



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA
Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Plan Operativo

2003-2007



Plan Operativo

2003 - 2007



**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Índice

| | |
|---|----|
| 0. INTRODUCCIÓN | 04 |
| 1. VISIÓN | 06 |
| 2. MISIÓN | 07 |
| 3. CRITERIOS | 08 |
| 4. VALORES | 09 |
| 5. OBJETIVOS GENERALES | 10 |
| 6. LÍNEAS ESTRATÉGICAS | 12 |
| 7. PROYECTOS | 25 |
| 8. COORDINACIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN | 76 |
| 9. CRONOGRAMA | 78 |
| 10. VIABILIDAD ECONÓMICA DEL PLAN | 85 |
| ANEXO: ORGANIGRAMA DE LA CONCEJALÍA | 86 |



**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Introducción

El Plan Operativo de la Concejalía de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana tiene como finalidad facilitar el cumplimiento de los compromisos del Programa Electoral con los ciudadanos de Madrid en las áreas que son competencia de esta Concejalía.

Se trata de una herramienta en la que se ordenan las acciones a desarrollar durante los próximos cuatro años, según las prioridades que se derivan del propio Programa Electoral, así como del Decreto de Delegación de Competencias de la Alcaldía-Presidencia, de 14 de junio de 2003.

Como filosofía, este Plan Operativo se apoya en la convicción de que las Administraciones Públicas de los estados modernos encuentran su legitimación sirviendo a la sociedad y a los ciudadanos con la mayor eficacia y diligencia. Por ello, la gestión pública requiere que sus fines y objetivos generales se hagan explícitos y, asimismo, adoptar una metodología sistemática que integre las actividades y procesos clave para alcanzar tales objetivos con los mejores resultados para toda la población.

Más en esta perspectiva no sólo cuenta lo que se hace, sino también cómo se hace. Los valores democráticos de responsabilidad, receptividad y capacidad de respuesta, transparencia y participación, entre otros, informan todos los contenidos del presente Plan, en su afán de traducir en metas cuantificables y medibles los objetivos políticos expresados en el programa de gobierno.

De este modo, la estructura formal del Plan responde a una concepción estratégica. Así, partiendo de la visión del futuro deseado para la ciudad de Madrid en los temas que son objeto de la competencia de esta Concejalía de Gobierno, concreta su misión, los criterios de actuación, los objetivos generales que se propone conseguir en la presente legislatura y las estrategias que se plantea para alcanzarlos, estrategias que se desdoblán en proyectos concretos.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

En todo caso, el Plan Operativo debe entenderse como un instrumento vivo, que va adquiriendo valor y evolucionando con el tiempo, lo que permite, tanto que se incluyan en él nuevas acciones, como que se puedan reformular las ya planteadas, todo ello para dar respuesta a circunstancias nuevas o diferentes de las conocidas inicialmente.

La formulación de este Plan representa también la participación y el compromiso de todos los trabajadores de la Concejalía para llevar a buen fin, de manera homogénea y cooperativa, esta tarea común. Por su vocación de servicio y orientación a la ciudadanía, es éste, por fin, un Plan abierto a los comentarios y sugerencias de todas las organizaciones, entidades y personas afectadas por las medidas que en el mismo se proponen. Sólo así podrá conseguir sus más óptimos resultados.⁽¹⁾

(1) BUZÓN DE SUGERENCIAS Y TEXTO COMPLETO DEL PLAN EN <http://www.munimadrid.es> Concejalía de Economía y Participación Ciudadana

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

1. Visión

La visión expresa la situación que se espera alcanzar en el futuro, por efecto de las actuaciones que se pondrán en marcha y el modo de llevarlas a cabo, siguiendo las orientaciones del presente Plan Operativo. Esa visión es la siguiente:

- Que los ciudadanos de Madrid sientan que viven en una ciudad abierta, dinámica, emprendedora y mejor dotada, en la que son protagonistas activos de su prosperidad, a través de una participación activa en todos los proyectos municipales.
- Que Madrid irradie prosperidad en el ámbito de la economía, mostrándose como una ciudad con oportunidades para las personas y para las empresas, acogedora de una estructura empresarial competitiva, con productos de calidad que generen confianza en los consumidores.
- Que se configure no sólo como polo de atracción sino también de difusión de sus valores y buenas prácticas, como una ciudad cosmopolita y amable, culturalmente activa y sostenible, que estimula la creatividad, la innovación y la aplicación de la tecnología para el bien común.
- Un foro económico que contribuya a la cohesión y vertebración de la economía española, trascendiendo asimismo al ámbito europeo y transatlántico.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

2. Misión

La misión de la Concejalía de Economía y Participación Ciudadana define la finalidad, la razón última de todas sus acciones. Como el resto de contenidos de este Plan Operativo ha sido definida, durante el proceso participativo interno de elaboración del mismo, de la forma siguiente:

TRANSFORMAR LA REALIDAD SIRVIENDO AL INTERÉS GENERAL, CONTRIBUYENDO A LA MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS CIUDADANOS Y HACIENDO DE MADRID UNA GRAN CIUDAD QUE PROYECTE UNA IMAGEN DE PARTICIPACIÓN Y PROGRESO; VANGUARDISTA, SOLIDARIA Y ABIERTA.



3. Criterios

Del Programa Electoral se desprenden algunos criterios generales que se refieren al modo de administrar lo público en esta nueva etapa. Su asunción requiere que sean incorporados, como orientaciones básicas para la gestión municipal, en este Plan Operativo. Se trata de los siguientes:

- **Modernización** de la Administración, dotando al Ayuntamiento de Madrid de todos los medios que caracterizan a una Administración Pública moderna.
- **Orientación al ciudadano**, escuchándole, atendiendo sus demandas y teniendo el bienestar general como finalidad, presente en todas las actuaciones municipales.
- **Modelo gerencial** de administrar, lo que conlleva introducir técnicas y herramientas nuevas de gestión que hacen más eficaces y eficientes a las organizaciones.
- **Impulso de la calidad** en la Administración Pública.
- Promoción de la **competencia y competitividad**, y a la vez de la **cooperación**, en relación a otras grandes ciudades.

A estos criterios se añaden los que deben constituir un modo de hacer propio de esta Concejalía y que consisten en:

- **IMPLANTACIÓN DE UN MODELO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA POR OBJETIVOS.**
- **PARTICIPACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES A TODOS LOS NIVELES.**
- **RESPONSABILIDAD PERSONALIZADA DE CADA PROYECTO.**
- **FOMENTO DE LA INICIATIVA, LA CREATIVIDAD Y LA INNOVACIÓN.**
- **SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN CONTINUA DE LAS ACCIONES.**
- **PRESENTACIÓN DE RESULTADOS A LA SOCIEDAD.**



4. Valores

Los valores se refieren al modo de ser y de actuar que se asumen como propios por todos los componentes de una organización y que dan a la misma un estilo propio y unos ideales compartidos. Su enumeración no conlleva un orden de jerarquía, pues todos ellos son igualmente prioritarios.

HONESTIDAD

TRANSPARENCIA

LEALTAD

PARTICIPACIÓN

EJEMPLARIDAD

RECEPTIVIDAD

COMPROMISO

PROXIMIDAD

VOLUNTAD DE SERVICIO

RESPONSABILIDAD



5. Objetivos Generales

OBJETIVO 1

CUMPLIR EL PROGRAMA ELECTORAL PARA RESPONDER AL COMPROMISO CONTRAIDO CON LOS CIUDADANOS DE MADRID.

OBJETIVO 2

APOYAR EL PROCESO DE DESARROLLO ECONÓMICO DEL MUNICIPIO DE MADRID Y LA MODERNIZACIÓN DE SUS EMPRESAS Y SECTORES PRODUCTIVOS, CON ESPECIAL ÉNFASIS EN AQUELLOS SECTORES CLAVE DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA COMO EL COMERCIO Y TURISMO, TODO ELLO CON UN ENFOQUE DE VERTEBRACIÓN TERRITORIAL. ACTUAR INTENSAMENTE EN DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES E IMPULSAR Y FACILITAR LA UTILIZACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS, TANTO POR LOS CIUDADANOS COMO POR LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS.

2.1. Apoyar el desarrollo, la innovación, el espíritu emprendedor, la creación de actividad económica y la internacionalización de la economía madrileña.

2.2. Proteger e impulsar el comercio de proximidad como servicio de calidad y como factor de cohesión para evitar la desertización de zonas urbanas y mejorar la calidad de vida de los barrios. Modernizar los mercados hacia una oferta comercial, lúdica y cultural, más acorde con la sociedad.

2.3. Garantizar la seguridad y protección de los derechos de los consumidores promoviendo un consumo razonable, ético y solidario:

- impulsando el Sistema Arbitral de Consumo
- potenciando las Asociaciones de Consumidores

2.4. Hacer de la innovación un apoyo fundamental para el desarrollo de la ciudad y de la sociedad madrileña, poniendo en marcha un Plan completo para su incorporación a la sociedad del conocimiento.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

- 2.5.** Conseguir una estructura turística más equilibrada, rentabilizada y diversificada, capaz de crear riqueza, desarrollo económico y empleo para la ciudad.
- 2.6.** Consolidar Madrid como destino turístico de primer orden, con una imagen propia y mejor posicionamiento internacional, teniendo como horizonte el Proyecto Olímpico.

OBJETIVO 3

GARANTIZAR A LOS MADRILEÑOS EL EJERCICIO DE LA DEMOCRACIA PARTICIPATIVA Y EXTENDER EL VALOR DE LA PARTICIPACIÓN A TODA LA ORGANIZACIÓN MUNICIPAL. CONSEGUIR EL REEQUILIBRIO TERRITORIAL Y SOCIAL DE LOS DISTRITOS DE MADRID. CONVERTIR LA ALMENDRA CENTRAL DE MADRID EN EL ESCAPARATE CULTURAL Y SOCIAL DE LA CIUDAD, HACIÉNDOLO MÁS HABITABLE Y SEGURO.

- 3.1.** Diseñar nuevas vías de participación ciudadana fomentando el ejercicio del derecho a la participación y promoviendo el intercambio y difusión de buenas prácticas de participación y convivencia.
- 3.2.** Planificar, dirigir e impulsar la creación de nuevos espacios para la participación en el ámbito del Gobierno Municipal y de los Distritos.
- 3.3.** Coordinar la planificación y desarrollo de Planes Especiales de Inversión para alcanzar el reequilibrio territorial y social de la ciudad.
- 3.4.** Planificar, coordinar e impulsar las políticas sectoriales implicadas en la revitalización del centro urbano y controlar su ejecución, con la participación de las Concejalías competentes, estableciendo criterios estratégicos para la revitalización del Centro.
- 3.5.** Promover e impulsar el uso racional del Centro urbano mediante políticas de rehabilitación de viviendas, nuevos modelos de viviendas y recuperación del uso residencial para los jóvenes.
- 3.6.** Coordinar y propiciar la conjunción de políticas de desarrollo urbanístico y cultural del Centro urbano, proyectando y fomentando la imagen cosmopolita y abierta de Madrid.



6. Líneas Estratégicas

Área de Economía

1. SUBÁREA DE PROMOCION ECONOMICA

OBJETIVO:

Apoyar el desarrollo, la innovación, el espíritu emprendedor, la creación de actividad económica y la internacionalización de la economía madrileña.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS:

1.1. CONCERTACIÓN Y FOMENTO DE LA ECONOMÍA DE LA CIUDAD

DESCRIPCIÓN:

Se trata de promover acciones clave dirigidas al desarrollo económico y a la generación de actividad en Madrid, en un clima de consenso social y propiciar el mejor conocimiento de la economía de la ciudad.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

- 1.1.1. Agilización Licencia Actividad Económica.
- 1.1.2. Diseño y puesta en marcha del Consejo Local para el Desarrollo y el Empleo.
- 1.1.3. Diseño, creación y puesta en marcha del Instituto de Desarrollo Económico.
- 1.1.4. Creación del Observatorio Económico Municipal.

ver página 25

ver página 26

ver página 26

ver página 27



1.2. DESARROLLO DE LAS INFRAESTRUCTURAS EMPRESARIALES DE MADRID CAPITAL

DESCRIPCIÓN:

Persigue incrementar la oferta de infraestructuras y suelo industrial en el municipio de Madrid y mejorar las posibilidades y la calidad de los ya existentes.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

- 1.2.1. Dotación en Infraestructuras Empresariales.
- 1.2.2. Constitución de la entidad "Madrid Plataforma Logística".

ver página 28

ver página 28

1.3. FOMENTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES Y DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR

DESCRIPCIÓN:

Actuaciones de apoyo a la competitividad de la PYME de Madrid y medidas de fomento del espíritu emprendedor, con un especial énfasis en la economía social.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

- 1.3.1. Valorización de la PYME madrileña.
- 1.3.2. Fomento del espíritu emprendedor.
- 1.3.3. Promoción Económica Internacional.
- 1.3.4. Apoyo de la Economía Social.

ver página 29

ver página 29

ver página 30

ver página 30

1.4. INCREMENTO DE LOS INGRESOS PROCEDENTES DE LA UE Y DE LA PARTICIPACIÓN EN SUS PROGRAMAS

DESCRIPCIÓN:

Se persigue incrementar los recursos de la Unión Europea para financiar proyectos y lograr una mayor presencia en proyectos europeos.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

- 1.4.1. Maximización de recursos de la UE y de otros organismos.
- 1.4.2. Participación en nuevos programas europeos.

ver página 31

ver página 31

Plan Operativo

2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

2. SUBÁREA DE COMERCIO Y CONSUMO

OBJETIVOS:

Proteger e impulsar el comercio de proximidad como servicio de calidad y como elemento de cohesión para evitar la desertización de zonas urbanas y mejorar la calidad de vida de los barrios. Modernizar los mercados hacia una oferta comercial, lúdica y cultural más acorde con la sociedad.

Garantizar la seguridad y protección de los derechos de los consumidores promoviendo un consumo razonable, ético y solidario:

- impulsando el Sistema Arbitral de Consumo
- potenciando las Asociaciones de Consumidores

LÍNEAS ESTRATÉGICAS:

A) COMERCIO

2.1. DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD

DESCRIPCIÓN:

Se persigue modernizar el comercio de proximidad y adecuarlo a la realidad socioeconómica de Madrid y a su demanda comercial.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

- 2.1.1. Transformación de zonas comerciales tradicionales en Centros Comerciales Abiertos
- 2.1.2. Información y participación de los comerciantes.

ver página 32

ver página 33

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

2.2. MERCADOS MUNICIPALES MÁS COMPETITIVOS

DESCRIPCIÓN:

Se trata de dinamizar y mejorar los mercados municipales así como de unificar su imagen.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

2.2.1. Nueva imagen mercados de Madrid.

2.2.2. Formación.

2.2.3. Estructuras.

ver página 34

ver página 34

ver página 35

2.3. CONFIANZA DE LOS CIUDADANOS EN LA VENTA AMBULANTE

DESCRIPCIÓN:

Madrid debe contar con un comercio ambulante de calidad y de confianza para los consumidores, controlando la venta ambulante ilegal de cualquier producto.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

2.3.1. Legislación protección al consumidor.

2.3.2. Información, formación, divulgación y control.

ver página 36

ver página 36

2.4. AMPLIACIÓN, MEJORA Y CALIDAD EN MERCAMADRID

DESCRIPCIÓN:

Mercamadrid será un referente en materia de alimentación, con calidad en el abastecimiento, fomento del empleo, desarrollo sostenible y proyección exterior de Madrid.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

2.4.1. Infraestructuras.

2.4.2. Calidad.

2.4.3. Mercado virtual.

ver página 37

ver página 37

ver página 38



B) CONSUMO

2.5. EFICACIA Y AGILIDAD EN MATERIA DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES

DESCRIPCIÓN:

Agilización de la actuación administrativa, modernizando la gestión para acercar los servicios a los ciudadanos.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

- 2.5.1.** Creación del Instituto Municipal de Consumo.
- 2.5.2.** Campañas de inspección.
- 2.5.3.** Códigos de Buenas Prácticas.
- 2.5.4.** Potenciación de las Asociaciones de Consumidores.

ver página 39

ver página 39

ver página 40

ver página 40

2.6. ARBITRAJE DE CONSUMO: LA FÓRMULA MÁS IDÓNEA PARA LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

DESCRIPCIÓN:

Se pretende consolidar el Sistema Arbitral de Consumo como servicio público gratuito y ágil, estableciendo procedimientos simplificados para importes de menor cuantía.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

- 2.6.1.** Agilización del Sistema Arbitral de Consumo.
- 2.6.2.** Difusión del Sistema de Arbitraje de Consumo.

ver página 41

ver página 41

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

3. SUBÁREA DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

OBJETIVO:

Hacer de la innovación un apoyo fundamental para la evolución de la ciudad y de la sociedad madrileña, poniendo en marcha un Plan completo para su incorporación a la sociedad del conocimiento.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS:

3.1. INCORPORACIÓN DE LOS CIUDADANOS A LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

DESCRIPCIÓN:

Se trata de promover la incorporación de la ciudadanía madrileña a la sociedad de la información, facilitando el acceso a las nuevas tecnologías y su utilización a través de centros de acceso público a Internet o desde los propios hogares.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

- 3.1.1. Nuevas tecnologías en los hogares madrileños.
- 3.1.2. Centros de acceso público a Internet, en cada Distrito.
- 3.1.3. Grandes empresas y organizaciones dinamizadoras.

ver página 42

ver página 43

ver página 43

3.2. CONOCIMIENTO TECNOLÓGICO COMO ELEMENTO DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN:

Pretende facilitar y conseguir que las PYMEs, autónomos y microempresas aprovechen el valor de la sociedad del conocimiento, introduciendo en ellas las nuevas tecnologías, induciendo la disminución de su coste, ofertando valor y presentando todas las soluciones más innovadoras a través de un centro permanente de expresión de nuevas tecnologías.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

- 3.2.1. Nuevas tecnologías en las PYMEs.
- 3.2.2. Centros de difusión tecnológica.
- 3.2.3. Centro de expresión de nuevas tecnologías.

ver página 44

ver página 44

ver página 45

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

3.3. RED DE COMUNICACIONES PARA TODOS

DESCRIPCIÓN:

Consiste en promover en la ciudad de Madrid una infraestructura de comunicaciones adecuada, con operadores de telecomunicaciones alineados para conseguir una ciudad puntera, y regulando los elementos de telecomunicaciones.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

3.3.1. Infraestructura de telecomunicaciones.

3.3.2. Normativa reguladora de los elementos de telecomunicaciones.

ver página 46

ver página 46

3.4. SOLUCIONES INNOVADORAS PARA LA SOCIEDAD

DESCRIPCIÓN:

Pretende establecer las bases para la mejora y la innovación continua en la ciudad de Madrid, generalizar la seguridad y la calidad en una red de suministro de energía que llegue a todos.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

3.4.1. Fundación para la innovación.

3.4.2. Programas Universidad-empresa.

3.4.3. Seguridad, calidad y energías renovables.

ver página 47

ver página 47

ver página 48

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

4. SUBÁREA DE TURISMO

OBJETIVOS:

Conseguir una estructura turística más equilibrada, rentabilizada y capaz de crear riqueza, desarrollo económico y empleo para la ciudad.

Consolidar Madrid como destino turístico de primer orden, logrando un mejor posicionamiento internacional y mayor diversificación:

- consolidando y potenciando el turismo de negocios,
- diseñando y desarrollando el turismo cultural, de ocio y deportivo con criterios de calidad.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS:

4.1. MEJORA DEL POSICIONAMIENTO DE MADRID COMO DESTINO TURÍSTICO

DESCRIPCIÓN:

Busca rentabilizar al máximo los recursos turísticos y aumentar el número de turistas, pernoctaciones y gasto en la ciudad, situando a Madrid como destino turístico líder. Asimismo, contribuir para conseguir las Olimpiadas para Madrid.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

- 4.1.1. Elaboración y puesta en marcha de un Plan de Comunicación.
- 4.1.2. Consolidación del Turismo de Negocios.
- 4.1.3. Desarrollo del Turismo Cultural.
- 4.1.4. Desarrollo del Turismo Deportivo.
- 4.1.5. Desarrollo del Turismo de Ocio.
- 4.1.6. Desarrollo del Turismo de Compras.

ver página 49

ver página 50

ver página 51

ver página 52

ver página 53

ver página 54

Plan Operativo

2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

4.2. DESARROLLO DE CANALES DE INFORMACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

DESCRIPCIÓN:

Consiste en el desarrollo de canales de información, modernos, eficaces y de calidad sobre la oferta turística de Madrid y su comunicación interactiva con los visitantes y turistas y con el resto de los agentes implicados.

Se trata asimismo, de favorecer la comunicación entre los organizadores de eventos, el área municipal de Turismo y los turistas, así como y de desarrollar canales de comunicación con los visitantes potenciales.

Fomentar la creación de productos y su comercialización, segmentando y dirigiendo los mensajes a grupos de clientes concretos para favorecer el enriquecimiento de la oferta turística.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

- 4.2.1. Creación y desarrollo de un Centro de Información Turística de Madrid.
- 4.2.2. Creación de una página web de turismo.
- 4.2.3. Creación de un servicio de documentación para soporte de la información turística.
- 4.2.4. Consolidación del Servicio de Información turística "Los chicos de amarillo".
- 4.2.5. Consolidación del programa "Descubre Madrid".

ver página 55

ver página 56

ver página 57

ver página 58

ver página 59

4.3. ORDENACIÓN Y GESTIÓN DE LAS ESTRUCTURAS TURÍSTICAS

DESCRIPCIÓN:

Estudio y ordenación de las estructuras turísticas propiciando la creación de las necesarias en los diferentes segmentos de mercado.

Constitución y puesta en marcha de una estructura adecuada de gestión para poder abordar cada segmento de mercado coordinadamente en la región madrileña y optimizando los recursos con un mensaje único.

Colaboración con Universidades y centros de estudios turísticos para el desarrollo de la formación continua de los profesionales del turismo.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

- 4.3.1. Constitución de un Consorcio para la Promoción Turística de Madrid.
- 4.3.2. Estudios y Formación.
- 4.3.3. Ordenación.

ver página 60

ver página 61

ver página 62



Área de Participación Ciudadana

5. SUBÁREA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

OBJETIVOS:

- Diseñar nuevas vías de participación ciudadana y fomentar el ejercicio del derecho a la participación.
- Planificar, dirigir e impulsar la creación de nuevos espacios para la participación en el ámbito del Gobierno municipal y de los Distritos.
- Proporcionar apoyo y asistencia técnica en materia de participación ciudadana a otros ámbitos de la organización municipal.
- Fomentar el asociacionismo y voluntariado.
- Promover y mantener relaciones entre el Ayuntamiento y otros organismos e instituciones locales, autonómicas, nacionales e internacionales en materia de participación.
- Coordinar la planificación y desarrollo de planes especiales de inversión.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS:

5.1. IMPULSO DE LA DEMOCRACIA PARTICIPATIVA

DESCRIPCIÓN:

Se trata de disponer de los instrumentos jurídicos adecuados para el desarrollo de la democracia participativa en la ciudad, así como de prever las acciones en las que se articule esta participación, incluyendo el apoyo a las asociaciones y entidades implicadas.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

- 5.1.1. Elaboración Reglamento de Participación Ciudadana.
- 5.1.2. Elaboración del Plan de Participación Ciudadana.
- 5.1.3. Fomento del asociacionismo y voluntariado y desarrollo, con éste, de fórmulas mixtas de gestión.

ver página 63

ver página 64

ver página 65



5.2. NUEVAS VÍAS DE PARTICIPACIÓN

DESCRIPCIÓN:

Se trata de crear y desarrollar nuevas vías para la participación, realizada a través de canales formales o de forma individual, en la gestión municipal.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

ver página 66

ver página 67

ver página 68

ver página 69

ver página 69

ver página 70

5.2.1. Elaboración del proyecto Consejo Director de la Ciudad, apoyo y seguimiento.

5.2.2. Diseño y desarrollo de métodos e instrumentos para conocer la percepción, demandas y opinión de los ciudadanos sobre los servicios públicos y posibilitar su participación en la toma de decisiones.

5.2.3. Participación en Red y Consulta ciudadana.

5.2.4. Creación, apoyo y seguimiento de los Consejos Territoriales y Sectoriales.

5.2.5. Elaboración de la "Carta de Ciudadanía".

5.2.6. Presencia de la participación en el nuevo modelo de gestión pública.

5.3. MODELO ESTRATÉGICO DE MADRID

DESCRIPCIÓN:

Actuaciones de apoyo a la competitividad de la PYME de Madrid y medidas de fomento del espíritu emprendedor, con un especial énfasis en la Economía Social.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

ver página 71

ver página 71

5.3.1. Coordinación y desarrollo de los planes especiales de inversión.

5.3.2. Modelo estratégico de Madrid.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

5.4. FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN PARA LA CONVIVENCIA

DESCRIPCIÓN:

Se trata de diseñar y desarrollar campañas informativas-formativas tendentes a incorporar a los ciudadanos en la cultura de la participación. Se pretende, asimismo, la organización y participación en eventos y foros nacionales e internacionales que permitan situar Madrid como referente internacional de democracia participativa.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

5.4.1. Divulgación.

5.4.2. Intercambio de Buenas Prácticas.

ver página 72

ver página 73



6. SUBÁREA DE LA OFICINA DEL CENTRO

OBJETIVOS:

- Planificar, coordinar e impulsar las políticas sectoriales implicadas en la revitalización del centro urbano y controlar su ejecución, con la participación de las Concejalías competentes, estableciendo criterios estratégicos para la revitalización del Centro.
- Promover e impulsar el uso racional del centro urbano mediante políticas de rehabilitación de viviendas, nuevos modelos de viviendas y recuperación del uso residencial para los jóvenes.
- Coordinar y propiciar la conjunción de políticas de desarrollo urbanístico y cultural del centro urbano, proyectando y fomentando la imagen cosmopolita abierta y acogedora de Madrid.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS:

6.1. COORDINACIÓN DE POLÍTICAS

DESCRIPCIÓN:

Creación de canales estables de comunicación con responsables de la ejecución de medidas para la revitalización y desarrollo del Centro.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

6.1.1. Definición y puesta en marcha de la Oficina del Centro.

ver página 74

6.2. RACIONALIZACIÓN URBANÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN DE NUEVAS INFRAESTRUCTURAS DE TRANSPORTE

DESCRIPCIÓN:

Medidas para hacer del Centro un área habitable, al tiempo que dinámica y segura, fomentando el uso residencial para los jóvenes y facilitando la construcción de nuevas infraestructuras de transporte urbano subterráneo.

PROYECTOS QUE COMPRENDE:

- 6.2.1. Plan de Relocalización de Unidades de Suministro de combustible a vehículos.
- 6.2.2. Comisión Ciudadana Puerta del Sol.

ver página 75

ver página 75



7. Proyectos

1. Subárea de Promoción Económica

LÍNEA 1: CONCERTACIÓN Y FOMENTO

1.1.1. AGILIZACIÓN LICENCIA ACTIVIDAD ECONÓMICA.

FUNDAMENTACIÓN:

Este proyecto tiene por finalidad agilizar los plazos y simplificar los trámites para facilitar la puesta en marcha de proyectos que enriquezcan la ciudad y lograr que la actividad empresarial sea un motor de desarrollo económico.

DESTINATARIOS:

Ciudadanos que quieran establecer negocios y empresas de actividad comercial.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Agilizar la tramitación de las Licencias de Actividad.
2. Conseguir la concesión de una licencia en un plazo inferior a 30 días, una vez presentados todos los permisos necesarios.

ACTIVIDADES:

- Creación de la LUAC (Licencia Única de Actividad Comercial) que engloba los diferentes permisos necesarios para realizar la actividad comercial y de servicios accesorios.
- Creación de los OCACs (Organismos de Certificación y de Actividades Comerciales) que tramitarán las autorizaciones precisas para el ejercicio de la actividad. Una vez presentada la certificación emitida por el OCAC, se llevará a cabo la expedición de la licencia por los servicios municipales en un plazo máximo de 15 días.
- Desarrollo normativo: Ordenanza.
- Nuevas licencias condicionadas.



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

1.1.2. DISEÑO Y PUESTA EN MARCHA DEL CONSEJO LOCAL PARA EL DESARROLLO Y EL EMPLEO

FUNDAMENTACIÓN:

En la ciudad de Madrid es necesario disponer de un órgano adecuado en el que discutir y consensuar actuaciones que afectan al ámbito económico-empresarial, facilitando el diálogo con los agentes sociales en el marco de las actuaciones municipales.

DESTINATARIOS:

Agentes sociales (CEIM, CCOO, UGT), Ayuntamiento de Madrid y tejido económico de la ciudad.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Constituir un Consejo Local como órgano de concertación de las actividades de desarrollo y empleo.
2. Desarrollar al menos 1 reunión del Consejo Local cada seis meses.
3. Realizar informes anuales sobre la actividad del Consejo.

ACTIVIDADES:

- Diseño de las Normas Regulatoras.
- Aprobación de las Normas.
- Constitución del Consejo Local.
- Funcionamiento del Consejo Local.

1.1.3. DISEÑO, CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL INSTITUTO DE DESARROLLO ECONÓMICO

FUNDAMENTACIÓN:

El municipio de Madrid necesita un instrumento ágil de promoción de la actividad económica y del desarrollo municipal, que busque también el reequilibrio municipal.

DESTINATARIOS:

Sector empresarial, potenciales emprendedores, inversores y tejido económico.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Aprobar los Estatutos del Instituto de Desarrollo.
2. Establecer las prioridades de actuación del Instituto.
3. Crear 21 Oficinas de Desarrollo Territorial (ODETs).

ACTIVIDADES:

- Diseño del Instituto y aprobación de las normas reguladoras.
- Puesta en funcionamiento del Instituto.
- Creación de las ODETs.
- Realización de las actividades propias del Instituto y de las Oficinas.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

1.1.4. CREACIÓN DEL OBSERVATORIO ECONÓMICO MUNICIPAL

FUNDAMENTACIÓN:

Existen muy escasos estudios económicos sobre la economía municipal. Por ello se considera necesario dotar a la ciudad de un departamento desde el que se analice y estudie la estructura de su economía, su evolución y sus tendencias.

DESTINATARIOS:

Administraciones públicas, agentes sociales, inversores y en general, los ciudadanos y agentes económicos y empresas de Madrid.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Constituir un equipo de trabajo que formará el Observatorio.
2. Publicar un Manual sobre Economía del Municipio.
3. Elaborar un Boletín de Información Económica Trimestral.
4. Organizar 2 Jornadas sobre la economía de Madrid.
5. Publicar un estudio anual sobre cada uno de los sectores clave de la economía madrileña (turismo, servicios, etc.)

ACTIVIDADES:

- Puesta en marcha del observatorio.
- Definición del plan de trabajo.
- Trabajos periódicos, consolidación.
- Realización de trabajos específicos.



LÍNEA 2: DESARROLLO INFRAESTRUCTURAS EMPRESARIALES

1.2.1. DOTACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS EMPRESARIALES

FUNDAMENTACIÓN:

El municipio de Madrid necesita una mayor dotación de zonas industriales y una mayor calidad de las existentes. Es necesario hacer hincapié en el uso de las nuevas tecnologías para revalorizar los espacios industriales del municipio.

DESTINATARIOS:

PYMES, Polígonos Industriales, Asociaciones de Empresarios, potenciales inversores y, en general, todo el tejido económico del municipio de Madrid.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Elaborar un diagnóstico del estado actual y necesidades de las infraestructuras empresariales.
2. Elaborar o actualizar un localizador de áreas industriales de Madrid.
3. Elaborar y aprobar el "Programa de Dotación en Infraestructuras Empresariales".
4. Incluir en dicho programa la creación de un Parque Científico-Tecnológico.
5. Incluir la creación del complejo Moda-Textil.

ACTIVIDADES:

- Elaboración del diagnóstico.
- Planificación de actuaciones.
- Puesta en práctica del plan.

1.2.2. CREACIÓN DE LA ENTIDAD MADRID PLATAFORMA LOGÍSTICA

FUNDAMENTACIÓN:

Es necesario aunar todos los intereses y agentes, públicos y privados, para lograr que Madrid se constituya en el mayor enclave logístico del sur de Europa.

DESTINATARIOS:

Empresas, Asociaciones, Administraciones y todas las entidades enmarcadas en la comunidad logística.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Organizar una reunión de encuentro y discusión de la comunidad logística.
2. Crear un Foro estable denominado "Madrid Plataforma Logística".
3. Definir las actuaciones y alcance de las medidas a adoptar a través de esa entidad.

ACTIVIDADES:

- Realización de los primeros contactos y reuniones.
- Constitución de Madrid Plataforma logística.



LÍNEA 3: FOMENTO COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES

1.3.1. VALORIZACIÓN DE LAS PYMES MADRILEÑAS

FUNDAMENTACIÓN:

Todas las Administraciones Públicas tienen que articular medidas de apoyo a las PYMES y a su tejido empresarial. El Ayuntamiento de Madrid lo hará a través del Instituto de Desarrollo en colaboración con el resto de Administraciones que actúan en su mismo territorio.

DESTINATARIOS:

PYME del municipio de Madrid, en especial la PYME, industrial localizada en Áreas Industriales.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Elaborar un análisis-diagnóstico de necesidades de la PYME susceptibles de ser apoyadas desde el Ayuntamiento de Madrid.
2. Elaborar un plan de actuación a favor de la PYME madrileña.
3. Revisar periódicamente y actualizar dicho plan.

ACTIVIDADES:

- Análisis de necesidades.
- Actuación de apoyo a la PYME.
- Ejecución y actualización del plan.

1.3.2. FOMENTO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR

FUNDAMENTACIÓN:

Los emprendedores son una fuente de creación de actividad económica y empleo, por lo que es necesario que el Ayuntamiento de Madrid apoye la iniciativa emprendedora desde el surgimiento de una idea hasta su concreción.

DESTINATARIOS:

Emprendedores, con especial incidencia en jóvenes, mayores de 45 años, mujeres y colectivos con dificultades.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Elaborar un diagnóstico de la situación y necesidades.
2. Elaborar e implementar el correspondiente plan de actuación.

ACTIVIDADES:

- Contactos y reuniones previas.
- Diagnóstico de necesidades.
- Elaboración del plan de actuación.
- Puesta en marcha y desarrollo del plan.

Plan Operativo

2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

1.3.3. PROMOCIÓN ECONÓMICA INTERNACIONAL

FUNDAMENTACIÓN:

La economía madrileña, por su propia estructura es fundamentalmente importadora. Ello debe complementarse con actuaciones de fomento de la internacionalización que busquen, por un lado, el fomento de las inversiones extranjeras en Madrid y, por otro, el incremento de la presencia de la PYME madrileña en el exterior.

DESTINATARIOS:

PYMES, Asociaciones de empresarios, Organizaciones profesionales, potenciales inversores nacionales y extranjeros.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Diseñar una estrategia dirigida a apoyar, desde el Ayuntamiento, la internacionalización de la PYME local.
2. Articular e implementar un plan de atracción de inversiones.
3. Articular e implementar un plan de internacionalización de la PYME en países clave.

ACTIVIDADES:

- Reuniones previas.
- Plan de actuación.
- Atracción de inversores.
- Fomento de la internacionalización.

1.3.4. APOYO A LA ECONOMÍA SOCIAL

FUNDAMENTACIÓN:

El sector de la economía social supone un importante porcentaje de la economía madrileña. Sin embargo, este sector demanda más atención y apoyo por parte de las Administraciones. Uno de los objetivos para esta legislatura es apoyar las potencialidades de este sector.

DESTINATARIOS:

Todo el espectro de organizaciones englobadas en la genérica denominación de "Economía Social".

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Constituir un foro de la Economía Social.
2. Elaborar un Libro blanco sobre las necesidades del sector en Madrid.
3. Poner en práctica las medidas de apoyo al sector acordadas en dicho Foro y contenidas en el Libro blanco.

ACTIVIDADES:

- Definición del sector y necesidades.
- Diseño de medidas de apoyo al sector.
- Puesta en marcha de medidas.
- Constitución del Consejo de Economía Social.



LÍNEA 4: INCREMENTO PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS U.E.

1.4.1. MAXIMIZACIÓN DE RECURSOS DE LA UE Y OTROS ORGANISMOS

FUNDAMENTACIÓN:

El Ayuntamiento de Madrid necesita optimizar la utilización de recursos financieros de la UE, para poner en práctica sus proyectos con un menor coste económico. Para ello, es importante tratar de maximizar las posibilidades de los Fondos Estructurales y de Cohesión.

DESTINATARIOS:

Ayuntamiento de Madrid, en especial Concejalía de Hacienda, Empleo y Servicios al Ciudadano y Concejalía de Medio Ambiente.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Incrementar el volumen de recursos financieros que el Ayuntamiento recibe de la UE.
2. Renegociar los recursos procedentes del Fondo de Cohesión

ACTIVIDADES:

- Estudio del punto de partida.
- Negociar la obtención de más recursos.

1.4.2. PARTICIPACIÓN EN NUEVOS PROGRAMAS EUROPEOS

FUNDAMENTACIÓN:

El Ayuntamiento de Madrid debe tratar de obtener nuevas fuentes de financiación que no se han venido utilizando, con el fin de aligerar el gasto derivado de la realización de nuevos proyectos.

DESTINATARIOS:

Ayuntamiento de Madrid, en especial Concejalía de Hacienda, Empleo y Servicios al Ciudadano y Concejalías gestoras de proyectos.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Incrementar el número de proyectos europeos en los que participe el Ayuntamiento.
2. Constituir una unidad encargada de promover esta participación.

ACTIVIDADES:

- Investigar nuevos programas.
- Transmitir información a otras Concejalías interesadas.
- Apoyar la presentación de proyectos.



2. Subárea de Comercio y Consumo

LÍNEA 1: DINAMIZACIÓN COMERCIO DE PROXIMIDAD

2.1.1. TRANSFORMACIÓN ZONAS COMERCIALES TRADICIONALES EN CENTROS COMERCIALES ABIERTOS

FUNDAMENTACIÓN:

El comercio de proximidad ofrece a los ciudadanos un servicio cómodo y de calidad, y es un elemento clave para la revitalización y mejora de la calidad de vida de los barrios. El presente proyecto contiene actuaciones tendentes a transformar las zonas comerciales de Madrid y adecuarlas a la realidad socioeconómica de la ciudad.

DESTINATARIOS:

Consumidores, usuarios y asociaciones de comerciantes

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Modernizar el comercio de proximidad y adecuarlo a la realidad socioeconómica de Madrid y su demanda comercial.

ACTIVIDADES:

- Estudios y análisis de zonas concretas. Puesta en marcha de ejes preferenciales:
 - Gran Vía/Pza.Callao/Preciados/Pta Sol.
 - Mercado Cebada/Rastro/Pta Toledo.
 - Menéndez Pelayo/Ibiza/S.de Baranda/O'Donnell.
 - Diego de León/Fco. Silvela/Velásquez/Ortega y Gasset.
- Trabajo con empresas del sector comercio/ocio/turismo/franquicias para favorecer estos desarrollos.
- Ayudas a la gestión e imagen unitaria. Actuaciones urbanísticas complementarias.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

2.1.2. INFORMACIÓN, Y PARTICIPACIÓN DE LOS COMERCIANTES

FUNDAMENTACIÓN:

Es necesario crear vías de comunicación entre las asociaciones y organizaciones que agrupan el comercio de proximidad y la Administración municipal, con el fin de facilitar el conocimiento de los proyectos impulsados por el ayuntamiento y la participación de los comerciantes para mejorarlos y adecuarlos a sus necesidades.

DESTINATARIOS:

Asociaciones de comerciantes locales y de barrio y organizaciones empresariales.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Hacer partícipes a las Asociaciones de comerciantes en la toma de decisiones del programa de Comercio de la Concejalía.
2. Lograr la participación de los comerciantes en mesas sectoriales (alimentación, no perecederos y franquicias) para que valoren la incidencia y evolución de la demanda comercial de Madrid.

ACTIVIDADES:

- Información a comerciantes.
- Participación en mesas sectoriales locales.



LÍNEA 2: MERCADOS MUNICIPALES MAS COMPETITIVOS

2.2.1. NUEVA IMAGEN DE LOS MERCADOS DE MADRID

FUNDAMENTACIÓN:

Madrid dispone de 48 mercados, de los que 22 son centros comerciales de barrio. Se pretende impulsar, para todos ellos, una imagen de marca apoyada en unos criterios de calidad claramente perceptibles por los ciudadanos.

DESTINATARIOS:

Consumidores y Asociaciones de Comerciantes de los mercados

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Crear una nueva imagen de mercados que sea referente de la actividad comercial moderna.
2. Crear una imagen de marca tipo "Mercados de Madrid", "Madrid Mercados".

ACTIVIDADES:

- Estudio nueva Ordenanza de unificación de los Mercados y los Centros Comerciales de Barrio.
- Realización de campañas de promoción de la nueva imagen de mercados a empresas de distribución / ocio / turismo y a los consumidores.
- Desarrollo de la nueva oferta comercial.

2.2.2. FORMACIÓN

FUNDAMENTACIÓN:

Los mercados tradicionales son una pieza clave en el comercio de la ciudad. Para que Madrid pueda contar con mercados modernos y competitivos es necesario promover la formación de equipos directivos para la buena gestión de sus mercados.

DESTINATARIOS:

Equipos directivos y gerentes de los mercados y centros comerciales de barrio.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Implantar otra forma de gestionar los mercados acorde con a la nueva oferta comercial producto de la dinamización y modernización de los mercados, ayudando tanto en la formación de los gerentes como fomentando la contratación de nuevos gerentes.

ACTIVIDADES:

- Formación de comerciantes.
- Gestión privada mercados / gerencial parcialmente subvencionada 80-60-40-20-0.
- Ayudas a la nueva gestión basada en la nueva oferta comercial de los mercados.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

2.2.3. ESTRUCTURAS

FUNDAMENTACIÓN:

Es necesario profundizar en una adecuada política de subvenciones para la mejora y modernización de las instalaciones y para la adecuación de estructuras de los mercados.

DESTINATARIOS:

Mercados y centros comerciales de barrio

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Mejorar y modernizar tanto las estructuras de los mercados como los servicios que ofrecen a los consumidores.
2. Elaborar y poner en marcha del Plan de Dinamización y Modernización de Mercados.

ACTIVIDADES:

- Mejora y modernización de instalaciones (ordenanza de subvenciones).
- Supresión de barreras arquitectónicas en mercados.
- Introducción nuevas tecnologías (pago tarjeta, móvil, internet,...)



LÍNEA 3: CONFIANZA EN LA VENTA AMBULANTE

2.3.1. LEGISLACIÓN Y PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

FUNDAMENTACIÓN:

Con el fin de garantizar la seguridad y de proteger los intereses de los consumidores, es preciso disponer de un instrumento jurídico adecuado que respalde las actuaciones de la autoridad municipal en el ámbito de la actividad comercial.

DESTINATARIOS:

Consumidores

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Elaborar una nueva Ordenanza de venta ambulante que proteja los intereses de los consumidores y que evite la competencia desleal con el resto del comercio.

ACTIVIDADES:

- Ordenanza Municipal de Venta Ambulante.

2.3.2. INFORMACIÓN, FORMACIÓN Y DIVULGACIÓN

FUNDAMENTACIÓN:

El Ayuntamiento de Madrid pretende consolidar una venta ambulante legal y de calidad para los ciudadanos, llevando a cabo acciones de formación específicamente dirigidas al comerciante ambulante, para facilitar la profesionalización del sector, propiciando la colaboración de las organizaciones y asociaciones, así como la sensibilización de los consumidores para impedir la venta ambulante ilegal.

DESTINATARIOS:

Comerciantes, consumidores y usuarios.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Informar y formar a los comerciantes y a los consumidores sobre la venta ambulante legal, como actividad lícita que no atenta contra los derechos de los consumidores.
2. Realizar una campaña anual en contra de la venta ambulante ilegal.

ACTIVIDADES:

- Estudio del sector.
- Formación del sector. Convenios con Asociaciones de comerciantes de venta ambulante.
- Información al consumidor.
- Introducción de nuevas tecnologías en el sector mediante ayudas a subvenciones.



LINEA 4: AMPLIACIÓN, MEJORA Y CALIDAD EN MERCAMADRID

2.4.1. INFRAESTRUCTURAS

FUNDAMENTACIÓN:

Consolidación de Mercamadrid como referente alimentario, haciendo de Mercamadrid la mayor plataforma alimentaria de Europa, ampliando su radio de acción a toda la península y convirtiéndolo en polo de atracción para el asentamiento de nuevas empresas de alimentación y distribución.

DESTINATARIOS:

Asociaciones de mayoristas y minoristas

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Mejorar y modernizar el Mercado Central de Pescados.
2. Promover la Ampliación Mercamadrid M-40 Consorcio Urbanístico.
3. Introducir innovación y mejoras estructurales en Mercamadrid. Mercado de Frutas y Hortalizas.

ACTIVIDADES:

- Programación escalonada de las actuaciones.
- Diseño y gestión operativa del proyecto.
- Instalaciones ajustadas normativa medioambiental de vanguardia.

2.4.2. CALIDAD

FUNDAMENTACIÓN:

Mercamadrid reúne las condiciones precisas para ser un gran centro de calidad alimentaria, con proyección hacia el exterior.

DESTINATARIOS:

Consumidores, comerciantes, mayoristas y minoristas.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Hacer de Mercamadrid el referente de calidad en la alimentación a través de la implantación de un sistema de calidad y marca.
2. Mejorar la atención a los usuarios.

ACTIVIDADES:

- Introducción marca "servido en Mercamadrid" o similar.
- Mejora Oficina Atención al Usuario.
- Aduana aeroportuaria mercancías 24 horas /365 días año.
- Pacto por el horario. Adecuación y ajustes a nuevos tiempos

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

2.4.3. MERCADO VIRTUAL

FUNDAMENTACIÓN:

Expansión de Mercamadrid hacia otros productos y servicios, incorporando los más actuales avances tecnológicos para este fin.

DESTINATARIOS:

Productores, intermediarios y empresarios mayoristas y minoristas

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Explorar nuevas vías de comercio que faciliten la proyección nacional e internacional de Mercamadrid y ordenar el sector mayorista de la alimentación.
2. Realizar campañas anuales de promoción nacional e internacional del mercado virtual.

ACTIVIDADES:

- Estudio de Mercado.
- Regulación y establecimiento del marco jurídico de actuación. Estructura y organización.
- Difusión y proyección nacional e internacional.



LÍNEA 5: PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES

2.5.1. CREACIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CONSUMO

FUNDAMENTACIÓN:

El Ayuntamiento de Madrid precisa disponer de una estructura administrativa especializada en la protección de los consumidores, que coordine las actuaciones en materia de consumo con el fin de ofrecer un servicio más ágil a los ciudadanos.

DESTINATARIOS:

Consumidores y usuarios

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Canalizar esfuerzos administrativos en aras de un mejor servicio a los ciudadanos en materia de consumo, atendiendo consultas y reclamaciones a través de medios telemáticos.

ACTIVIDADES:

- Desarrollo legislativo.
- Funciones y estructura organizativa.
- Creación y mantenimiento página web del Instituto.
- Atención a consultas, reclamaciones, denuncias o solicitudes por vía presencial, telefónica o correo electrónico.

2.5.2. CAMPAÑAS DE INSPECCIÓN

FUNDAMENTACIÓN:

Ordenar el consumo y garantizar el cumplimiento de la normativa aplicable en todos los servicios prestados a los ciudadanos.

DESTINATARIOS:

Empresas de productos y servicios

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Programar campañas de inspección en coordinación con las Juntas de Distrito y otras administraciones para unificar criterios y programar e inspeccionar los sectores que más interesen a los ciudadanos: Programación de 12, 13 y 14 campañas para los años 2004, 2005 y 2006, respectivamente.

ACTIVIDADES:

- Programar campañas de inspección: bienes y servicios.
- Realización de campañas de inspección.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

2.5.3. CÓDIGOS DE BUENAS PRÁCTICAS

FUNDAMENTACIÓN:

Los Códigos de Buenas Prácticas consisten en un conjunto de criterios generales consensuados, que señalan el proceder correcto para dotar de calidad a un determinado sector. Se pretende concienciar a las empresas para la implantación de estos códigos y mejorar el servicio que prestan a los consumidores.

DESTINATARIOS:

Empresas, Organizaciones Empresariales.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Elaborar Códigos de Buenas Prácticas en todos los sectores de la actividad empresarial que no permitan cláusulas abusivas en los contratos celebrados con los consumidores: elaboración de 5, 8, y 10 Códigos de Buenas Prácticas con otros tantos sectores empresariales.

ACTIVIDADES:

- Sensibilización del movimiento empresarial ante los Códigos de Buenas Prácticas y el Autocontrol.
- Elaboración de códigos de buenas prácticas.

2.5.4. POTENCIACIÓN ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

FUNDAMENTACIÓN:

La finalidad que se persigue, desde la administración municipal a través de este proyecto, es vertebrar la sociedad de consumo a través de la sociedad civil organizada.

DESTINATARIOS:

Asociaciones de consumidores y consumidores

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Potenciar las Asociaciones de consumidores como elemento vertebrador del consumo de la ciudad a través de colaboración en programas de formación, información y divulgación.
2. Firmar convenios de colaboración con 8 Asociaciones en 2006.

ACTIVIDADES:

- Ordenanza de subvenciones para información, formación y divulgación en materia de consumo.
- Participación activa ACUs en el Consejo de Consumo.
- Establecimiento de convenios de colaboración entre la Concejalía y las ACUs.



LÍNEA 6: ARBITRAJE DE CONSUMO

2.6.1. AGILIZACIÓN DEL SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO

FUNDAMENTACIÓN:

Tomando como punto de partida la fórmula arbitral como la más adecuada para resolver conflictos entre consumidores y empresas, se trata de impulsarla y agilizar los procesos para conseguir su aplicación en el menor tiempo posible.

DESTINATARIOS:

Consumidores y empresarios.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Resolver pequeños conflictos entre empresarios y consumidores en un mínimo de tiempo.
2. Crear una nueva Junta Arbitral y un cuerpo de mediadores de consumo.

ACTIVIDADES:

- Resolución de conflictos de menor cuantía en 15 días.
- Creación y puesta en marcha de un nuevo Colegio Arbitral.
- Atención especializada en el teléfono 010.

2.6.2. DIFUSIÓN SISTEMA ARBITRAJE DE CONSUMO

FUNDAMENTACIÓN:

Es necesario dar a conocer el Sistema Arbitral como herramienta ágil, eficaz y gratuita para consumidores y empresas, para que sea aplicado en la suficiente extensión, demuestre una repercusión positiva en los consumidores y fomente la adhesión de nuevas empresas.

DESTINATARIOS:

Consumidores y empresas

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Difundir entre las empresas el mensaje de que su adhesión al Sistema Arbitral de Consumo es un síntoma de confianza y calidad del producto que ofrecen a los consumidores.

ACTIVIDADES:

- Adhesión inmediata de Sistema Arbitral de Consumo de todas las empresas públicas municipales.
- Difusión de Sistema Arbitral en medios de comunicación.
- Divulgación de guías con empresas adheridas.



3. Subárea de Innovación y Tecnología

LÍNEA 1: INCORPORACIÓN A LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

3.1.1. NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LOS HOGARES DE LOS MADRILEÑOS

FUNDAMENTACIÓN:

La inmersión de la ciudadanía en la cultura de las nuevas tecnologías promoverá una mayor y más cualificada demanda tecnológica.

DESTINATARIOS:

Familias residentes en Madrid.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Adecuar la normativa urbanística municipal (y en su caso autonómica) para que considere servicio básico la infraestructura de telecomunicaciones en la vivienda.
2. Conseguir tarifas y "fórmulas" de acceso de banda ancha más asequibles para los hogares.
3. Encontrar fórmulas que abaraten y/o faciliten la adquisición de equipos.
4. Generar una cultura tecnológica en el ámbito doméstico.

ACTIVIDADES:

- Análisis de la actual normativa urbanística en relación con la infraestructura de telecomunicaciones en la vivienda y elaboración y tramitación de propuestas de modificación.
- Negociación con operadores de telecomunicaciones de tarifas y "formulas" de conexión banda ancha más asequibles para los hogares.
- Negociación con las grandes empresas de servicios básicos de la oferta de "paquetes de innovación" a los hogares madrileños.
- Realización de campañas de divulgación acerca de las posibilidades de la tecnología en el hogar.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

3.1.2. CENTROS DE ACCESO PÚBLICO A INTERNET

FUNDAMENTACIÓN:

Para promover el acceso a la Sociedad de la Información de sectores de la población que, ya sea por la carencia de medios como por la falta de predisposición, no accederían a ella desde su hogar.

DESTINATARIOS:

Ciudadanos sin posibilidad de acceder a la Sociedad de la Información, (individualmente y a través de colectivos y asociaciones).

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Localizar, adecuar y poner en funcionamiento los 21 Centros (uno por Distrito) desde los que ofrecer acceso público a Internet.

ACTIVIDADES:

- Localización de emplazamientos en 21 Distritos.
- Comisión de seguimiento del proyecto.
- Contratación de servicios.
- Puesta en funcionamiento de los CAPI.
- Elaboración Plan de Actividades.
- Elaboración Plan de Márketing.
- Evaluación del proyecto.

3.1.3. GRANDES EMPRESAS Y ORGANIZACIONES DINAMIZADORAS

FUNDAMENTACIÓN:

Las relaciones empresa-empleado y organización-socio pueden ser un marco importante de introducción de la tecnología en los hogares si se fomenta la actuación de las empresas y organizaciones en ese sentido.

DESTINATARIOS:

Empleados, socios y clientes de grandes empresas y organizaciones sociales.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Hacer que las grandes empresas y organizaciones oferten a sus empleados o socios "paquetes tecnológicos"
2. Conseguir que las grandes empresas abran su Intranet a los hogares de sus empleados con oferta de servicios específicos (banda ancha, equipo, software...).
3. Fomentar el uso de la tecnología en las relaciones empresa-cliente y organización-socio.

ACTIVIDADES:

- Selección de empresas "diana".
- Impulso de "paquetes innovación".
- Fomento de servicios en el hogar.
- Realización de campañas de sensibilización sobre los objetivos propuestos.
- Medición del impacto.



LINEA 2: CONOCIMIENTO TECNOLÓGICO

3.2.1. NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS PYMES

FUNDAMENTACIÓN:

La introducción de las nuevas tecnologías resulta especialmente difícil para las microempresas y para las PYMEs que no cuenten en su plantilla con personal familiarizado con éstas, y más aún si no les resultan evidentes las ventajas competitivas que aportan.

DESTINATARIOS:

Profesionales, microempresas y PYMEs de Madrid.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Hacer que las empresas tecnológicas elaboren y oferten "paquetes de innovación" sectorializados a los profesionales, microempresas y PYMEs de Madrid.
2. Facilitar a las PYMEs una asistencia técnica versátil y asequible.

ACTIVIDADES:

- Negociación con empresas tecnológicas la elaboración y oferta de "paquetes de innovación" sectorializados, que supongan una solución integral de innovación para su actividad empresarial.
- Promoción, en colaboración con Economía y Empleo, la creación de microempresas tecnológicas que puedan dar asistencia técnica y formación a las PYMEs, con la versatilidad que éstas necesitan y con costes asequibles.

3.2.2. CENTROS DE DIFUSIÓN TECNOLÓGICA

FUNDAMENTACIÓN:

Para fomentar y facilitar el acceso a las tecnologías de la información de los profesionales autónomos, las microempresas y las PYMEs.

DESTINATARIOS:

Autónomos, microempresas y PYMEs.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Localización, adecuación y puesta en funcionamiento de Centros desde los que ofrecer servicios, demostraciones y asesoramiento a las PYMEs en tecnología de la información.

ACTIVIDADES:

- Localizar emplazamientos y reubicación.
- Contratación de servicios.
- Puesta en funcionamiento de los Centros.
- Elaboración Plan de Dinamización.
- Elaboración Plan de Marketing.
- Evaluación del proyecto.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

3.2.3. CENTRO DE EXPRESIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

FUNDAMENTACIÓN:

Será un Centro que incorporará las novedades más avanzadas en materia de innovación tecnológica, para facilitar tanto la actividad de las empresas como la vida cotidiana de las personas, ofreciendo, además, la posibilidad de contactar en un mismo espacio con las principales empresas de software, hardware, conectividad y de desarrollo de soluciones tecnológicas.

DESTINATARIOS:

Los ciudadanos de Madrid, las PYMEs, colegios, asociaciones y empresas en general.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Creación y puesta en marcha de un Centro en el que las empresas líderes en el sector tecnológico oferten sus soluciones a las PYMEs.

ACTIVIDADES:

- Diseño detallado del proyecto.
- Adaptación y equipamiento del espacio.
- Negociar con las principales empresas de software, hardware, conectividad y de desarrollo de soluciones tecnológicas, su participación en el proyecto.
- Elaborar un programa de funcionamiento.
- Actividades de divulgación.



LÍNEA 3: RED DE COMUNICACIONES PARA TODOS

3.3.1. INFRAESTRUCTURA DE TELECOMUNICACIONES

FUNDAMENTACIÓN:

Es necesario coordinar y orientar la actuación de los operadores de comunicaciones para dotar a la ciudad de una infraestructura que facilite y promueva el acceso a las tecnologías de la información tanto a las empresas como a los ciudadanos.

DESTINATARIOS:

Empresas y ciudadanos (Por medio de la actuación sobre los operadores de telecomunicaciones)

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Establecer un marco de relaciones con los operadores de telecomunicaciones que permita alinearlos con el objetivo del Ayuntamiento de conseguir una ciudad puntera en infraestructura de telecomunicaciones.

ACTIVIDADES:

- Análisis del estado actual de la infraestructura de telecomunicaciones de Madrid.
- Determinación de las actuaciones a realizar para conseguir la infraestructura que se desea.
- Negociación con operadores de telecomunicaciones de las líneas de actuación orientadas en la dirección que determine el estudio anterior.
- Seguimiento del proyecto.

3.3.2. NORMATIVA REGULADORA DE LAS TELECOMUNICACIONES

FUNDAMENTACIÓN:

La naturaleza especialmente cambiante de la tecnología y el creciente aumento de su demanda, hace necesaria una revisión y adecuación de la normativa que regula los elementos de telecomunicaciones, que partiendo de su consideración como servicio básico a la comunidad, valore especialmente su posible impacto medioambiental y sobre el paisaje urbano.

DESTINATARIOS:

Empresas y ciudadanos.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Elaborar y aprobar una Ordenanza municipal que regule las instalaciones de elementos de telecomunicaciones.

ACTIVIDADES:

- Analizar la normativa actualmente existente sobre la materia.
- Elaborar, tramitar y aprobar una nueva Ordenanza reguladora de los elementos de telecomunicaciones.
- Seguimiento del cumplimiento de la nueva norma.



LINEA 4: SOLUCIONES INNOVADORAS PARA LA SOCIEDAD

3.4.1. FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN

FUNDAMENTACIÓN:

Para fomentar la innovación empresarial y social haciendo que las principales organizaciones (Administración, empresas tecnológicas y universidades) alineen sus esfuerzos.

DESTINATARIOS:

Las empresas.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Crear y poner en marcha una Fundación para la Innovación.

ACTIVIDADES:

- Análisis y cuantificación de las necesidades materiales, personales y económicas de la Fundación.
- Definición de su misión, visión y objetivos.
- Negociación con las principales empresas de software, hardware y telefonía de su participación en la Fundación.
- Redacción de los estatutos.
- Localización, adaptación y dotación del local para la sede.
- Puesta en funcionamiento.

3.4.2. PROGRAMAS UNIVERSIDAD-EMPRESA

FUNDAMENTACIÓN:

El Ayuntamiento de Madrid puede ejercer un papel eficaz en el fomento de la colaboración entre empresas y centros universitarios orientada a las salidas profesionales en el campo de las tecnologías de la información.

DESTINATARIOS:

Universidades y empresas madrileñas, estudiantes de últimos cursos de ingenierías, licenciaturas o diplomaturas.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Impulsar el desarrollo de programas específicos orientados a "nichos de mercado", para la generación de empleo.

ACTIVIDADES:

- Estudio de los programas Universidad-empresa existentes.
- Diseño y puesta en práctica de programas específicos.
- Evaluación del impacto.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

3.4.3. SEGURIDAD, CALIDAD Y ENERGÍAS RENOVABLES

FUNDAMENTACIÓN:

Los servicios de energía y comunicaciones, que permiten responder a las exigencias de una sociedad avanzada y abierta al futuro, deben conciliarse con las necesarias garantías de salubridad y prevención de riesgos, por mínimos que sean, y con la preservación de los aspectos paisajísticos y monumentales, a veces agredidos por unas instalaciones obsoletas.

DESTINATARIOS:

Población en general.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Abordar el desmontaje de líneas aéreas.
2. Acometer el blindaje de subestaciones eléctricas.
3. Conseguir una red de suministro de energía que llegue a todos.

ACTIVIDADES:

- Estudio de redes existentes y plan de energías alternativas.
- Seguimiento convenio con compañías eléctricas
- Plan de acciones para el ahorro energético.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

4. Subárea de Turismo

LINEA 1: MEJORA POSICIÓN MADRID DESTINO TURÍSTICO

4.1.1. ELABORACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

FUNDAMENTACIÓN:

Madrid como destino turístico ha dado un paso de gigante en cuanto a infraestructuras y sin embargo le falta imagen y posicionamiento Internacional. Se trata de una oportunidad estratégica para conseguirlo incidiendo en la Candidatura Olímpica

DESTINATARIOS:

La ciudad de Madrid y todos sus sectores turísticos y empresariales. Turistas actuales y potenciales de los diferentes segmentos de mercado. Medios de comunicación de masas y especializados. Sector turístico profesional, agencias, TT.OO, asociaciones y empresas nacionales e internacionales.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Potenciar la imagen de Madrid en el mercado, con el reto de conseguir los JJOO y obtener un crecimiento turístico.
2. Aumentar el gasto en publicidad en colaboración con otras Instituciones turísticas y "Madrid 2012".
3. Aumentar las acciones de comunicación.

ACTIVIDADES:

- Campañas de Publicidad segmentadas en función de objetivos, mensajes y ámbitos.
- Plan de sensibilización ciudadana sobre la importancia del turismo para la ciudad, dirigido al ciudadano y sectores implicados.
- Atención a medios de comunicación nacionales e internacionales. Organización de press trips con programas "a la carta" según los segmentos y mercados.
- Generar noticias de interés, distribuir las y adaptarlas a los diferentes medios.
- Establecer una línea de comunicación con empresas turísticas, sectores empresariales e instituciones, así como colectivos implicados en el desarrollo turístico de Madrid.
- Producción de materiales de comunicación para uso profesional.
- Renovación e innovación en publicaciones, material promocional y banco de imagen.
- Control y seguimiento de la utilización de la imagen corporativa de turismo de Madrid.
- Seguimiento de la presencia de Madrid en los distintos medios de comunicación, incluyendo Internet.
- "Rueda Madrid": Fomento y facilidades para rodajes que promocionen Madrid.



4.1.2. CONSOLIDACIÓN DEL TURISMO DE NEGOCIOS

FUNDAMENTACIÓN:

Madrid tiene una gran infraestructura para reuniones en clara expansión y muy buenas condiciones de accesibilidad. Es líder nacional en turismo de reuniones y es necesario una mayor internacionalización que suponga una gran oportunidad de crecimiento para equilibrar la oferta y la demanda y crear riqueza y empleo.

DESTINATARIOS:

La ciudad de Madrid, en su conjunto, beneficiaría de una actividad con gran repercusión económica y de imagen. Sector asociativo, empresarial y profesional directamente relacionado con el mercado de reuniones, así como todos los sectores de actividades complementarias.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Realizar un mínimo de 45 acciones promocionales cada año.
2. Incrementar en un 10% anual el número de candidaturas presentadas, a partir de las de 2003.
3. Hacer 450 prospecciones de congresos en 2004, incrementando dicho número un 5% cada año siguiente.
4. Poner en marcha "Madrid Card Congresos" durante el primer trimestre de 2004.

ACTIVIDADES:

- Promoción y comercialización de "Madrid centro de reuniones", con especial incidencia en el mercado internacional. -Creación del programa "Ambassador".
- Iniciar la apertura a nuevos mercados.
- Creación de producto: "Madrid Card Congresos".
- Creación del producto "Happy days" (tendente a la desestacionalización de las reuniones).
- Captación de todo tipo de reuniones y encuentros profesionales.
- Optimizar el trabajo de la Oficina de Congresos. -Mejora Intranet.
- Desarrollo de la base de datos. - Creación página web.
- Mejorar el conocimiento del mercado.
- Mejorar el conocimiento de la oferta de la ciudad-Informatizar censo, salas especiales y banco imagen para censo.
- Potenciar relación con el sector privado-empresas asociadas -Relanzar boletín mensual noticias MCB- virtual.
- Fomento de la calidad de los servicios turísticos de reuniones-Plan de Calidad para Oficina de Congresos.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

4.1.3. DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL

FUNDAMENTACIÓN:

A pesar de la amplia oferta que posee Madrid, no está bien estructurada para su aprovechamiento turístico, ni por lo tanto bien comercializada ni promocionada. Existe una demanda creciente que debemos aprovechar.

DESTINATARIOS:

La ciudad de Madrid, su industria turística y las instituciones culturales. Agencias especializadas y touroperadores especializados en turismo de ciudad y city break.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Identificar los recursos culturales con interés turístico.
2. Identificar la demanda - principales mercados.
3. Identificar posibles productos turísticos y su oportunidad.
4. Mayor diálogo con instituciones culturales.
5. Conseguir una planificación de actividades culturales con antelación suficiente para poder ser comercializadas por los canales turísticos.
6. Crear iniciativas y productos que enriquezcan la oferta turística madrileña.

ACTIVIDADES:

- Elaboración de un plan de promoción de turismo cultural.
- Implementación y promoción de "Madrid Card".
- Lanzar la tarjeta "Madrid Card Familiar".
- Comercialización de las grandes exposiciones a través de paquetes turísticos.
- Elaborar un calendario de eventos culturales con antelación y publicarlo a través de todos los medios de comunicación y canales de comercialización turística y culturales.
- Mejora de horarios de los Museos, días de apertura y domingos tarde. Conseguir que los lunes abriera alguno más, así como en fechas festivas.
- Consolidación del programa Madrid Opera In.
- Organización y comercialización de eventos culturales, en colaboración con Cultura, que puedan atraer Turismo de Calidad.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

4.1.4. DESARROLLO DEL TURISMO DEPORTIVO

FUNDAMENTACIÓN:

Siendo Madrid ciudad candidata a celebrar los JJOO en el 2012 es oportuno estratégicamente desarrollar las oportunidades de creación de productos y actividades que puedan atraer turismo deportivo a Madrid.

DESTINATARIOS:

La ciudad de Madrid y su industria turística y deportiva. Turistas que se sientan atraídos por el deporte.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

Conseguir mas turistas y mejorar la imagen en cuanto a ciudad atractiva desde el punto de vista deportivo:

1. Identificar los recursos deportivos con interés turístico.
2. Identificar los principales mercados con demanda para este segmento.
3. Creación de posibles productos turísticos.
4. Conocer con antelación suficiente los acontecimientos deportivos para poder comercializarlos adecuadamente.
5. Colaborar estrechamente con la candidatura de "M2012", para mayor difusión de la imagen olímpica de Madrid.

ACTIVIDADES:

- Colaboración con "M2012" en la captación de grandes competiciones deportivas, así como en su divulgación y promoción, incidiendo en la mejora de la imagen olímpica de Madrid.
- Utilización de las grandes infraestructuras deportivas para la realización de eventos que requieran espacios de gran capacidad y singulares, y rentabilizarlas.
- Fomento del diálogo "turismo-deporte" para la incorporación de este último como valor añadido de la oferta turística madrileña.
- Potenciación del turismo de golf y creación de nuevos productos turísticos basados en el deporte.
- Censo de instalaciones deportivas con interés turístico y posibilidad de otros usos.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

4.1.5. DESARROLLO DEL TURISMO DE OCIO

FUNDAMENTACIÓN:

La oferta de ocio, gastronomía, La noche y el entretenimiento suponen una importante oferta que enriquece el atractivo turístico de Madrid. Es necesario estructurarlo para su mejor aprovechamiento turístico.

DESTINATARIOS:

La ciudad de Madrid, la industria turística y la complementaria. Potenciales turistas.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Identificar los recursos que puedan tener interés turístico.
2. Identificar la demanda.
3. Creación de nuevos productos turísticos.

ACTIVIDADES:

- Apoyo a la creación de productos que enriquezcan la oferta turística de Madrid.
- "Madrid 4 estaciones": Organización de programas para disfrutar la ciudad en cada estación.
- Promoción del turismo de ocio.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

4.1.6. DESARROLLO DEL TURISMO DE COMPRAS

FUNDAMENTACIÓN:

El comercio es un gran baluarte económico de la ciudad y a la vez un importante atractivo turístico. Es oportuno desarrollar programas que puedan incidir en el aumento de turistas, basados en una oferta bien estructurada y atractiva de los lugares de compras aprovechando las ventajas competitivas de la magnífica relación calidad-precio puesta de manifiesto a raíz de la implantación del euro, así como las ventajas de la devolución del IVA (tax free) para los turistas no comunitarios.

DESTINATARIOS:

La ciudad de Madrid, la industria turística y la complementaria. Potenciales turistas.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Identificar los recursos que puedan tener interés turístico (oferta)
2. Identificar la demanda
3. Identificar posibles productos turísticos/oportunidad
4. Mayor diálogo con los representantes del comercio madrileño
5. Crear iniciativas que enriquezcan la oferta turística de Madrid.

ACTIVIDADES:

- Apoyo a las iniciativas existentes como "Madrid Shopping Tour".
- Mejora de la información de las compras de interés turístico - guías -
- Colaboración con empresas de tax-free y grandes almacenes para crear ofertas de interés que puedan atraer turismo.
- Impulso de la iniciativa de apertura en domingo de comercios en la zona Centro y Serrano, propiciando iniciativas de peatonalización o sistema de transporte gratuito.
- Promoción del turismo de compras.



LÍNEA 2: DESARROLLO CANALES INFORMACIÓN

4.2.1. CREACIÓN Y DESARROLLO DEL CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE MADRID

FUNDAMENTACIÓN:

La actual Oficina Municipal de Turismo tiene grandes limitaciones que afectan de forma negativa al servicio, entre otras, la falta de espacio e inoperativa distribución de la Oficina, que no permite el incremento de prestación de servicios ni la atención al visitante. Se ha elegido una nueva ubicación, que por su situación estratégica, sus modernas instalaciones y su cercanía a la actual Oficina, permitirá ampliar los servicios y mejorar la atención e información de sus usuarios.

DESTINATARIOS:

Visitantes extranjeros. Visitantes nacionales. Madrileños y residentes.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Incrementar un 25%, con respecto al 2002 (más de 210.000 personas) el número de visitantes atendidos en la Oficina de Turismo.
2. Obtener una valoración de calidad de servicio ofrecida de, al menos, 4 sobre 5 (excelente).
3. Incorporar 4 nuevos servicios complementarios al ofrecimiento de Información Turística: reserva de hoteles, reserva de espectáculos, "Tienda de Madrid" y puntos interactivos.

ACTIVIDADES:

- Preparación del espacio físico.
- Definición del catálogo de servicios.
- Contratación y formación de personal.
- Preparación de los nuevos servicios a ofrecer.
- Atención personal al visitante.
- Atención al turista no presencial (teléfono, fax y correo-e)
- Visitas turísticas: programa "Descubre Madrid" y visitas "a medida".
- Madridcard- Tarjeta Turística.
- Reservas de alojamiento
- "Tienda de Madrid".
- Punto venta entradas espectáculos.
- Madrid interactivo: Pantallas Informativas.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

4.2.2 CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB DE TURISMO

FUNDAMENTACIÓN:

La creación de un web de turismo dinámica, práctica, participativa y orientada al turista extranjero y nacional es uno de los proyectos necesarios vinculado a dos de las tres líneas estratégicas de la subárea de turismo: 1) mejora del posicionamiento de Madrid como destino turístico internacional y 2) desarrollo de canales de información de la oferta turística.

DESTINATARIOS:

Visitantes extranjeros actuales y potenciales. Visitantes nacionales actuales y potenciales. Empresas, instituciones u organismos locales, nacionales y extranjeros que necesiten información de índole turística de Madrid. Madrileños y residentes.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Incrementar el número de visitas internautas que actualmente consultan el apartado de "turismo" de la web municipal.
2. Potenciar la llegada de turistas extranjeros a Madrid, mostrando la oferta turística de Madrid y los servicios necesarios para ayudar a la elección del viaje y preparación del mismo.

ACTIVIDADES:

- Contratación de responsable del proyecto.
- Diseño de la arquitectura de la web de turismo.
- Definición y puesta en marcha de los nuevos contenidos y servicios.
- Seguimiento, control y actualización de los servicios y contenidos de la web.



4.2.3 CREACIÓN DE UN SERVICIO DE DOCUMENTACIÓN PARA SOPORTE DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA

FUNDAMENTACIÓN:

La descentralización actual de la documentación turística hace imprescindible centralizar toda la información, para su mantenimiento, actualización, control y distribución a través de todos los canales y soportes de información turística de la que disponemos.

DESTINATARIOS:

Centro de Información Turística de Madrid. Web de turismo. Servicio de Información Turística. Columnas interactivas. Folletos editados por el PMT. Departamentos del Patronato Municipal de Turismo. Medios de comunicación. Empresas, organismos e instituciones que precisan de documentación y estadísticas turísticas. Escuelas, universidades y empresas turísticas. Visitantes extranjeros actuales y potenciales. Visitantes nacionales actuales y potenciales. Empresas, instituciones u organismos locales, nacionales y extranjeros que necesiten información de índole turística de Madrid. Madrileños y residentes

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Crear una fuente de información para alimentar los diferentes canales y soportes de información turística.
2. Divulgar 2 veces al año resultados estadísticos.
3. Editar hojas informativas temáticas de turismo: "Madrid en familia", "Madrid para descubridores", "Teléfonos de interés", "Oficinas de turismo".

ACTIVIDADES:

1. Contratación de responsable del proyecto y equipo.
2. Elaboración de un Manual Operativo.
3. Creación de un sistema de recopilación de información.
4. Establecimiento de un procedimiento estadístico.
5. Elaboración de dossiers tematizados de información turística.
6. Control y mantenimiento sistema centralizado en Intranet de "Información Turística".
7. Control del tratamiento de la información turística.
8. Supervisión de los soportes de información turística: pantallas interactivas, columnas telemáticas, folletos, etc.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

4.2.4 CONSOLIDACIÓN DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA "LOS CHICOS DE AMARILLO"

FUNDAMENTACIÓN:

Tras 17 años prestando el Servicio de Información Turística, se trata de abordar la consolidación de este servicio y su adaptación a las nuevas necesidades de cobertura, con acciones que forman parte de un proyecto vinculado a la mejora de los canales de información turística.

DESTINATARIOS:

Visitantes extranjeros actuales y potenciales. Visitantes nacionales actuales y potenciales. Madrileños y residentes.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Crear 2 puntos fijos de "Información Turística y de Transportes": uno en la sala 6 de Llegadas del Aeropuerto de Barajas y otro en la Estación Sur de autobuses "Méndez Álvaro".
2. Crear 1 punto fijo de "Información Turística y de Transportes" en la nueva terminal del aeropuerto.
3. Incrementar el número de visitantes atendidos por los puntos de Información Turística en la Calle.
4. Incrementar el número de eventos a los que el Servicio de Información Turística da apoyo.

ACTIVIDADES:

- Contratación del equipo de coordinación y supervisión.
- Contratación y formación del equipo del "Servicio de Información Turística en la Calle" en P. Real y Prado.
- Puesta en marcha del "Servicio de Información Turística en la Calle"
- Contratación y formación del equipo del "Servicio de Información Turística y de Transportes" en Aeropuerto y Est. Sur.
- Puesta en marcha del "Servicio de Información Turística en la Calle" " en Aeropuerto y Estación Sur de Autobuses.
- Puesta en marcha de un punto de "Información Turística y de Transportes" en la nueva terminal del Aeropuerto.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

4.2.5. CONSOLIDACIÓN DEL PROGRAMA "DESCUBRE MADRID"

FUNDAMENTACIÓN:

Madrid cuenta en la actualidad con una amplia oferta cultural (exposiciones, museos, patrimonio monumental, conciertos...) y de ocio. La amplia experiencia del Patronato de Turismo en el diseño y realización de visitas y recorridos guiados para particulares y colectivos, va a propiciar que a través del programa "Descubre Madrid" se conozca amplio patrimonio cultural al visitante de nuestra ciudad, de una manera exhaustiva e individualizada.

DESTINATARIOS:

Visitantes extranjeros. Visitantes nacionales. Madrileños y residentes.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Incrementar el número de visitas que ofrece el programa "Descubre Madrid".
2. Consolidar el programa "Descubre Madrid" como elemento de participación ciudadana (acercar la ciudad y alrededores al ciudadano).
3. Crear un sistema de fidelización del turista nacional.
4. Incrementar el número de viajeros nacionales y extranjeros que realizan visitas incentivándoles a la realización de visitas adecuadas a sus preferencias.
5. Atraer al viajero que realiza "turismo maduro" y busca la "experiencia cultural" programando visitas adaptadas al mismo.
6. Mejorar la accesibilidad y servicios ofrecidos por el programa "Descubre Madrid": reubicación, ampliación horarios y reservas "on-line".

ACTIVIDADES:

- Reubicación del programa "Descubre Madrid" en el Centro de Información Turística para facilitar la accesibilidad al servicio.
- Puesta en marcha de 5 visitas/semanales para el turista de habla hispana.
- Puesta en marcha de 5 visitas/semanales visitas en inglés para el turista extranjero.
- Creación y puesta en funcionamiento de un instrumento de fidelización del turismo nacional.
- Incorporar el servicio de reservas on-line.
- Incrementar el número de visitas teatralizadas y ampliar el periodo de las actuales en la temporada primavera-verano.



LÍNEA 3: ORDENACIÓN Y GESTIÓN ESTRUCTURAS TURÍSTICAS

4.3.1. CONSTITUCIÓN DE UN CONSORCIO PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MADRID

FUNDAMENTACIÓN:

En la actualidad existen tres instituciones con competencias y presupuestos de promoción: el Patronato de Turismo-Oficina de Congresos, Turmadrid y la Cámara de Comercio-Comisión de Turismo. Como consecuencia, se dispersan las acciones y la imagen de marca y se duplican las actividades promocionales innecesariamente, no rentabilizándose bien las inversiones. Para evitar esta situación y optimizar los recursos, se considera necesaria la constitución y puesta en marcha de una estructura única que aglutine y coordine todas las acciones de promoción del turismo de Madrid, con un presupuesto suficientemente dotado para abordar con precisión los diferentes segmentos de mercado a que puede optar Madrid, transmitiendo un mensaje y una imagen de marca única.

DESTINATARIOS:

Madrid como destino turístico y toda su industria. Potenciales visitantes nacionales y extranjeros.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Posicionamiento de Madrid como destino turístico urbano de primer orden.
2. Conseguir un presupuesto de publicidad de 9 millones de euros entre las tres instituciones.
3. Optimizar recursos estructurales y presupuestarios.

ACTIVIDADES:

- Análisis de modelos de gestión compartida de promoción turística existentes en otras ciudades.
- Estudio de figuras jurídicas existentes en España.
- Constitución de un grupo de trabajo para discusión y consenso sobre figuras y modelos organizativos más convenientes para Madrid.
- Decisión sobre la estructura del ente, figura jurídica, representación y órganos de gobierno.
- Aprobación por las tres instituciones.
- Constitución del Ente de Promoción.

Plan Operativo

2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

4.3.2. ESTUDIOS Y FORMACIÓN

FUNDAMENTACIÓN:

Para desarrollar eficazmente un sector de actividad de tanta repercusión económica para la ciudad como es el turismo, es necesario tener unos estudios sectoriales que faciliten la toma de decisiones y ayuden a ver las oportunidades de negocio. Asimismo, fomentar la especialización y la formación continua supone una necesidad de puesta al día de nuestros profesionales. La calidad es sin duda un factor fundamental para la competitividad de las empresas turísticas.

DESTINATARIOS:

El sector turístico madrileño y el complementario (empresarios y profesionales).

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Análisis de prioridades y formulación de objetivos en el año 2003.
2. Plan estratégico en 2004.
3. Nuevo modelo de medición estadística para Madrid en 2005.
4. Certificación de calidad de la Oficina de Congresos en 2004 y de turismo de Madrid en 2005, y plan de excelencia y mejora continua.

ACTIVIDADES:

- Plan estratégico del Turismo en Madrid.
- Nuevo modelo estadístico consensuado con el sector turístico privado.
- Propiciar y elaborar la puesta en marcha de:
 - Cursos de especialización y formación continua de los profesionales del turismo y sus sectores complementarios.
 - Seminarios de sensibilización sobre la importancia del turismo para la ciudad a diversos colectivos de gran incidencia en él:
 - Taxistas.
 - Policías.
 - Comerciantes.
 - Periodistas.
 - Ciudadanos
- Establecimiento de líneas de trabajo y colaboración con universidades y otros centros de formación para desarrollar estudios y prácticas de los alumnos.
- Certificación de calidad de la Oficina de Congresos de Madrid y del Centro de Información Turística y del Ente de Turismo consorciado.
- Fomento de la calidad en el sector turístico en colaboración con las asociaciones sectoriales correspondientes.



4.3.3. ORDENACIÓN

FUNDAMENTACIÓN:

Para conseguir una estructura turística equilibrada y competitiva es imprescindible identificar los recursos y servicios existentes y los necesarios, así como cuestionarse y controlar su buen funcionamiento y su adecuación.

DESTINATARIOS:

Sector turístico madrileño y complementarios.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Conseguir 3 espacios singulares nuevos para la celebración de actos sociales relevantes de más de mil personas para grandes eventos.
2. Conseguir la deducción del IVA para convenciones y presentaciones de producto de empresas americanas y extracomunitarias que se celebren en España/Madrid y estudiar medidas que incentiven la celebración de reuniones de multinacionales (con oficina en España) en nuestra ciudad.
3. Organizar un sistema de aparcamientos y zonas de espera con servicios para autobuses turísticos dotado de conexión interactiva de forma que faciliten su trabajo y servicio a los turistas y que estorben lo menos posible al tráfico.
4. Desarrollar las nuevas competencias de ordenación turística que puedan recaer en el ayuntamiento como consecuencia de la aplicación de la Ley de Grandes Ciudades.

ACTIVIDADES:

- Inventario de posibles espacios singulares para actos sociales.
- Propiciar y realizar gestiones necesarias para convertirlos en lugares utilizables para este tipo de actos.
- Coordinación con el Ministerio de Economía para conseguir la deducción del IVA en convenciones de empresas americanas y no comunitarias.
- Coordinación con Movilidad Urbana y Oficina de Centro para organizar el tránsito, espera y aparcamiento de autobuses turísticos.
- Coordinación con el aeropuerto de Barajas ante la inminente inauguración de su ampliación acerca de los servicios y necesidades del sector turístico; carga y descarga de viajeros, puntos de información turística, señalización...
- Propiciar medidas para mejorar la seguridad de los turistas.



5. Subárea de Participación Ciudadana

LÍNEA 1: IMPULSO DE LA DEMOCRACIA PARTICIPATIVA

5.1.1. ELABORACIÓN DEL REGLAMENTO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

FUNDAMENTACIÓN:

La pretensión de promocionar y desarrollar la participación como derecho de los ciudadanos hace necesaria la existencia de un reglamento que, a la vez que impulse la participación ciudadana, permita, de manera eficaz, regular las formas y procedimientos de dicha participación. Constituyéndose en el instrumento jurídico que garantice la democracia participativa.

DESTINATARIOS:

Ciudadanos en general, entidades, grupos sociales, estructura municipal

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Tener redactado el texto del reglamento, para su aprobación, el 30 de octubre 2003.
2. Conseguir la participación activa y comprometida en la elaboración del reglamento de los cuatro grupos de trabajo que componen el Comité de Redacción.
3. Alcanzar, en la fase de difusión del primer borrador y consulta, la participación activa de al menos el 50% de las entidades ciudadanas inscritas en el Registro Municipal.

ACTIVIDADES:

- Configuración del equipo motor y planificación de tareas.
- Elaboración del documento base de contenidos.
- Constitución de los grupos de trabajo que forman el Comité de Elaboración.
- Elaboración del primer borrador.
- Difusión y consulta del primer borrador.
- Redacción del texto definitivo del reglamento a aprobar.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

5.1.2. ELABORACIÓN DEL PLAN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

FUNDAMENTACIÓN:

El desarrollo de la participación ciudadana que haga posible desarrollar a su vez la democracia participativa hace necesaria la existencia del plan que recoja desde los principios filosóficos de la participación ciudadana hasta los foros y acciones concretas en que estos se plasman.

DESTINATARIOS:

Ciudadanos en general, entidades, grupos sociales, estructura municipal.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Tener redactado el texto del plan, para su aprobación, el 28 de febrero de 2004.
2. Conseguir la participación activa y comprometida en la elaboración del Plan de los grupos de trabajo que componen el Comité de Redacción.
3. Alcanzar en la fase de difusión del primer borrador y consulta, la participación de al menos el 50% de las entidades ciudadanas inscritas en el Registro Municipal.
4. Reformular el proyecto para posibilitar la ejecución del plan en 30 días a partir de su aprobación.

ACTIVIDADES:

- Configuración del Equipo Motor y planificación de tareas.
- Identificación de los actores y definición de los grupos de trabajo a integrar en el Comité de Elaboración.
- Análisis experiencias.
- Constitución de los grupos de trabajo (proceso de abajo arriba para los nuevos).
Elaboración primer borrador.
- Difusión y consulta del primer borrador.
- Redacción del texto definitivo (para aprobar).

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

5.1.3. FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO Y VOLUNTARIADO Y DESARROLLO, CON ÉSTE, DE FÓRMULAS MIXTAS DE GESTIÓN

FUNDAMENTACIÓN:

Es objetivo prioritario del Área de Participación Ciudadana el fomento del asociacionismo y voluntariado que posibilite el desarrollo del tejido social de la ciudad y el incremento de la solidaridad ciudadana.

DESTINATARIOS:

Movimiento asociativo, voluntariado y ciudadanía en general

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Reconocer a las Asociaciones mas representativas la utilidad municipal.
2. Subvencionar proyectos de asociaciones de interés municipal.
3. Realizar 3 actividades formativas/año sobre participación ciudadana con el movimiento asociativo y voluntariado.
4. Elaborar la normativa de co-gestión de servicios públicos Ayuntamiento-Entidades Ciudadanas antes de Julio de 2004
5. Desarrollar proyectos de co-gestión en el segundo semestre de 2004.
6. Elaborar los criterios de inscripción, declaración de utilidad municipal y subvenciones, a la luz del nuevo reglamento de participación ciudadana, en el plazo de 60 días a partir de la aprobación del reglamento.

ACTIVIDADES:

- Diseño y gestión de la formación.
- Elaboración de estudios sobre el movimiento asociativo y el voluntariado.
- Recopilación de legislación y proyectos de co-gestión de servicios municipales.
- Elaboración de la normativa de cogestión.
- Desarrollo y evaluación de proyectos de co-gestión.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

LINEA 2: NUEVAS VIAS DE PARTICIPACIÓN

5.2.1. CONSEJO DIRECTOR DE LA CIUDAD

FUNDAMENTACIÓN:

El propósito de diseñar un Madrid moderno, dinámico y emprendedor y hacerlo participadamente con la ciudadanía hace necesaria la existencia de un órgano máximo de participación, el Consejo Director de la Ciudad

DESTINATARIOS:

Ciudadanos en general, entidades y asociaciones y estructura municipal

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Elaborar el proyecto para su aprobación.
2. Implicar en la elaboración del proyecto a la ciudadanía.

ACTIVIDADES:

-Diseño del proyecto y de los mecanismos de participación.



5.2.2. DISEÑO Y DESARROLLO DE MÉTODOS E INSTRUMENTOS PARA CONOCER LA PERCEPCIÓN, DEMANDAS Y OPINIÓN DE LOS CIUDADANOS SOBRE LOS SERVICIOS PÚBLICOS Y POSIBILITAR SU PARTICIPACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES.

FUNDAMENTACIÓN:

La recogida de la percepción, opciones, demandas y necesidades de los ciudadanos, unido a la existencia de vías que permitan a estos la participación en la toma de decisiones con respecto a servicios públicos municipales, redundará en un incremento de calidad de estos servicios y en una mejora de la gestión de los mismos.

DESTINATARIOS:

Ciudadanos y organismos municipales de gestión de servicios públicos

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Diseñar y aplicar, a lo largo del 2004, instrumentos que permitan la recogida directa de opciones, demandas y necesidades de los ciudadanos, (sondeos de opinión)
2. Diseñar y aplicar, a lo largo del 2004, instrumentos que permitan conocer la percepción de los ciudadanos de los servicios públicos, (encuestas de satisfacción)
3. Diseñar y desarrollar, a lo largo del 2004, instrumentos y métodos de consulta que permitan la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones, (grupos de discusión, encuestas deliberativas, jurados ciudadanos, consejos temáticos permanentes).
4. Realizar una evaluación inicial de todas estas vías de participación y reformular el proyecto en función de la evaluación en el último trimestre del 2004.

ACTIVIDADES:

- Constitución del equipo de trabajo que desarrollará el proyecto.
- Recopilación de información y análisis de experiencias y alternativas.
- Realización de campañas de sensibilización de la organización municipal.
- Selección de los servicios públicos y actividades sobre los que aplicar estas vías de participación.
- Aplicación de instrumentos y métodos de participación enunciados.
- Evaluación de los procesos, contenidos e impacto social de las actividades realizadas.
- Reformulación del proyecto a la luz de la evaluación.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

5.2.3. PARTICIPACIÓN EN RED Y CONSULTA CIUDADANA

FUNDAMENTACIÓN:

La participación ciudadana directa en la gestión del Ayuntamiento debe formar parte de los modos de participación, para ello es necesario desarrollar una estructura que permita la participación en red y la consulta ciudadana.

DESTINATARIOS:

Ciudadanos.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Diseñar, en colaboración con la subárea de innovación y tecnología, una estructura que permita la participación en red y la consulta ciudadana.
2. Iniciar y controlar las campañas de participación en red y consultas ciudadanas.
3. Instalar en los distritos "Puntos de Participación Ciudadana" (P.P.C.), que permitan el acceso a las nuevas tecnologías y a la participación en red a los sectores más desfavorecidos, la mitad de ellos en el 2004 y la otra mitad en el primer semestre de 2005.
- 4 Reformular el proyecto tras la primera evaluación.

ACTIVIDADES:

- Establecimiento de un grupo de trabajo mixto.
- Recopilación de información y análisis de distintas alternativas.
- Diseño y pilotaje de prueba.
- Realización de una campaña de participación en red.
- Selección de ubicaciones de los "P.P.C."
- Publicitación y dinamización de los "P.P.C."
- Evaluación y reformulación del proyecto.



5.2.4. CREACIÓN, APOYO Y SEGUIMIENTO DE LOS CONSEJOS TERRITORIALES Y SECTORIALES

FUNDAMENTACIÓN:

Los Consejos Territoriales y Sectoriales se configuran como las vías principales de participación ciudadana en la gestión municipal.

DESTINATARIOS:

Ciudadanos, entidades, asociaciones y estructura municipal.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Constituir todos los Consejos Territoriales y Sectoriales, antes de 60 días a partir de la aprobación del Plan de Participación Ciudadana.
2. Apoyar a las Juntas Municipales participando desde esta Área en las dos primeras reuniones de cada Consejo.
3. Dar a las Juntas Municipales y a los Consejos el apoyo técnico que requieran.
4. Realizar un informe de evaluación y seguimiento del funcionamiento de los Consejos trimestralmente, a partir de su constitución.
5. Reformular el proyecto tras la primera evaluación para garantizar el seguimiento y apoyo a los Consejos.

ACTIVIDADES:

- Desarrollo del proceso de elección de representantes en los Consejos Territoriales.
- Desarrollo del proceso de elección de representantes en los Consejos Sectoriales y en las Comisiones Técnicas.

5.2.5. ELABORACIÓN DE LA CARTA DE LA CIUDADANÍA

FUNDAMENTACIÓN:

El desarrollo del ejercicio del derecho de la ciudadanía, a participar en la ciudad, así como el desarrollo de la responsabilidad de todos con lo público, aconsejan la promoción de una Carta de la Ciudadanía.

DESTINATARIOS:

Ciudadanos.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Tener elaborado para su aprobación la Carta de la Ciudadanía antes del 30 de Marzo de 2004.
2. Conseguir la participación de la Ciudadanía en el proceso de elaboración de la Carta a través de la participación en red.

ACTIVIDADES:

- Configuración del equipo motor y planificación de tareas.
- Elaboración de un borrador de trabajo.
- Consulta ciudadana sobre el borrador.
- Elaboración de la Carta de la Ciudadanía, (a aprobar).

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

5.2.6. PRESENCIA DE LA PARTICIPACIÓN EN EL NUEVO MODELO DE GESTIÓN PÚBLICA

FUNDAMENTACIÓN:

El nuevo modelo de gestión municipal es un modelo volcado al ciudadano, este modelo ha de determinar la forma, el lugar y los medios a través de los cuales los ciudadanos se informan e interaccionen con la administración, se hace por tanto necesario que esta área esté coordinada con los distintos proyectos del nuevo modelo de gestión.

DESTINATARIOS:

Otras Concejalías implicadas.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Establecer los cauces de coordinación con los distintos proyectos del nuevo modelo de gestión.
2. Realizar conjuntamente con los responsables de los proyectos de evaluaciones de los mismos.
3. Reformulación del proyecto tras la primera evaluación.

ACTIVIDADES:

- Conocer todos los proyectos del nuevo modelo de gestión pública que se establezcan en el Ayuntamiento.
- Estudio, junto con los responsables de los proyectos, de los mecanismos y cauces de participación.
- Elaboración de los protocolos de coordinación e instrumentos de evaluación de los proyectos.



LÍNEA 3: MODELO ESTRATÉGICO DE MADRID

5.3.1. COORDINACIÓN Y DESARROLLO DE LOS PLANES ESPECIALES DE INVERSIÓN

FUNDAMENTACIÓN:

El abordaje de los planes especiales de inversión en los distritos que precisen una atención preferente para el reequilibrio territorial y social de la ciudad se pretende realizar desde un modelo de participación activa en la gestión pues con la participación activa de todos los sectores implicados es más probable acertar con el diagnóstico de la situación y con las medidas a desarrollar.

DESTINATARIOS:

Distritos de Tetuán, Carabanchel-Latina y San Blas-Vicalvaro.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Elaborar los documentos de propuestas para el 30 de Noviembre de 2003.
2. Conseguir la activa participación de los miembros del Comité de Elaboración.

ACTIVIDADES:

- Constitución del grupo motor.
- Elaboración participativa del estudio de necesidades.
- Coordinación y seguimiento del plan.

5.3.2. MODELO ESTRATÉGICO DE MADRID

FUNDAMENTACIÓN:

A través del modelo estratégico se pretende, de forma participada, articular políticas y estrategias para el desarrollo global e integral de la ciudad.

DESTINATARIOS:

Agentes sociales, ciudadanos en general, Concejalías de Gobierno y de Distrito.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Participar en el diseño del proceso de trabajo para la elaboración del modelo estratégico (último trimestre 2003)
2. Convocar a los órganos que participen en la elaboración del modelo estratégico (primer trimestre 2004)
3. Participar en la elaboración del modelo (comienzo en el primer semestre 2004)

ACTIVIDADES:

- Constitución del grupo motor.
- Elaboración del diseño del proceso.
- Elaboración participativa del modelo.



LINEA 4: FOMENTO DE PARTICIPACIÓN PARA LA CONVIVENCIA

5.4.1. DIVULGACIÓN

FUNDAMENTACIÓN:

Además de nuevos foros y modos de participación que faciliten el desarrollo de la democracia participativa, es necesario incorporar a la cultura de la participación ciudadana a los niños y adolescentes, y a los vecinos, inmigrantes y a las personas mayores.

DESTINATARIOS:

Niños y adolescentes y vecinos inmigrantes, Concejalías de Gobierno con competencias en estos sectores.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Desarrollar una campaña informativa formativa para niños y adolescentes sobre la participación como valor social que tenga su acto central el Día Internacional de los Derechos del Niño (20 de Noviembre).
2. Desarrollar una campaña de información-formación sobre la participación como valor social para los vecinos inmigrantes.
3. Elaborar un manual de procedimiento para el desarrollo de campañas informativas-formativas.
4. Desarrollar, al menos, dos campañas informativas-formativas anualmente.

ACTIVIDADES:

Para el primer Objetivo:

- Contacto con la Concejalía de Servicios Sociales, Área de Infancia y Familia, para el análisis de ideas y puesta en marcha del grupo motor.
- Diseño de la campaña.
- Puesta en marcha y desarrollo de la campaña.
- Acto público de cierre de la campaña.

Para el segundo objetivo:

- Contacto con la Concejalía de Servicios Sociales para el análisis de ideas y puesta en marcha del grupo motor.
- Diseño de la campaña.
- Puesta en marcha y desarrollo de la campaña.

Para el tercer objetivo:

- Contacto con el equipo de medios de comunicación.
- Formalización de un grupo motor.
- Elaboración del manual.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

5.4.2. INTERCAMBIOS DE BUENAS PRÁCTICAS

FUNDAMENTACIÓN:

El conocimiento de experiencias de participación ciudadana en otros ayuntamientos, el contraste de nuestra experiencia con otras, retroalimentará nuestro sistema de participación ciudadana, permitiéndonos impulsar el ámbito municipal como espacio de democracia participativa.

DESTINATARIOS:

El beneficiario principal de este proyecto será nuestro propio sistema de participación ciudadana y los ayuntamientos que puedan avanzar al contrastar sus sistemas con el nuestro.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Organizar en Madrid un congreso, jornadas o seminario sobre participación ciudadana. Octubre/Noviembre 2004.
2. Asistir a dos encuentros nacionales y/o internacionales presentando ponencias o comunicaciones durante el año 2004.
3. Financiar o cofinanciar la organización de un curso de verano (Julio 2004) sobre participación ciudadana.
4. Organizar un encuentro de ciudades olímpicas sobre la participación ciudadana en la preparación y desarrollo de las olimpiadas.
5. Continuar participando en los foros en los que participamos actualmente:
 - " Programas de formación de la UCCI.
 - " Programa URB-AL de presupuestos participativos.
 - " Grupos de trabajo de la FEMP.

ACTIVIDADES:

- Diseño, preparación y organización de cada una de las actividades comprendidas en los objetivos propuestos.



6. Subárea de Oficina del Centro

LÍNEA 1: COORDINACIÓN DE POLÍTICAS

6.1.1. DEFINICIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE LA OFICINA DEL CENTRO

FUNDAMENTACIÓN:

La novedad que representa la creación de esta Oficina requiere un estudio y planteamiento detallado de sus contenidos y funciones, así como de su papel en relación con todos los implicados en la transformación del centro de Madrid, buscando la implicación activa de todos ellos en el objetivo común de promover y proyectar la imagen cosmopolita y abierta de Madrid.

DESTINATARIOS:

Concejalías, Juntas Municipales y vecinos afectados, además de todos los ciudadanos de Madrid.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Disponer de un programa operativo basado en el conocimiento de la situación actual.
2. Tomar contacto con todos los posibles implicados (todas las Concejalías -3- y todas las Juntas -5 ó 7-).
3. Conseguir la participación activa de Concejalías, Juntas, representantes vecinales y otros implicados.
4. Constituir un equipo para iniciar todos los proyectos en el primer trimestre de 2004.
5. Realizar la presentación pública de la O.C. a mediados de diciembre.

ACTIVIDADES:

- Sesiones de trabajo internas para delimitar el ámbito de actuación: territorial y competencial.
- Estudio, análisis y diagnóstico de la situación actual.
- Confección de un documento previo (libro blanco) de la Oficina.
- Constitución de un grupo de trabajo (técnico).
- Elaboración del programa operativo de la O.C.
- Consulta a los implicados.
- Aprobación del programa e incorporación al Plan Operativo de la Concejalía.
- Presentación pública de la O.C.



LÍNEA 2: RACIONALIZACIÓN URBANÍSTICA

6.2.1. PLAN DE RELOCALIZACIÓN DE UNIDADES DE SUMINISTRO DE COMBUSTIBLE A VEHÍCULOS

FUNDAMENTACIÓN:

Un determinado número de unidades de suministro de combustible a vehículos, producen impactos negativos sobre el tráfico rodado en distintas calles del centro, así como el rechazo por parte de los residentes próximos.

DESTINATARIOS:

Residentes y transeúntes de las áreas más congestionadas del centro de la ciudad.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Desmantelar las unidades que crean más impacto sobre el entorno urbano (tráfico, residentes, locales de pública concurrencia, etc.): entre 10 y 12 unidades.

ACTIVIDADES:

- Revisión del estudio del impacto de las Unidades de Servicio.
- Reuniones con las compañías propietarias.
- Confección de un Convenio de Colaboración entre Ayuntamiento y compañías
- Búsqueda de emplazamientos alternativos de Estaciones de Servicio.
- Desmantelamiento de Unidades de Servicio.

6.2.2. COMISIÓN CIUDADANA PUERTA DEL SOL

FUNDAMENTACIÓN:

Para conseguir una adecuada movilidad urbana es preciso contar con intercambiadores modales-Cercanías y Metro. Dentro del proyecto "Red Arterial Ferroviaria de Madrid", el proyecto de nueva estación de Cercanías requiere un tratamiento específico de cara a los ciudadanos y comerciantes afectados.

DESTINATARIOS:

Residentes y comerciantes de la zona centro afectada.

OBJETIVOS OPERATIVOS:

1. Servir de canal de comunicación entre la Administración responsable y los residentes y comerciantes afectados, con el fin de integrar o subsanar las molestias o perjuicios derivados de las obras en la nueva estación de Cercanías.

ACTIVIDADES:

- Constitución de la Comisión.
- Elaboración y presentación del plan de comunicación.
- Celebración de reuniones periódicas.
- Seguimiento y evaluación del plan de comunicación.



8. Coordinación, Seguimiento y Evaluación

La evaluación de las políticas públicas supone el ejercicio de la responsabilidad democrática que tienen los poderes públicos frente a la sociedad y a los ciudadanos, usuarios directos de los servicios públicos. Si la evaluación, en términos generales, sirve para corregir los errores, asentar los aciertos y facilitar la toma de decisiones, cuando se aplica en el ámbito de las políticas públicas equivale a hacer democracia, rindiendo cuentas ante la sociedad y profundizando en valores democráticos como es el de la participación responsable en todos los asuntos de interés común.

Por todo ello, la evaluación que se pretende realizar en el presente Plan Operativo va más allá de la mera constatación del cumplimiento de sus aspectos cuantitativos y formales. Antes bien, tomando en cuenta el contexto social, político y económico, y los valores explicitados como guía ética para la actividad política en el propio Plan, se buscará la comprobación, a través de los indicadores más apropiados, del modo en que las acciones propuestas han impactado en la mejora de la calidad de vida de las personas y de la forma en que la administración pública ha sido fiel a los valores asumidos en su manera de relacionarse con los ciudadanos y con la sociedad.

En el plano práctico, operativo, seguimiento y evaluación son dos procesos complementarios que sirven para garantizar la aplicación efectiva de las acciones planificadas. Mientras que el seguimiento debe entenderse como un proceso de acompañamiento, supervisión e impulso de la puesta en práctica de los proyectos y actividades planificadas, la evaluación comporta, sobre todo, una valoración de lo realizado y de los resultados obtenidos. De este modo, la evaluación aporta, como se señalaba al principio, la posibilidad de corregir las estrategias de acción inadecuadas, de mejorar las actividades programadas o redefinir los proyectos, eligiendo la mejor alternativa para alcanzar los objetivos propuestos.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

El seguimiento de los proyectos de este Plan Operativo de la Concejalía de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana será continuo, aunque se realizarán balances del mismo en los meses de marzo, junio y octubre.

La evaluación se realizará con carácter anual, en el mes de Enero y referida al año anterior.

Tanto el seguimiento como la evaluación se basarán en áreas de responsabilidad. De este modo, cada Subárea será responsable, con su equipo, del seguimiento y evaluación de los proyectos de los que es responsable. Cada Área controlará y supervisará la realización del seguimiento, los balances y la evaluación anual de las Subáreas que de ella dependan. El Consejo de Dirección impulsará, recibirá los informes y hará las sugerencias o dará las orientaciones precisas a todo el conjunto.

Para la realización homogénea de ambas acciones, se elaborarán los correspondientes instrumentos de apoyo, que serán al menos los siguientes:

- Cuaderno de ruta, que contiene las fichas detalladas de Subárea, Línea estratégica y Proyecto, con sus correspondientes objetivos específicos, objetivos operativos, cronograma de actividades 2003-2007 e indicadores de cumplimiento.
- Plan de seguimiento anual, que permitirá la distribución de actividades mes a mes, así como el control puntual de su efectiva realización o la introducción de posibles modificaciones que en la práctica se hagan necesarias.
- Soportes para recogida de datos, que se diseñarán ad-hoc para la evaluación anual de todos los proyectos.
- Indicadores precisos, para medir el grado de cumplimiento y efectividad y calidad de las políticas públicas desarrolladas, así como de los valores con los que el Plan se pone en práctica.



9. Cronograma

En el presente apartado se ofrece una visión general de las principales metas o hitos que está previsto que se alcancen, en las distintas áreas de actividad de la Concejalía de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana, en el periodo 2003-2007.

El cronograma detallado que señala el desarrollo del presente Plan Operativo y las fechas fijadas para el logro de sus objetivos específicos y operativos de todos y cada uno de los proyectos está contenido en el Cuaderno de ruta descrito en el capítulo anterior.



Área de Economía

Metas 2003-2007

| Líneas Estratégicas | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|---|--|--|--|---|--|
| 1. SUBÁREA DE PROMOCIÓN ECONOMICA | | | | | |
| 1.1. Concertación, fomento y conocimiento del desarrollo económico de la ciudad. | <ul style="list-style-type: none"> · Creación del Consejo Local de Desarrollo Económico y del Empleo · Creación del Observatorio Económico | <ul style="list-style-type: none"> · Puesta en marcha del Instituto de Desarrollo Económico. · Establecimiento de OCAC y LUAC. | <ul style="list-style-type: none"> · Funcionamiento pleno del Instituto y del Observatorio. · Creación de las primeras ODET. | <ul style="list-style-type: none"> · Creación de nuevas ODET. · Estudios y Publicaciones. | <ul style="list-style-type: none"> · Culminación de los proyectos · Evaluación · Propuestas de futuro |
| 1.2. Desarrollo de las infraestructuras empresariales de Madrid Capital. | <ul style="list-style-type: none"> · Diagnóstico de partida · Primeros contactos | <ul style="list-style-type: none"> · Elaboración contenidos de los diferentes proyectos. · Jornadas sobre logística. | <ul style="list-style-type: none"> · Puesta en marcha Parque Científico y Tecnológico. · Creación complejo Moda-Textil. · Constitución Plataforma Logística | <ul style="list-style-type: none"> · Funcionamiento pleno de todos los proyectos | <ul style="list-style-type: none"> · Culminación de los proyectos · Evaluación · Propuestas de futuro |
| 1.3. Fomento de la competitividad de las PYMES y del espíritu emprendedor. | <ul style="list-style-type: none"> · Realización del diagnóstico previo. · Contactos preliminares | <ul style="list-style-type: none"> · Elaboración de planes de actuación. · Constitución del Consejo de la Economía Social. | <ul style="list-style-type: none"> · Desarrollo de todos los proyectos | <ul style="list-style-type: none"> · Consolidación de las medidas adoptadas. | <ul style="list-style-type: none"> · Puesta en marcha de las últimas medidas · Evaluación y propuestas |
| 1.4. Incremento de los ingresos procedentes de la UE y de la participación en sus programas. | <ul style="list-style-type: none"> · Análisis, prospección y primeros contactos. | <ul style="list-style-type: none"> · Presentación de proyectos e información a otras Concejalías | <ul style="list-style-type: none"> · Continuación de actividades. | <ul style="list-style-type: none"> · Continuar actividades. · Preparar periodo 2007/2013. | <ul style="list-style-type: none"> · Evaluar resultados. · Definir papel Aytº para periodo 2007/13. |

Plan Operativo

2003 - 2007



Metas 2003-2007

| Líneas Estratégicas | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|---|--|---|---|---|---|
| 2. SUBÁREA DE COMERCIO Y CONSUMO | | | | | |
| 2.1. Dinamización del comercio de proximidad. | · Estudio y análisis de zonas concretas. | · Imagen unitaria por zonas. · Participación en mesas sectoriales. | · Continuación actividades. · Acciones urbanísticas complementarias | · Continuación actividades. · Acciones urbanísticas complementarias. | · Continuación de actividades. · Evaluación de las acciones. |
| 2.2. Mercados municipales más competitivos. | · Elaboración Plan dinamización y modernización de mercados. | · Puesta en marcha del plan. · Ejecución de reformas. · Imagen unitaria. | · Ejecución del plan. · Actuación sobre 10 mercados. | · Ejecución del plan. · Actuación sobre 12 mercados. | · Finalización de actuaciones. · Evaluación. |
| 2.3. Confianza de los ciudadanos en la venta ambulante. | · Información sobre venta ambulante. | · Transformación legislativa. | · Agilización de expedientes sancionadores | · Agilización de expedientes sancionadores. | · Continuación de la actividad. · Evaluación de resultados. |
| 2.4. Ampliación, mejora y calidad en Mercamadrid. | · Infraestructuras y atención al usuario. | · Establecimiento de marca de calidad. | · Expansión de Mercamadrid. | · Expansión de Mercamadrid. | · Evaluación y propuesta de nuevas acciones. |
| 2.5. Eficacia y agilidad en materia de protección a los consumidores. | · Coordinación de campañas de inspección. | · Creación Instituto Municipal de Consumo · Potenciar ACUs y establecer códigos de Buenas Prácticas. Realizar 12 campañas de inspección. | · Aumentar un 10% Códigos de Buenas Prácticas. · Realizar 13 campañas de inspección. | · Aumentar un 20% Códigos de Buenas Prácticas. · Realizar 14 campañas de inspección. | · Seguimiento de actividades. · Evaluación y propuestas. |
| 2.6. Arbitraje de consumo: la fórmula más idónea para la resolución de conflictos. | · Adhesión de empresas públicas al Sistema Arbitral. | · Difusión Arbitraje de Consumo. · Publicación empresas adheridas. | · Incremento del número de empresas adheridas. | · Incremento del número de empresas adheridas. | · Continuación de actividades. · Evaluación de resultados. |

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



Metas 2003-2007

| Líneas Estratégicas | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|---|--|--|---|---|--|
| 3. SUBÁREA DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA | | | | | |
| 3.1. Incorporación de los ciudadanos a la sociedad del conocimiento. | <ul style="list-style-type: none"> · Análisis de la situación actual · Puesta en funcionamiento 11 centros de acceso público a Internet. | <ul style="list-style-type: none"> · Acciones para reajuste y abaratamiento de tarifas y oferta paquetes innovación. · 10 centros acceso público Internet. · Divulgación. | <ul style="list-style-type: none"> · Fomento oferta paquetes innovación a empleados grandes empresas. · Acciones de comunicación. | <ul style="list-style-type: none"> · Continuación y consolidación de todas las acciones implantadas. | <ul style="list-style-type: none"> · Comunicación divulgación y difusión. · Evaluación del impacto de los proyectos. |
| 3.2. Conocimiento tecnológico como elemento de competitividad empresarial. | <ul style="list-style-type: none"> · Análisis del punto de partida. · Puesta en funcionamiento de 4 centros difusión tecnológica. | <ul style="list-style-type: none"> · Negociación rebaja precio "paquetes innovación". · Preparación Centro Expresión Nuevas Tecnologías. | <ul style="list-style-type: none"> · Promoción de nuevas profesiones. · Acciones divulgativas. | <ul style="list-style-type: none"> · Puesta en marcha Centro Expresión Nuevas Tecnologías. · Acciones divulgativas. | <ul style="list-style-type: none"> · Acciones divulgativas. · Continuación de actividades. · Evaluación de los proyectos. |
| 3.3. Red de comunicaciones para todos. | <ul style="list-style-type: none"> · Análisis situación infraestructuras. | <ul style="list-style-type: none"> · Diseño de un plan de actuación. | <ul style="list-style-type: none"> · Negociación con operadores. · Seguimiento plan. | <ul style="list-style-type: none"> · Seguimiento plan. · Aprobación de nueva ordenaza. | <ul style="list-style-type: none"> · Seguimiento y evaluación cumplimiento plan y Ordenanza. |
| 3.4. Soluciones innovadoras para la sociedad. | <ul style="list-style-type: none"> · Formación comisión seguimiento eléctricas. | <ul style="list-style-type: none"> · Plan de energías alternativas. · Plan de ahorro energético. | <ul style="list-style-type: none"> · Creación de la Fundación para la innovación. · Programas Universidad/Empresa. | <ul style="list-style-type: none"> · Desarrollo de las actividades diseñadas en cada proyecto. | <ul style="list-style-type: none"> · Continuidad de las acciones. · Evaluación de resultados. |

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



Metas 2003-2007

| Líneas Estratégicas | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|--|--|--|--|---|---|
| 4. SUBÁREA DE TURISMO | | | | | |
| 4.1. Mejora del posicionamiento de Madrid como destino turístico internacional. | <ul style="list-style-type: none"> · Ejecutar proyectos y actividades en marcha · Preparación nuevos proyectos | <ul style="list-style-type: none"> · Campaña intensiva de comunicación. · Consolidación Turismo de Negocios. · Puesta en marcha de 4 nuevos Proyectos: Turismo Cultural, Deporte, Ocio, Compras | <ul style="list-style-type: none"> · Culminación campaña. · Desarrollo proyectos · Creación nuevos productos turísticos. | <ul style="list-style-type: none"> · Acciones de promoción. · Desarrollo de los proyectos. · Nueva campaña comunicación. | <ul style="list-style-type: none"> · Continuación de actividades. · Evaluación del impacto. · Nuevas propuestas. |
| 4.2. Desarrollo de canales de información de la oferta turística. | <ul style="list-style-type: none"> · Creación del Centro de Información Turística de Madrid. | <ul style="list-style-type: none"> · Puesta en marcha web de turismo. · Divulgación estadísticas de visitantes y hojas informativas. · Consolidar y desarrollar C^o Información. · Preparación servicio documentación. | <ul style="list-style-type: none"> · Consolidación de los proyectos implantados · Sistema evaluación satisfacción usuarios. · Consolidación Internacional soportes y productos turísticos. · Ampliación otros servicios. | <ul style="list-style-type: none"> · Obtener valoración de calidad para el Centro de Información. · Captación nuevos segmentos de mercado y aumento del nº de atenciones. | <ul style="list-style-type: none"> · Continuación de las acciones. · Evaluación y propuestas. |
| 4.3. Ordenación y gestión de las estructuras y recursos turísticos. | <ul style="list-style-type: none"> · Preparación de los nuevos proyectos. | <ul style="list-style-type: none"> · Creación del Consorcio para la Promoción Turística de Madrid. · Elaboración plan estratégico de turismo de Madrid. | <ul style="list-style-type: none"> · Nuevo modelo estadístico. · Certificación de calidad y plan de excelencia. · Promoción de cursos especializados y seminarios sensibilización. | <ul style="list-style-type: none"> · Revisión y seguimiento de los planes estratégico y de excelencia y de las actividades de promoción. | <ul style="list-style-type: none"> · Continuación de las acciones. · Evaluación de resultados. |



Área de Participación

Metas 2003-2007

| Líneas Estratégicas | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|--|--|--|---|--|---|
| 5. SUBÁREA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA | | | | | |
| 5.1. Impulso de la democracia participativa. | <ul style="list-style-type: none"> · Elaboración y aprobación del Reglamento de Participación Ciudadana. · Elaboración Plan de Participación Ciudadana (hasta III fase) | <ul style="list-style-type: none"> · Aprobación Plan de Participación Ciudadana. · Desarrollo vías participación. · Inicio proyectos de co-gestión | <ul style="list-style-type: none"> · Desarrollo vías participación. · Aumento entidades registradas. · Incremento partida de subvenciones. · Ampliación proyectos de co-gestión | <ul style="list-style-type: none"> · Continuación de actividades. · Evaluación funcionamiento del Plan. | <ul style="list-style-type: none"> · Continuación de actividades. · Propuestas de futuro. |
| 5.2. Nuevas vías de participación. | <ul style="list-style-type: none"> · Definición proyecto Consejo Director de la Ciudad. · Preparación proyecto participación en red. · Exploración proyectos nuevo modelo de gestión. | <ul style="list-style-type: none"> · Desarrollo proyecto Consejo Director. · Puesta en marcha participación en red y consulta ciudadana. · Constitución Consejos Territoriales y Sectoriales. | <ul style="list-style-type: none"> · Consolidación de los proyectos puestos en marcha. · Seguimiento y evaluación continuada. | <ul style="list-style-type: none"> · Seguimiento de los proyectos en marcha. · Seguimiento y evaluación continuada. | <ul style="list-style-type: none"> · Evaluación de resultados. · Propuestas de acciones nuevas. |
| 5.3. Modelo estratégico de Madrid. | <ul style="list-style-type: none"> · Estudios para el diseño del modelo. · Elaboración Planes Especiales de Inversión. | <ul style="list-style-type: none"> · Formulación del modelo. · Coordinación y evaluación desarrollo Planes Especiales. | <ul style="list-style-type: none"> · Desarrollo del modelo. · Coordinación y evaluación desarrollo Planes Especiales. | <ul style="list-style-type: none"> · Desarrollo del modelo. · Coordinación y evaluación desarrollo Planes Especiales. | <ul style="list-style-type: none"> · Evaluación de resultados. · Continuación Planes Especiales Inversión. |
| 5.4. Fomento de la participación para la convivencia. | <ul style="list-style-type: none"> · Campaña información-formación orientada a la infancia y adolescencia. · Actividades de encuentro e intercambio. | <ul style="list-style-type: none"> · Dos campañas informativo-formativas. · Desarrollo actividades encuentro e intercambio planteadas. | <ul style="list-style-type: none"> · Dos campañas informativo-formativas. · Desarrollo actividades encuentro e intercambio planteadas. | <ul style="list-style-type: none"> · Dos campañas informativo-formativas. · Desarrollo actividades encuentro e intercambio planteadas. | <ul style="list-style-type: none"> · Continuación de actividades. · Evaluación de resultados y nuevas propuestas. |

**Plan
Operativo**
2003 - 2007



Metas 2003-2007

| Líneas Estratégicas | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|---|---|---|---|---|---|
| 6. SUBÁREA DE OFICINA DEL CENTRO | | | | | |
| 6.1. Coordinación de políticas | <ul style="list-style-type: none"> Definición del ámbito competencial y contéodos de la Oficina. Presentación pública de la Oficina. | <ul style="list-style-type: none"> Inicio de todos los proyectos diseñados. Desarrollo de actuaciones. | <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de actuaciones previstas en los ámbitos: <ul style="list-style-type: none"> Urbanístico. Infraestructuras y de servicios técnicos. Medio ambiente y estética urbana. Social, cultural y deportivo. Desarrollo económico. | <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de actuaciones. Coordinación, seguimiento y evaluación continuos. | <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de actuaciones. Coordinación y seguimiento. Evaluación de resultados y nuevas propuestas de actuación. |
| 6.2. Racionalización urbanística y construcción nuevas infraestructuras de transporte. | <ul style="list-style-type: none"> Estudios para el Plan de relocalización de unidades de suministro a vehículos. Constitución de la Comisión ciudadana Puerta del Sol. | <ul style="list-style-type: none"> Elaboración convenios colaboración con compañías propietarias de unidades de suministro. Desarrollo plan de comunicación y seguimiento tareas Comisión Puerta del Sol. | <ul style="list-style-type: none"> Desmantelamiento unidades de suministro del centro de la ciudad. Desarrollo plan de comunicación y seguimiento tareas Comisión Puerta del Sol. | <ul style="list-style-type: none"> Desmantelamiento unidades de Suministro del centro de la ciudad. Desarrollo plan de comunicación y seguimiento tareas Comisión Puerta del Sol. | <ul style="list-style-type: none"> Continuación actividades en marcha. Evaluación de los procesos. Nuevas propuestas. |



10. Viabilidad Económica del Plan

A lo largo de este Plan Operativo, se han descrito las líneas estratégicas y proyectos que se implementarán durante el periodo 2003-2007, con el objetivo de llevar a la práctica todo lo contenido en el Programa Electoral del Partido Popular en aquellas materias que son competencia de la Concejalía de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana.

En todo caso, como es lógico, toda esta planificación tan detallada de actuaciones tiene que tener el complemento de la disponibilidad de unos recursos económicos para poder asegurar el desarrollo de dichas actuaciones.

En este sentido, hay que señalar que la viabilidad económica de este Plan Operativo reside en las asignaciones presupuestarias que la Concejalía de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana tenga en cada una de las anualidades que engloba este Plan.

Por ello, cada una de las Direcciones que componen la Concejalía elabora su presupuesto con el objetivo de asegurar una cobertura presupuestaria suficiente a los proyectos que tiene previsto desarrollar, de tal forma que se consiga una completa coherencia entre el presupuesto anual de la Concejalía y las estrategias y proyectos del Plan Operativo, constituyendo pues el presupuesto el instrumento financiero para poder poner en práctica dichos proyectos.

Así mismo, y para una mejor consecución de los objetivos de la Concejalía, se pondrá una especial atención en la búsqueda de recursos adicionales a los presupuestarios que provengan de otras administraciones nacionales (a través de la firma de convenios, la obtención de subvenciones y otros medios) o de la Unión Europea.

De esta forma, se asegurará la consecución de los fines y el desarrollo de los proyectos reflejados en este documento y así el cumplir con los compromisos adquiridos con la ciudadanía de Madrid en el ámbito de actuación de esta Concejalía.

**Plan
Operativo**
2003 - 2007

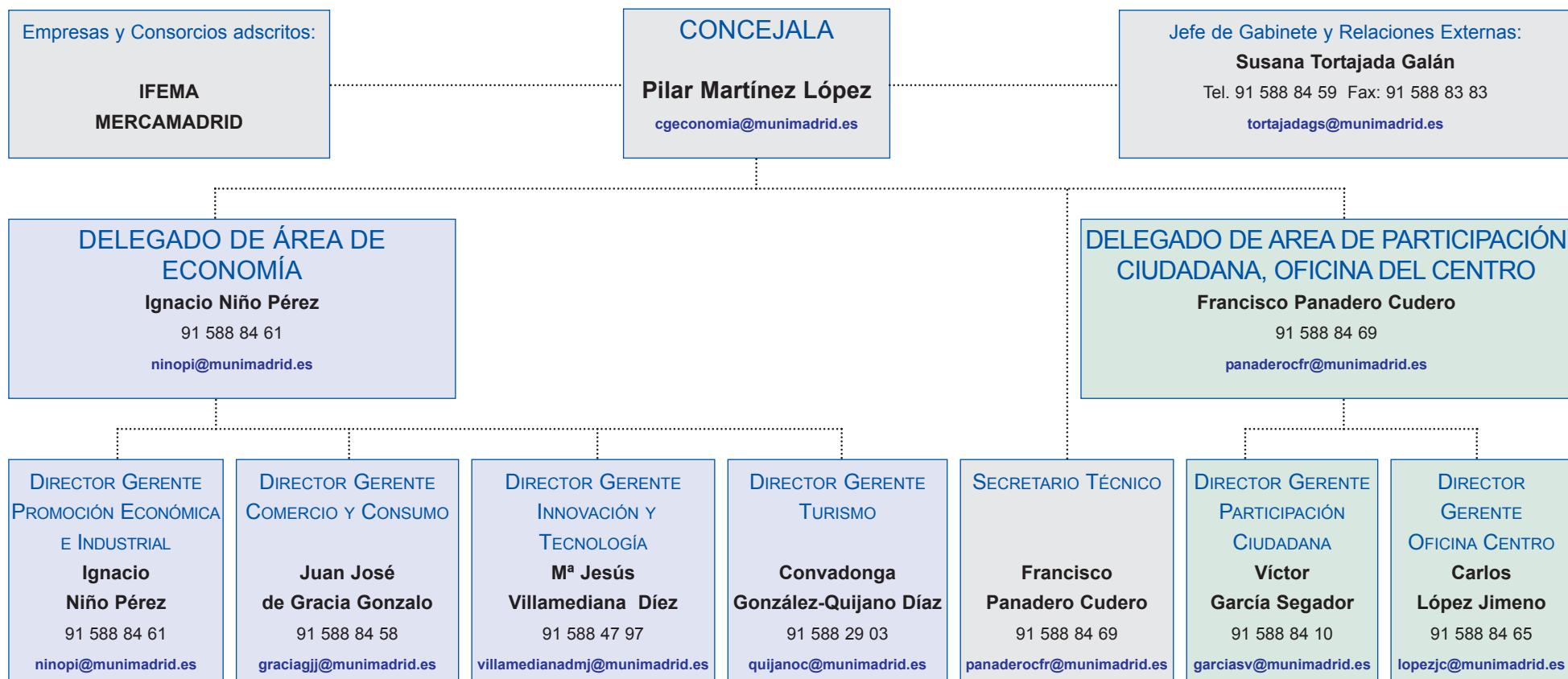


CONCEJALÍA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Anexo: Organigrama de la Concejalía de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana



Organigrama Concejalía de Economía y Participación Ciudadana



Dirección postal: C/ Mayor, 83. 28013 MADRID