadanas, una red social que permite a los ciudadanos y empresas aportar sus ideas para mejorar la calidad de vida en el municipio. Otra iniciativa, el proyecto piloto Vehway, también se pone en marcha para mejorar la movilidad. Los conductores podrán comunicarse con otros usuarios de vehículos de forma instantánea, gratuita y confidencial, utilizando como identificador los códigos de sus matrículas. Innovación y proyectos de desarrollo empresarial que sitúan a Móstoles a la cabeza de las futuras ciudades sostenibles e inteligentes.

Y en 2015...

Made in Madrid (II)



turismo

minería industria aeroespacial

PAPEL Y
CARTÓN

arquitectura e ingeniería

electricidad y electrónica

empleo

telecomunicaciones

tratamiento de residuos actividades sanitarias

industria textil

construcción

actividades deportivas

hostelería

correos

prensa

alojamiento

suministro de energía

ACTIVIDADES INMOBILIARIAS





*Si no quedas satisfecho
con lo que pasa
en el mundo,
intenta cambiarlo*

En El Corte Inglés somos conscientes de que en nuestra sociedad hay muchas cosas que mejorar. Nuestra forma de demostrarlo es siendo respetuosos con el medio ambiente, colaborando con todo tipo de organizaciones sociales (ONG, asociaciones, instituciones públicas y privadas) y participando en numerosas actividades. En El Corte Inglés promovemos cada año más de 4.000 acciones relacionadas con la cultura, la acción social, la educación, el medio ambiente, el deporte y la ayuda al desarrollo.

El Corte Inglés



transporte de mercancías

industria
 química actividades publicidad
 financieras servicios
 seguros sociales
 administración pública
 transporte de viajeros
 seguridad automoción
 industria farmacéutica
 EDUCACIÓN juego
 industria alimentaria
 artes ganadería comercio
 GRÁFICAS agricultura
 agua

