

Propuestas y Necesidades

Madrid

Foro

Empresarial

Reactivar Madrid





Índice

3

Turismo

9

Comercio

10

Industria

13

Ciudad

16

Transporte

18

Educación

19

Cultura

20

Empleo y RRHH

22

Internacional

23

RSC

26

Digital

27

Energía y

Medio Ambiente

PROPUESTAS

Las propuestas que se ofrecen a continuación están ordenadas identificando los actores y las acciones o programas propuestos.

En cualquier caso, se deben tomar en consideración los siguientes puntos:

- Condiciones y peculiaridades de cada país o territorio. No existen realidades iguales, no se pueden dar soluciones generales sin tener en consideración la realidad local.
- Los Estados deben comprometerse con ayudas a la empresa turística y comercial con el objetivo de amortiguar los efectos de la crisis, considerando que esta ayuda no puede ser por tiempo indefinido. Tienen un objetivo social mediante la confirmación del apoyo al mantenimiento de la actividad de la empresas e instituciones y, por tanto, de los empleos de los trabajadores.
- El impacto de la crisis del coronavirus, el momento del inicio de la recuperación, así como el hecho de la temporalidad de los destinos, son determinantes para la toma de una decisión.
- Tanto las empresas, instituciones y destinos turísticos que se encuentran en África, Asia Central o América, necesitan un apoyo sustancial para desarrollar acciones y programas que les permitan una promoción y desarrollo turístico, adecuado a las nuevas oportunidades y escenarios que se presentan tras la crisis del coronavirus.

La participación de empresas e instituciones dinámicas y con conocimiento de estos territorios debe ser apremiante, ya que el tiempo de parálisis derivada de esta crisis debe ser aprovechada para preparar y presentar propuestas turísticas en mercados adecuados y beneficiosos para estos territorios.

- Facilitar los viajes y el traslado de turistas y viajes mediante la habilitación de sistemas de identificación y control de turistas en las fronteras, así como afirmar la seguridad de estos durante el viaje.

A. INSTITUCIONALES

I. SUPRANACIONALES

- **La coordinación de políticas** encaminadas a dar respuesta a la industria turística se vuelve esencial para la consecución de soluciones generales, a la vez que estas pueden ayudar al sector en lo particular.
- **Relación salud y otros ámbitos.** La situación actual es un problema que nace desde el ámbito de la salud pero que se extiende a todos los ámbitos sociales y económicos, sin fronteras.

- **Interconexión entre territorios.** En un mundo interconectado como el que tenemos, las dificultades y las soluciones se trasladan entre todos los territorios.
- **La industria turística en las Mesas de Trabajo.** El turismo es una de las industrias que forma parte, en mayor o menor medida, de las políticas turísticas de los países, aportando múltiples beneficios, por ello las instituciones internacionales deben formar grupos de trabajo donde la industria turística debe estar presente y se puedan encontrar las distintas realidades de cada territorio.
- **Prioridad del sector turístico en el Fondo de Reconstrucción** que diseña la Comisión Europea. El sector turístico representa el 10% del PIB de la UE y el 12% de los empleos, pero en algunos países mediterráneos, por ejemplo Grecia, la primera cifra supone más del 20%.

II. INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES

- **La importancia de la industria turística y la coordinación del sector** debe estar presente en la agenda de trabajo de las autoridades nacionales y regionales (dependiendo de la organización administrativa del territorio).
- **Creación de mesas de trabajo.** El turismo ha sido y será una de las principales fuentes de riqueza y motor de la economía, por tanto, se deben crear mesas de trabajo donde la coordinación del sector y la búsqueda de soluciones tengan como resultado un compromiso solidario entre los distintos actores participantes.
- **Representación de grupos sociales en mesas de trabajo.** Así mismo, se deben tener en consideración que en estas mesas de trabajo se encuentren representados todos aquellos grupos sociales con necesidades especiales o tengan una situación desfavorecida, y que a través de la actividad turística han tenido o pueden mostrar y desarrollar actividades y acciones que permitan su integración social, cultural y económica.

III. INSTITUCIONES LOCALES

- Cursos y actividades dirigidas a profesionales de agencias, aerolíneas y profesionales del sector turístico y comercial que propicien la adaptación a este nuevo orden.
- Refuerzo de los equipos de asesoramiento al sector turístico y comercial local.
- Servicio de consultoría online.
- Programa de consultoría online. Se toma como ejemplo el Turismo de Compras.

El **TURISMO DE COMPRAS** aporta beneficios al desarrollo social y económico local mediante la adquisición por parte de los turistas

de Productos con Identidad Cultural, facilitando la creación de nuevas ofertas turísticas, potenciando a su vez proyectos de financiamiento e inversión económica y social, así como también creando vínculos más sólidos para la promoción internacional de los valores culturales de estos territorios, promoviendo así la integración económica y cultural entre las regiones y sus territorios mediante la comunicación, promoción y comercialización de las industrias creativas locales, culturales y artesanales en un mundo global e interconectado dentro de la concepción de la Economía Naranja.

De igual manera, destacamos valores agregados tales como la relación entre el Turismo de Compras de Productos con Identidad Cultural y la Economía Naranja, el Empoderamiento de la Mujer, el Turismo Accesible –Turismo para todos– siguiendo las directrices de instituciones internacionales así como alineando programas y acciones con la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), con el objetivo de asegurar la accesibilidad del Turismo a las personas con discapacidad, los grupos sociales más vulnerables y desposeídos y poblaciones económicamente deprimidas. Con ello aunamos esfuerzos para el crecimiento económico sustentable, sostenible e inclusivo de los países, regiones y territorios, estimulando a su vez la calidad de los productos y servicios turísticos, revalorizando cultural y económicamente tanto los conocimientos como las técnicas creativas y ancestrales.

Promoción de cursos y actividades identificadas con los destinos turísticos:

En este caso, no solo se proponen a empresas relacionadas con la formación, ya que los destinos turísticos pueden ofrecer campañas de promoción e información sobre talleres de artesanía, gastronomía, etc., sino también a aquellos que además de ser promotores de la economía naranja del destino turístico, promuevan todos aquellos recursos relacionados con la identidad cultural del territorio.

B. ACCIONES RELACIONADAS CON AYUDAS ECONÓMICAS Y FISCALES A LA INDUSTRIA

Las propuestas que se aportan deben estar alineadas con las características y peculiaridades de cada institución o territorio, dependiendo de los objetivos y capacidad de cada institución con el objetivo de apoyar la recuperación o desarrollo de un nuevo rumbo del sector turístico.

Para el desarrollo de programas de ayudas e incentivos económicos y fiscales a la industria turística y comercial por parte de las instituciones (territoriales-locales), dentro de un nuevo marco provocado por la situación de crisis ocasionadas por el impacto del coronavirus, se proponen los siguientes alineamientos con el objetivo de atenuar a corto plazo el impacto de la crisis:

- Revisar la presión fiscal que realizan las instituciones tributarias a las empresas que actúan o se relacionan en el ámbito turístico y comercial, facilitando los cumplimientos fiscales que inciden directamente sobre el desarrollo de la industria turística.
- Gobernar a través de un nuevo marco de liderazgo con una visión integradora, de refuerzo de las acciones y programas ya existentes e incorporación de otras líneas de propuestas innovadoras.
- Actuar para maximizar la resistencia financiera, operativa y de imagen de las empresas comerciales y turísticas a corto plazo.
- Detectar las propuestas de valor de las empresas y transformar el modelo de negocio de las empresas con una visión a corto plazo, pero con la intención de que puedan ser reforzados a medio plazo y consolidados a largo plazo.
- Apertura de líneas financieras para pequeñas empresas.
- Suspensión de las devoluciones durante un tiempo determinado (se propone un año desde el inicio de la crisis en cada territorio) y de los apoyos concedidos con recursos propios de cada institución promotora con el fin de asegurar la liquidez y la viabilidad de las empresas turísticas y comerciales, sin penalización alguna.
- Apoyo a las pymes, teniendo en consideración el número de trabajadores, así como del carácter estratégico de la actividad en un territorio. Este vendrá determinado por su incidencia social, cultural y/o económica.

C. ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y MARKETING: DESTINOS TURÍSTICOS,

EMPRESAS E INSTITUCIONES

Los nuevos escenarios estimados tras la actual crisis pueden ser oportunidades para realizar cambios en las propuestas de las empresas y los destinos turísticos. Propuestas generales:

- Cambios o reestructuración de la oferta de algunos destinos turísticos o del listado de los contenidos a exponer.
- Contactar con los mercados más cercanos (turismo nacional – local) desde el punto de vista cultural o social.

- En algunos destinos turísticos identificados por su alto índice de demanda, estudiar la realización de cambios en la propuesta turística con el objetivo de mitigar o solucionar efectos como son el “sobreturismo” y la “turismofobia”, o poner en prácticas proyectos necesarios que por distintas razones no se habían iniciado hasta ahora.
- Posponer actividades de marketing "no convertibles" e invertir más en ventas y marketing online, particularmente en territorios más afectados por la pandemia.
- Considerar la posibilidad de reasignar la inversión en medios de comunicación precrisis a una nueva situación y concepto del mercado.
- Mantener la relevancia para los clientes.
- Tranquilizarlos, explicándoles todas las medidas que se están tomando para proteger a las personas.
- Fomentar un sentido de comunidad en medio del distanciamiento social, a través de un contenido editorial atractivo, reuniones sociales virtuales e iniciativas financiadas por multitudes que involucren a los clientes.
- Prestar atención personalizada a los clientes de alto potencial.
- Actualizar los medios para contactar, atraer y vender a turistas y empresas registrados en las nuevas circunstancias; las tácticas podrían incluir contactos personalizados, presentación de videos y campañas, mensajes directos de los principales contactos y empresas, evaluando el beneficio esperado y los costos relacionados.
- Revisar la apertura de las compras para la próxima temporada, teniendo en cuenta la evolución del consumo en China y en otros lugares; elaborar escenarios y estar preparados para actuar (por ejemplo, desbloqueando un presupuesto adicional si la situación mejora rápidamente).

D. ACCIONES RELACIONADAS CON LAS EMPRESAS TURÍSTICAS Y COMERCIALES

- **Acciones administrativas**
 - Establecer un nuevo marco de liderazgo.
 - Nombrar y facultar a un comité restringido de líderes de crisis para que tome decisiones rápidas, incorporando expertos funcionales y asesores externos cuando el tema lo exija.

- Ajustar los gastos de funcionamiento y los gastos de capital.
- Posponer todas las inversiones no estratégicas.
- Establecer indicadores clave de rendimiento e información sobre el brote, la seguridad de los trabajadores y el contacto con los clientes y el rendimiento de las empresas.
- Elaborar escenarios de consumo futuro basados en la evolución de la pandemia en el mundo, evaluando el probable impacto en el estado de pérdidas y ganancias, el balance y el flujo de caja.
- Establecer una oficina de gestión de proyectos para coordinar y apoyar al comité.
- Reevaluar periódicamente la situación y ajustar las prioridades y planes.
- Delegar en un grupo de trabajo más pequeño cuando eso se ajuste al objetivo.
- Hay que asegurar que las comunicaciones internas y externas sean nítidas y oportunas.

- **Acciones comerciales**

Una forma de centrarse más en el cliente es refrescar (si no establecer por primera vez) una estrategia de cliente de 360 grados que coordine los planes, las propuestas de valor y las acciones de todas las funciones, con el objetivo general de una mayor intimidad con el cliente.

Algunas empresas saldrán de las crisis siendo capaces de tomar decisiones mucho más rápidas, especialmente si se deshacen de procesos heredados ineficientes y adoptan una analítica avanzada.

PROPUESTAS

1. Potenciar el consumo doméstico, mediante planes renove.
1. Relanzar las compras con medidas financieras, con apoyo de los créditos al consumo.
2. Incentivos y bonificaciones fiscales para aquellos que fomenten la creación de empleo, a través de nuevas inversiones en el sector comercio.
3. Incluir al colectivo de los empleados del comercio, en un colectivo de riesgo que les puedan facilitar la realización de los test, tanto para los que están trabajando, como para los que están en cuarentena.

NECESIDADES

1. Ni moratoria ni aplazamientos de impuestos, tributos, cotizaciones a la seguridad, cuota de autónomos, etc. lo que pedimos es la condonación de los mismos.
2. Ayudas urgentes, específicas y directas para el comercio para poder hacer frente a los gastos, principalmente alquileres, y no más endeudamiento de las empresas.
3. Campañas potentes en medios de comunicación para la estimulación del consumo, recuperación de la confianza del consumidor, vital en el comercio de proximidad.
4. Préstamos ICO, las líneas abiertas son insuficientes, sólo llegan a los buenos clientes y debería de llegar a todos y sobre todo al que más lo necesita, obviamente no obligar a contratar pólizas de seguro.
5. Abastecimiento adecuado de los Equipos de Protección Individual, para los comerciantes, (sector de la alimentación), precio y zona de recogida.

PROPUESTAS

Reindustrializar España y así afianzar los pilares para cuando una nueva crisis aparezca, esta idea es vital para hacer que los países sean menos vulnerables.

Hacer un análisis riguroso por tipología de empresa para tomar decisiones no solo globales sino particulares. Este análisis ha de incluir obviamente los nuevos modelos de oferta y demanda, planes de contingencia, etc.

Posible calificación de empresas por:

- Productos a cliente final
- Transformadoras
- Críticas

Las actuaciones de cada categoría deberían de ser distintas. Para la industria crítica, asegurar cadenas de suministros. Para la transformaciones, asegurar soluciones para poner en marcha maquinaria e incluso invertir en nueva.

Créditos a fondo perdido:

Es fundamental ahora que las empresas sigan colaborando, que se fomente desde la administración las uniones, en trabajar sobre mecanismos que fomenten el crecimiento de tamaño, si se unen en una UTE, el capital necesario para llevar a cabo la nueva empresa tiene vacaciones en el repago. Un “*lump sum*” a los usuarios finales, para generar consumo rápido, tickets de compra, etc... finalistas para que se activará la cadena de producción muy rápido

Respecto al tema financiero se asume que habrá liquidez para el día a día, sino procurarlo con retorno en el medio plazo o en función de resultados y/o crecimiento de las empresas. Alianzas con fondo de capital riesgo y con empresas de CrowFunding y CrowLending.

Calificación de ayudas por necesidades:

- Mecanismos para el crecimiento, 1+1=3 (ICO, ENISA modificada, Aval Madrid)
- Mecanismos para incremento del consumo, finalista , lumpsum.

- Mecanismos para transformación tecnológica, hablar con los expertos, Midsait, HP, otros.
- Ayudas a la inversión de maquinaria y relanzamiento de la existente, los ya anunciados.
- Buscar fórmulas de ayudar en el rebalanceo de recursos para facilitar el tránsito.

Poner de manifiesto el valor de la industria, requiriendo datos y ejemplos y reconocimiento su aportación esencial en esta crisis y siempre, es el sector que aporta mayor estabilidad al empleo de lejos, mejores salarios y más inversión.

Prepara una WEB que será Industria vs Covid para recoger testimonios, videos, fotos, artículo de todo lo que ha hecho la industria auxiliar en toda España.

Trabajar sobre el consumo español de todos los productos y servicios. Y preparar un plan para evitar que en los sectores críticos nos pille sin stocks, equipos, productos, etc.

Entender y copiar modelos aplicados en Corea y Alemania.

Poner foco en **desarrollo de los sectores SALUD**, y Tecnológico.

Manejar las cadenas de valor, haciéndolas más próximas.

Incentivar consumo no solo deuda, la renta mínima no debe emplearse en generar ahorro sino acelerar consumo, así toda la cadena de valor se acelera.

Adoptar **medias que multipliquen el tamaño de la sector industriales**, global, pero también a nivel de empresas, acelerar fusiones, incentivos fiscales sin barreras a los 50 empleados, colaboración técnica.

Revisar y **actuar sobre la cadena de valor sanitario**, crear stocks de servicios, productos y activos críticos en España.

Reinventar ayudas al I+D+i después de los visto, se pueden hacer las cosas mucho más rápidamente, premiar esa velocidad de llegada al mercado.

Flexibilidad laboral, para rebalancear las necesidades de los sectores, unos se van a ver más mucho más afectados que otros , nos, vale querer mantener lo insostenible.

Fomentar herramientas de innovación abierta.

Diseño de programas estatales y regionales de ayuda a la I+D+i, que se mantengan en el tiempo (interanuales) y con intensidad de ayuda atractiva para los diferentes tipos de empresas y negocios, de manera que los desarrollos tecnológicos y la innovación propicien la revitalización económica de Madrid. Un buen ejemplo al respecto a nivel regional, podría ser el programa Hazitek que funciona con éxito en el País Vasco hace tiempo.

La situación creada por el COVID19 necesita de una respuesta basada en dos niveles de reflexión. Por una parte, las acciones a corto plazo (6 meses) para paliar las dificultades inmediatas que han surgido y, por otra, una acción más profunda de carácter estratégico, pensada para los próximos años. En relación con las ciudades, teniendo en cuenta el carácter especial de Madrid como capital y Comunidad Autónoma, es imprescindible que esas acciones tengan en consideración esa distribución territorial y poblacional singular de Madrid.

Con este planteamiento, general, podemos plantear algunas propuestas concretas, no con carácter exhaustivo, sino una selección de las más apropiadas para empezar a trabajar en la dirección adecuada:

1. REGIÓN METROPOLITANA DE MADRID

- **ESTRATEGIA:** Trabajar en un futuro compartido entre capital y región, para conseguir estructurar la REGIÓN METROPOLITANA de Madrid, que permitirá planificar y gestionar mucho mejor las sinergias e influencias mutuas entre ciudad y territorio.
- **ACCIÓN INMEDIATA:** Desarrollar acciones de promoción directa para impulsar la marca Madrid, que incluya ciudad y región, para la recuperación de la imagen positiva de la Comunidad como receptora de inversión, y del turismo, en una primera fase nacional, y posteriormente el internacional.

2. CIUDADES INTELIGENTES

- **ESTRATEGIA:** El concepto Smart Cities debe ser reformulado, y construirlo a partir de valores compartidos por los ciudadanos, y no solo en herramientas de gestión o desarrollo tecnológico. Una ciudad inteligente es una ciudad pensada en valores, construida desde una visión y que incorpora las tecnologías.
- **ACCIÓN INMEDIATA:** Utilizar los datos existentes en las ciudades de la Comunidad para crear redes de servicios de proximidad. Crear plataformas de información para ofrecer a los ciudadanos un mapa de comercio y servicios cercanos, que ayude a mantener la actividad comercial de barrio y, al mismo tiempo, genere espacios autosuficientes en 15 o 20 minutos a la redonda.

3. MOVILIDAD

- **ESTRATEGIA:** Avanzar en un modelo de movilidad dentro de la ciudad de Madrid, y entre la capital y las ciudades de su

entorno, que compatibilice el uso colectivo de transporte con la seguridad de los ciudadanos. Pensar en el modelo post vehículo privado sin perder la rapidez y la comodidad. Encontrar el equilibrio entre eficiencia y respeto medioambiental.

- **ACCIÓN INMEDIATA:** Fomentar el uso de los transportes seguros y respetuosos con el medio ambiente, como la bicicleta, para los desplazamientos cortos en la ciudad, mediante el cierre temporal de calles a los vehículos privados, el aumento del parque existente de bicicletas eléctricas, o la reducción del precio de aparcamientos de coches cercanos a los lugares más demandados en la ciudad. Aumentar los espacios peatonales durante fines de semana, por ejemplo, para reforzar la sensación de seguridad.

5. VIVIENDA

- **ESTRATEGIA:** Defensa de cambios normativos y flexibilidad de interpretación que favorezca nuevas tipologías, mezcla de usos y fomento del parque de alquiler para acceso a la primera vivienda. Flexibilidad de la normativa para el diseño, tanto de los interiores de las viviendas como de los espacios comunes en los propios edificios, como en la configuración de los espacios exteriores.
- **ACCIONES INMEDIATAS:** La implementación de la Declaración Responsable como instrumento habitual en muchos de los procedimientos relacionados con la gestión de la vivienda. Por ejemplo, la sustitución de la Calificación Definitiva por declaración responsable. La modificación puntual de la Ley del Suelo para que los Suelos Demaniales sean claramente Patrimoniales. Bonificación de tasas e impuestos en el sector, como Actos Jurídicos Documentados, impuestos municipales o aranceles notaría y registro de la propiedad.

Medidas de apoyo al sector inmobiliario residencial de vivienda de nueva construcción a precio de venta asequible (vivienda protegida). Que las administraciones públicas convoquen concursos para enajenar la propiedad de suelo público finalista con destino a vivienda protegida en régimen de venta y arrendamiento.

6. ESPACIO PÚBLICO

- **ESTRATEGIA:** Ampliar los usos actuales del espacio público para que los ciudadanos puedan aprovechar mejor los lugares comunes en las ciudades.

Fomentar nuevos usos, vinculados con la imagen de la ciudad, con la identidad de la ciudad, que refuercen el aspecto emocional de las personas respecto a su entorno más inmediato.

Aprovechar el componente emocional de estos meses para convertir el confinamiento en algo positivo, el reencuentro con su ciudad, a través de los espacios públicos que compartimos con el resto de ciudadanos.

- **ACCIONES INMEDIATAS:** Implementar algunos proyectos piloto en lugares seleccionados en las ciudades, que experimenten nuevas formas de ocupación, señalización, distribución y uso del espacio público, que intenten dar respuesta a las dudas sobre la nueva relación entre personas, la convivencia, distancia de seguridad, etc.

PROPUESTAS

Medidas sectoriales

1. Plan de lanzaderas transversales directas entre unas poblaciones y otras de la Comunidad de Madrid.
2. Plan de lanzaderas desde las poblaciones limítrofes a los parques industriales de la Comunidad de Madrid.
3. Plan de refuerzos de las líneas de metro por superficie.
4. Integración del Transporte Discrecional de Viajeros, RUE y Turístico en todos los planes de movilidad de la Comunidad de Madrid y Ayuntamiento de Madrid a todos los efectos del servicio de transporte público de viajeros.

Medidas Financieras

1. Aplazamiento de todas las cuotas de instrumentos financieros durante dieciocho meses, para ser satisfechas al final del periodo de concesión de los préstamos, leasing, u otros cualesquiera modos de financiación.
2. Elevar el límite de financiación de las empresas por encima del 25 % de la facturación.
3. Líneas adicionales de crédito a 7 años, con dos de carencia y solo pago de intereses por un producto específico, que no tenga por referencia el circulante.

Medidas fiscales

1. Deben considerarse Pymes las empresas de hasta 250 trabajadores, según la CEE.
2. Reducción del IVA al 4 % en el transporte de viajeros.
3. Aplazamiento de pago durante 18 meses de los impuestos de IVA, IRPF, Impuesto de Sociedades y Cotizaciones a la Seguridad Social junto con un calendario de pagos escalonados a partir del periodo de gracia.

Medidas para el transporte Regular de Uso Especial

- 1.- Facilitar el acceso de grupos homogéneos en el Transporte Regular de Uso Especial, lo que no es incompatible con las medidas sanitarias, guardando la distancia entre personas.
- 2.- Pago a las empresas del 50 % de las rutas de transporte escolar por el periodo lectivo.
suspendido con base en las previsiones de los propios contratos.
- 3.- Modificar los horarios de entrada y salida de los escolares y servicios de bienestar social de forma que el acceso de los usuarios se pueda efectuar escalonadamente.
- 4.- Prorroga mínima de un año en los concursos escolares vigentes.
- 5.- Extender hasta los 18 años la edad de los autocares para poder realizar transporte escolar.

NECESIDADES

- **Subvenciones** al sector deportivo: se han quedado sin ingresos por la falta de cuotas, y previsiblemente sin actividades de verano como campus.
- **Ayudas** a empresas de servicios accesorios a la educación por la devolución de cuotas de actividades extraescolares, previsible cancelación de los campamentos de verano.
- **Bonificaciones** en seguridad social para la reincorporación de profesores de ERTE's en los meses de verano .
- **Bonificaciones** en seguridad social para la contratación de nuevos profesores en el caso de que se pudieran realizar campamentos de verano.

PROPUESTAS

- Crear un canal de Cine Clásico potenciando su consumo. España ya era uno de los países que mayor cine clásico consumía, ahora,, ha aumentado, pero apenas hay canales que lo ofrezcan.
- Ante un escenario hasta ahora inédito, las industrias culturales deben ocupar un lugar primordial en cualquier foro empresarial.
- Como primera medida, dado que los recursos públicos serán muy restrictivos, la acción privada significa una parte fundamental del entramado cultural.
- De ahí, que una de las medidas clave para esa recuperación sea la promulgación, cuanto antes, de una Ley de Patrocinio y Mecenazgo y una Ley de Propiedad Intelectual que permitan, con notables beneficios fiscales, la puesta en marcha de esa colaboración público-privada.
- El nuevo escenario, mayoritario, virtual ofrece una oportunidad extraordinaria a la difusión mundial de las industrias culturales en español, y la potenciación internacional de dichas industrias, ahora que lo presencial tardará un tiempo en recuperar su lugar.

PROPUESTAS

- Eliminar la representación obligatoria y prioritaria de los sindicatos mayoritarios en cuestiones que s lo afectan las empresas (ERTES, recuperación del permiso retribuido).
- Establecer un procedimiento ágil de comunicación de situaciones de riesgo grave o inminente de los Servicios de Prevención de Riesgos de las empresas.
- Aclarar la posibilidad de finalizar los contratos temporales incluidos en el ERTE.
- Acceso a la prestación por desempleo de los fijos discontinuos para las situaciones de recuperación parcial de la actividad.
- Flexibilidad empresarial de distribución de la jornada laboral para evitar despido y no tan controlada por los sindicatos. Flexibilidad de la distribución irregular aumentado el porcentaje de horas que pueden ser irregulares por parte del empresario, reduciendo el preaviso y poder transmitir las horas al siguiente año.
- Apoyo al teletrabajo como alternativa a una reincorporación progresiva a los centros de trabajo.
- Ayuda a los planes de contingencia en la reincorporación con medios y asesoramiento.

NECESIDADES

- Prolongación de los ERTES por fuerza mayor mas allá del tiempo que dure el estado de alarma. Y considerar que todo ERTE debido al COVID-19 se mantendrá la exoneración de las cotizaciones a la Seguridad Social.
- Matizar, adecuar o restringir mucho el compromiso de mantenimiento de empleo de seis meses después del ERTE.
- Limitar las consecuencias del incumplimiento del compromiso de empleo (razones económicas, interpretación del juez).

- Apoyo de las grandes empresas a las Pymes, con una orientación de su política de proveedores para el desarrollo de empleo en las pymes españolas.
- Desarrollo de las políticas activas de recolocación. Potenciar la cooperación con la administraciones autonómicas para la formación de los parados COVID-19.

PROPUESTAS

- Garantizar la salud y seguridad de todos los empleados, maximizando las medidas de prevención en los próximos viajes y misiones comerciales.
- Elaborar un plan de ayudas para adquirir tecnología que facilite el teletrabajo, para dotar a las oficinas del equipamiento necesario para aumentar las conferencias y videollamadas desde la oficina evitando en la medida de lo posible los viajes al exterior. Con el objetivo activar lo antes posible la actividad comercial con nuestros clientes.
- Acción coordinada con Ministerio de Exteriores para lograr eliminar los vetos a los pasaportes españoles por parte de más de cien países del mundo.
- Establecer un plan de recuperación de la Marca Madrid para potenciar la exportación de productos de la Comunidad de Madrid en mercado nacional. Facilitar la venta interior.
- Especial atención a recomponer lazos comerciales Latinoamérica por alianza histórica y a EEUU por importancia del mercado comercial con más de 16.000 vuelos diarios suspendidos en toda Europa por el veto de Trump.
- Política de imagen con mensaje "España ha superado el covid" para no perder congresos/ferias internacionales que estén ya confirmadas para el 2021 y muchas se adjudican con dos o tres años vista.
- Reforzar las relaciones comerciales con Portugal, país menos expuesto y que mejor ha aguantado la pandemia. Potenciar una Alianza Ibérica comercial Internacional. Muchas empresas españolas ya tienen presencia en Portugal y viceversa.

NECESIDADES

- Ayudas para la devolución de los billetes de vuelo ya reservados y no efectuados. Las compañías no ofrecen fácilmente devolución y hay empresas que tenían vuelos contratados para todo el año.
- Considerar la aplicación, en la medida de lo posible, el sistema inglés de autónomos. "En la medida de lo posible" porque hay cuestiones legales, administrativas culturales, etc., que no permiten una aplicación tal cual y estemos hablando más bien de una adaptación. Pero lo esencial del sistema es que el autónomo pague su cuota o impuestos en función de sus ingresos.

PROPUESTAS

1. Reforzar cualesquiera mecanismos que afiancen la función social que desempeñan las organizaciones mencionadas y que permita la sostenibilidad de las mismas proponiéndose a tal fin la generación de un Fondo de Contingencia, coparticipado por Estado y comunidades autónomas a través del cual se apoye económicamente a todos los centros y servicios sociales que garantice la continuidad de las personas y profesionales vinculados a ellos. Especial referencia deberá hacerse a quienes están en la primera línea de esta crisis sanitaria o han sufrido más directamente la suspensión de sus actividades.
2. Crear un mecanismo de interlocución permanente con los proveedores de servicios del Tercer Sector de Acción Social, que permita el diálogo sobre aspectos que son exclusivos de nuestros sectores de actividad.

NECESIDADES

- Equipos de Protección Individual y la realización de pruebas de contagio para poder contener con mayor garantía la extensión del COVID-19, garantizar la salud de las personas que atendemos y de todas las personas y profesionales que desarrollan dicha atención. Esta necesidad es especialmente urgente allí donde hay personas directamente expuestas a los efectos del COVID-19.
- Garantizar la sostenibilidad económica de nuestra actuación, presente y futura, requiere una dotación económica adicional para hacer frente a refuerzos de personal, limpieza, provisiones, menores ingresos y el superior gasto producido por el alto número de bajas laborales.
- Especialmente en los centros residenciales donde contamos con población de mayor riesgo, como son las residencias de personas mayores y otros centros residenciales, requerimos un mayor y más decidido apoyo del sistema sanitario para evitar la extensión de las dramáticas situaciones que venimos sufriendo.

- Una especial atención, dentro de las medidas adoptadas dirigidas a las empresas, a la situación de centros especiales de empleo y empresas de inserción, ya que las dificultades de viabilidad económica de estas entrañan el riesgo de que miles de personas de colectivos especialmente vulnerables pierdan sus opciones de inserción laboral.
- Un mayor compromiso público para suplir las numerosas bajas que se están dando en centros residenciales y de atención domiciliaria, y así poder garantizar el mantenimiento de una atención digna en estos difíciles momentos.

Consideramos necesario que las actuaciones desarrolladas por los proveedores de servicios sociales del Tercer Sector de Acción Social se mantengan, tanto en los servicios esenciales como en el resto. De otra forma se producirá un retroceso inaceptable en la atención a las personas más vulnerables de nuestra sociedad (muchas de las cuales además reciben servicios sociales no garantizados como derechos subjetivos) al poner en cuestión la viabilidad de miles de empleos y de las entidades que las están desarrollando.

NECESIDADES EXTRAORDINARIAS PARA CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO DE INICIATIVA SOCIAL

1. Financiación del complemento empresarial del restante 25% del salario del trabajador con discapacidad del CEE en caso de IT en situación de aislamiento o contagio.
2. Elevar transitoriamente la subvención del Salario Mínimo Interprofesional por cada trabajador con discapacidad de especiales dificultades de inserción en CEE cuyo centro de trabajo no esté afectado por ERTE al 75% del SMI, garantizar la financiación de la unidad de apoyo y bonificar la Seguridad Social de los trabajadores de la misma.
3. Adoptar las medidas normativas necesarias para garantizar, en todas las comunidades autónomas, que, en caso de que el CEE tenga bajas laborales o haya realizado un ERTE como consecuencia de la crisis sanitaria actual y esta circunstancia derive en que el número de trabajadores con discapacidad se sitúe por debajo del 70% de la plantilla, que en ningún caso el CEE sea descalificado por esta eventualidad.

4. Igualmente, adoptar las medidas normativas necesarias para garantizar, en todas las comunidades autónomas, que, en caso de que el CEE cese su actividad temporalmente como consecuencia de la crisis sanitaria actual, que en ningún caso el CEE sea descalificado por esta eventualidad.

5. Adoptar las medidas normativas necesarias para excepcionar temporalmente (paralización del período de cómputo) la obligación del mantenimiento del puesto de trabajo o sustitución por otro/a trabajador/a con discapacidad durante tres años en la subvención para proyectos generadores de empleo (Orden Ministerial de 16 de octubre de 1998), en el caso de bajas laborales, ERTE o cese temporal de la actividad.

6. Crear un fondo de contingencia específico, al amparo de las ayudas previstas para el mantenimiento de puestos de trabajo en CEE establecidas en la Orden Ministerial de 16 de octubre de 1998, siempre vinculado al mantenimiento de empleo, dirigido a equilibrar el presupuesto para paliar las deficiencias económico-financieras provocadas por la situación de crisis sanitaria actual. Esta eventualidad deberá estar debidamente justificada y el importe máximo para cada CEE será del 50% del desequilibrio presupuestario provocado, desde el momento de la declaración del estado de alarma, por ceses de actividad, reducción de ingresos por ventas o prestación de servicios, etc. Estas ayudas se limitarán al año de vigencia del presupuesto.

7. Adoptar las medidas normativas y el crédito presupuestario necesario para, con carácter extraordinario, garantizar la liquidez de los CEE. De manera que las diferentes comunidades autónomas puedan anticipar, de manera urgente, el 100% de las ayudas al mantenimiento del empleo (subvención de SMI) de todo el ejercicio 2020. Teniendo en cuenta la plantilla real existente a fecha de declaración del estado de alarma; en el último trimestre del año se realizarían los ajustes pertinentes entre la subvención recibida y la plantilla existente en cada uno de los meses restantes del año.

PROPUESTAS

- **Fomentar la digitalización en las empresas**, sobre todo las pymes, para optimizar sus procesos y sacar más provecho a las relaciones con sus *stakeholders*, lo que redundará en mejoras de eficiencia y productividad. El COVID nos ha obligado a todos adquirir habilidades tecnológicas a marchas forzadas, tanto a título personal como profesional, y es crítico no dejar pasar la oportunidad de mantener, o mejor potenciar, este recorrido.
- **Facilitar el trabajo en remoto de los empleados**, cuando sea posible, mediante ayudas/bonificaciones dirigidas a las empresas para proporcionarles la formación y las herramientas necesarias.
- **Ayudar a las empresas**, sobre todo a las más pequeñas, a **digitalizar su venta online** (e-commerce) y el contacto y atención a sus clientes (RRSS, multicanalidad),
- **Destinar más recursos al análisis de datos para la toma de decisiones en las empresas** (desde el conocimiento de los clientes y sus necesidades, a la relación con sus proveedores y a la comparativa con el mercado), de cara a no perder competitividad versus otras empresas que estén más preparadas.

PROPUESTAS

En primer lugar y con carácter general, consideramos imprescindible que se tomen 2 medidas:

- **Financiación para las empresas** en condiciones razonables y con los recursos suficientes.
- **Ampliación de la flexibilidad de las condiciones laborales** más allá del plazo de finalización del estado de alarma.

Como objetivos más concretos:

- **Diseño de programas estatales y regionales de ayuda a la I+D+I**, que se mantengan en el tiempo (interanuales) y con intensidad de ayuda atractiva para los diferentes tipos de empresas y negocios, de manera que los desarrollos tecnológicos y la innovación propicien la revitalización de la economía de Madrid. Un buen ejemplo al respecto a nivel regional, podría ser el programa Hazitec que funciona con éxito en el País Vasco hace tiempo.

Este proyecto tiene como objetivo fortalecer la industria generando un impacto y un retorno económico significativo. Para ello financia proyectos diferenciando dos finalidades:

1. De carácter competitivo: para desarrollar nuevos productos superiores a los actuales e impulsar empresas de base científico-tecnológica.
2. De carácter estratégico: Con la intención de crear nuevas patentes.

- **Fomentar la generación de proyectos de innovación abierta** como oportunidad para la Pyme.

1. Por ejemplo, aportando más fondos a las convocatorias de I+D comprometidas: programas retos-colaboración, doctorados industriales, cheque innovación, etc. Con el objetivo de promover el desarrollo de nuevas tecnologías y contribuir a la creación de nuevos productos y servicios.
2. Favorecer la colaboración público-privada en I+D+I mediante la financiación de programas dilatados en el tiempo (más de 3 años) de colaboración entre empresas y centros de investigación.

- **Fomento de utilización de materiales reciclados**, en particular del caucho reciclado en sus diferentes aplicaciones. Con una aplicación de ventajas fiscales o una mayor valoración en concursos en los que se usen estos materiales.
- **Impulsar los planes RENOVE**, en todas sus modalidades, con los objetivos ya conocidos:
 1. Ahorro energético
 2. Disminución de agentes contaminantes
 3. Seguridad en las instalaciones
 4. Generación de actividad económica
- **Definición de planes de compra pública verde** por parte del gobierno regional y fomento de mercados de materiales reciclados, para fomentar el proyecto Madrid7R, impulsando la transición de un modelo lineal de producción y consumo a un sistema circular.
- **Competitividad en el coste de la energía**, acercando el coste de la misma al de los países de nuestro entorno europeo.
- **Un marco claro de transición energética**, que contemple el coste de transición y una temporalidad razonable.
- **Acelerar la implantación del PNIEC**, teniendo como principio la neutralidad tecnológica para llegar a los objetivos deseados de eficiencia energética y del uso de energías renovables, fomentando al mismo tiempo el uso de energías ya consolidadas y en desarrollo.

MADRID FORO EMPRESARIAL

Madrid Foro Empresarial
Castelló, 76 28006 Madrid
contacto@madridforoempresarial.es
madridforoempresarial.es

