



En virtud de lo establecido en el artículo 9.4 de la Ordenanza de Transparencia del Ayuntamiento de Madrid se dispone la publicación en la página web del Ayuntamiento de Madrid del texto íntegro de los Acuerdos adoptados por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid en sesión ordinaria celebrada el 1 de marzo de 2018.

ÁREA DE GOBIERNO DE EQUIDAD, DERECHOS SOCIALES Y EMPLEO

- 1.- Convalidar el gasto de 47.852,49 euros, a favor de las entidades que figuran en los expedientes.
- 2.- Autorizar el contrato de servicios para la gestión de un Centro de Intervención Parental (CIP), y el gasto plurianual de 1.635.154,49 euros, como presupuesto del mismo.
- 3.- Autorizar el contrato de servicios de apoyo para la realización de actividades educativas y culturales con escolares del municipio de Madrid, y el gasto plurianual de 618.164,80 euros, como presupuesto del mismo.
- 4.- Autorizar el contrato de gestión de servicios públicos de la Escuela Municipal de Música y Danza del Distrito de Centro del Ayuntamiento de Madrid, y el gasto plurianual de 681.031,72 euros, como presupuesto del mismo.

ÁREA DE GOBIERNO DE COORDINACIÓN TERRITORIAL Y COOPERACIÓN PÚBLICO-SOCIAL

- 5.- Aprobar la Estrategia de Alimentación Saludable y Sostenible del Ayuntamiento de Madrid para el periodo 2018-2020.

A PROPUESTA DE LA CONCEJALA PRESIDENTA Y DEL CONCEJAL PRESIDENTE DE LOS DISTRITOS

- 6.- Admitir a trámite y aprobar inicialmente el Plan Especial de Control Urbanístico Ambiental de Usos para la implantación de la actividad de academia en las plantas baja y primera del edificio sito en la Cuesta de San Vicente número 4, promovido por Trazos Infografía, S.L. Distrito de Moncloa-Aravaca.
- 7.- Convalidar el gasto de 9.889,57 euros, a favor de la empresa que figura en el expediente. Distrito de Moratalaz.
- 8.- Autorizar el Acuerdo Marco de obras de remodelación y mejora del espacio público en los barrios de La Guindalera y Fuente del Berro. Distrito de Salamanca.



ÁREA DE GOBIERNO DE PORTAVOZ, COORDINACIÓN DE LA JUNTA DE GOBIERNO Y RELACIONES CON EL PLENO

- 9.- Autorizar el Acuerdo Marco de servicios de creación publicitaria declarada de gestión centralizada y de servicios de creación para las campañas institucionales de comunicación del Ayuntamiento de Madrid y sus Organismos Autónomos.

ÁREA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y HACIENDA

- 10.- Cesar y nombrar a miembros del Consejo Rector del Organismo Autónomo Agencia Tributaria Madrid.
- 11.- Establecer las directrices para la aplicación de la reserva del derecho a participar en la contratación municipal a los Centros Especiales de Empleo y empresas de inserción y fijar el porcentaje mínimo de participación para 2018.
- 12.- Autorizar el Acuerdo Marco para el suministro de energía eléctrica renovable para edificios municipales y equipamientos del Ayuntamiento de Madrid y sus Organismos Autónomos.

ÁREA DE GOBIERNO DE DESARROLLO URBANO SOSTENIBLE

- 13.- Aprobar la adjudicación de las cuotas indivisas de las parcelas RCL-1B, RPPL-4F y T-1A, de titularidad municipal fiduciaria, del Proyecto de Reparcelación del Área de Planeamiento Específico 08.16 "Arroyo del Fresno", Unidad de Ejecución número 2, a favor de CP Amenabar Promociones, S.L. Distrito de Fuencarral-El Pardo.
- 14.- Aprobar el proyecto inicial de modificación de la Ordenanza reguladora de la Publicidad Exterior.

ÁREA DE GOBIERNO DE MEDIO AMBIENTE Y MOVILIDAD

- 15.- Aprobar las condiciones generales de organización y funcionamiento del servicio público municipal de transportes de personas por cable denominado "Teleférico de Rosales", gestionado de forma directa, mediante sociedad mercantil municipal.
- 16.- Asignar la denominación "Jardín de Manuel Jiménez" a la zona verde situada en la plaza de Mercurio. Distrito de Barajas.

SECRETARIA DE LA JUNTA DE GOBIERNO

A PROPUESTA DEL GERENTE DE LA CIUDAD

- 17.- Cesar, a petición propia, a Juan José Benito González como Director General de Recursos Humanos.

[Volver al índice](#)



[Volver al índice](#)

ÁREA DE GOBIERNO DE EQUIDAD, DERECHOS SOCIALES Y EMPLEO

1.- Convalidar el gasto de 47.852,49 euros, a favor de las entidades que figuran en los expedientes.

El presente Acuerdo tiene por objeto aprobar la convalidación del gasto de 47.852,49 euros, IVA exento, a favor de las entidades que figuran en los expedientes.

El órgano competente para aprobar la convalidación del gasto es la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 17.1.g) de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid y en el artículo 36.2 de las Bases de Ejecución del vigente Presupuesto del Ayuntamiento de Madrid.

En su virtud, a propuesta de la Delegada del Área de Gobierno de Equidad, Derechos Sociales y Empleo, previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Aprobar la convalidación del gasto de 47.852,49 euros, IVA exento, a favor de las entidades que figuran en los expedientes, de acuerdo con el siguiente desglose:

- APOSTÓLICAS DEL CORAZÓN DE JESÚS COMUNIDAD DE OBRAS SOCIALES con CIF: R2800880C, por un importe de 9.844,03 euros, IVA exento, por la prestación del servicio de gestión de centros de estancias breves y medias para mujeres víctimas de violencia de género en el ámbito de la pareja o ex pareja y gestión de plazas de alojamiento en un centro de acogida temporal para mujeres solas o con menores a su cargo, en situación de emergencia social, lote 1, durante el mes de diciembre de 2017, con cargo a la aplicación presupuestaria 001/027/231.06/227.99 "Otros trabajos realizados por otras empresas y profesionales" del vigente presupuesto municipal. (Expediente 171/2018/00085).
- COMPAÑÍA DE LAS HIJAS DE LA CARIDAD DE SAN VICENTE DE PAUL PROVINCIA DE MADRID "SAN VICENTE" con CIF: R2800402F, por un importe de 38.008,46 euros, IVA exento, por la prestación del servicio de intervención social y atención de las necesidades básicas a personas sin hogar en Centro Abierto III, con servicio de desayuno, comida y cena que incorporen productos de comercio justo, durante el mes de diciembre de 2017, con cargo a la aplicación presupuestaria 001/027/231.06/227.99 "Otros trabajos realizados por otras



empresas y profesionales" del vigente presupuesto municipal.
(Expediente 171/2018/00090).

[Volver al índice](#)



[Volver al índice](#)

2.- Autorizar el contrato de servicios para la gestión de un Centro de Intervención Parental (CIP), y el gasto plurianual de 1.635.154,49 euros, como presupuesto del mismo.

El presente Acuerdo tiene por objeto autorizar el contrato de servicios para la gestión de un Centro de Intervención Parental (CIP), con una vigencia de 36 meses, prorrogable, siendo la fecha prevista de inicio el 1 de septiembre de 2018, y el gasto plurianual de 1.635.154,49 euros, IVA incluido, como presupuesto del mismo.

El contrato se califica como administrativo de servicios, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 10 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público aprobado por Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre y se adjudicará por procedimiento abierto y tramitación ordinaria, atendiendo a una pluralidad de criterios.

El órgano competente para autorizar el contrato y el gasto plurianual es la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de conformidad con el artículo 17.1 e) y g) de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid y el Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid de 29 de octubre de 2015, de organización y competencias del Área de Gobierno de Equidad, Derechos Sociales y Empleo.

En su virtud, a propuesta de la Delegada del Área de Gobierno de Equidad, Derechos Sociales y Empleo previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Primero.- Autorizar el contrato de servicios para la gestión de un Centro de Intervención Parental (CIP), con una de vigencia de 36 meses, prorrogable, siendo la fecha prevista de inicio el 1 de septiembre de 2018.

Segundo.- Autorizar el gasto plurianual de 1.635.154,49 euros, IVA incluido, que se imputará a la aplicación presupuestaria 001/027/231.02/22799 "Otros trabajos realizados por otras empresas y profesionales" del programa "Familia e Infancia" o equivalente del presupuesto municipal, con arreglo a la siguiente distribución por anualidades:

211.766,85 euros con cargo al ejercicio de 2018

517.595,51 euros con cargo al ejercicio de 2019

517.595,51 euros con cargo al ejercicio de 2020



388.196,62 euros con cargo al ejercicio de 2021.

[Volver al índice](#)



[Volver al índice](#)

3.- Autorizar el contrato de servicios de apoyo para la realización de actividades educativas y culturales con escolares del municipio de Madrid, y el gasto plurianual de 618.164,80 euros, como presupuesto del mismo.

El presente Acuerdo tiene por objeto autorizar el contrato de servicios de apoyo para la realización de actividades educativas y culturales con escolares del municipio de Madrid, con una vigencia desde el 1 de septiembre de 2018 al 31 de agosto de 2020, ambos inclusive, prorrogable, y el gasto plurianual de 618.164,80 euros, IVA incluido, como presupuesto del mismo.

El contrato se califica como administrativo de servicios, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 10 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público aprobado por Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre y se adjudicará por procedimiento abierto y tramitación ordinaria, atendiendo a una pluralidad de criterios.

El órgano competente para autorizar el contrato y el gasto plurianual es la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de conformidad con el artículo 17.1 e) y g) de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid y el Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de 29 de octubre de 2015, de organización y competencias del Área de Gobierno de Equidad, Derechos Sociales y Empleo.

En su virtud, a propuesta de la Delegada del Área de Gobierno de Equidad, Derechos Sociales y Empleo previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Primero.- Autorizar el contrato de servicios de apoyo para la realización de actividades educativas y culturales con escolares del municipio de Madrid, con una vigencia desde el 1 de septiembre de 2018 al 31 de agosto de 2020, ambos inclusive, prorrogable.

Segundo.- Autorizar el gasto plurianual de 618.164,80 euros, IVA incluido, que se imputará a la aplicación presupuestaria 001/027/326.01/227.99 "Otros trabajos realizados por otras empresas y profesionales" del programa "Servicios complementarios Educación" o equivalente del presupuesto municipal vigente, con arreglo a la siguiente distribución por anualidades:

89.648,90 euros con cargo al ejercicio de 2018

309.082,40 euros con cargo al ejercicio de 2019



219.433,50 euros con cargo al ejercicio de 2020.

[Volver al índice](#)



[Volver al índice](#)

4.- Autorizar el contrato de gestión de servicios públicos de la Escuela Municipal de Música y Danza del Distrito de Centro del Ayuntamiento de Madrid, y el gasto plurianual de 681.031,72 euros, como presupuesto del mismo.

El presente Acuerdo tiene por objeto autorizar el contrato de gestión de servicios públicos, en la modalidad de concesión denominado "Gestión de la Escuela Municipal de Música y Danza del Distrito de Centro del Ayuntamiento de Madrid", con una vigencia desde el 1 de septiembre de 2018 al 31 de agosto de 2021, ambos inclusive, prorrogable, y el gasto plurianual de 681.031,72 euros, IVA exento, como presupuesto del mismo.

El contrato se califica como administrativo de gestión de servicios públicos en la modalidad de concesión, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 8 y 277 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público aprobado por Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre y se adjudicará por procedimiento abierto y tramitación ordinaria, atendiendo a una pluralidad de criterios.

El órgano competente para autorizar el contrato y el gasto plurianual es la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de conformidad con el artículo 17.1 e) y g) de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid y el Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid de 29 de octubre de 2015, de organización y competencias del Área de Gobierno de Equidad, Derechos Sociales y Empleo.

En su virtud, a propuesta de la Delegada del Área de Gobierno de Equidad, Derechos Sociales y Empleo previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Primero.- Autorizar el contrato de gestión de servicios públicos, en la modalidad de concesión denominado "Gestión de la Escuela Municipal de Música y Danza del Distrito de Centro del Ayuntamiento de Madrid", con una vigencia desde el 1 de septiembre de 2018 al 31 de agosto de 2021, ambos inclusive, prorrogable.

Segundo.- Autorizar el gasto plurianual de 681.031,72 euros, IVA exento, que se imputará a la aplicación presupuestaria 001/027/326.01/227.99 "Otros trabajos realizados por otras empresas y profesionales" del programa "Servicios complementarios Educación" o equivalente del presupuesto municipal vigente, con arreglo a la siguiente distribución por anualidades:



73.441,11 euros con cargo al ejercicio de 2018

222.110,43 euros con cargo al ejercicio de 2019

228.797,67 euros con cargo al ejercicio de 2020

156.682,51 euros con cargo al ejercicio de 2021.

[Volver al índice](#)



[Volver al índice](#)

ÁREA DE GOBIERNO DE COORDINACIÓN TERRITORIAL Y COOPERACIÓN PÚBLICO-SOCIAL

5.- Aprobar la Estrategia de Alimentación Saludable y Sostenible del Ayuntamiento de Madrid para el periodo 2018-2020.

El Plan de Gobierno 2015-2019 fija como objetivo estratégico del Ayuntamiento de Madrid favorecer una ciudad activa y saludable y establece, dentro de la estrategia de garantía de acciones de prevención y promoción de la salud, como actuación concreta la firma del Pacto de Milán para el desarrollo de sistemas alimentarios sostenibles, inclusivos, resilientes, seguros y diversificados para asegurar comida sana y accesible, reducir los desperdicios de alimentos y preservar la biodiversidad en un marco de acción basado en los derechos, asignando su promoción a la actual Área de Gobierno de Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social.

El 15 de octubre de 2015 y, con ocasión de la Exposición Universal 2015 en Milán, más de 100 ciudades de todo el mundo, incluida Madrid, firmaron el Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán, el primer protocolo internacional en materia alimentaria impulsado desde el ámbito municipal.

El Ayuntamiento de Madrid constituyó, en febrero de 2016, la Mesa de Seguimiento del Pacto de Milán, un espacio de diálogo y concertación articulado para promover la coordinación entre áreas de Gobierno y la colaboración con la sociedad civil organizada. En este espacio, promovido por el Área de Gobierno de Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social participan las áreas de Medio Ambiente y Movilidad; Equidad, Derechos Sociales y Empleo; Salud, Seguridad y Emergencias; la Plataforma Madrid Agroecológico, que agrupa a pequeños productores de la región, colectivos ecologistas, la Red de Huertos Urbanos Comunitarios, la Federación Regional de Asociaciones Vecinales de Madrid (FRAVM), etc. y la Oficina de FAO en España.

Una de las primeras tareas que la Mesa abordó fue identificar las políticas municipales destinadas a construir un sistema alimentario más sostenible. A partir de esa tarea, se fijó el objetivo de elaborar una Estrategia de Alimentación Saludable y Sostenible para la ciudad de Madrid que sirva para alinear las políticas y programas que afectan al sistema alimentario en los diferentes ámbitos y niveles administrativos, promoviendo un enfoque basado en derechos.

La Estrategia se articula en seis ejes de actuación, relacionados con los objetivos:



1. **Gobernanza:** el diseño, impulso y desarrollo de las políticas públicas dirigidas a construir sistemas alimentarios saludables, sostenibles y resilientes se debe hacer desde la corresponsabilidad y la colaboración de "todos los sectores del sistema alimentario, incluidas las autoridades locales, los entes técnicos y académicos, la sociedad civil, los pequeños productores y el sector privado".

2. **Cultura alimentaria:** las vecinas y vecinos de Madrid deben tener acceso a una dieta saludable, segura, culturalmente adecuada y ambientalmente sostenible. La estrategia refuerza y amplía la difusión de dietas sostenibles (saludables, seguras, culturalmente adecuadas, ambientalmente sostenibles y fundadas en los derechos) en los programas de promoción de la salud y en campañas de comunicación y formación a favor de estilos de vida saludables.

3. **Derecho a la alimentación:** un sistema alimentario sostenible debe contribuir a garantizar el derecho a alimentos saludables y suficientes de los colectivos sociales más vulnerables.

4. **Impulso y apoyo al sector agroalimentario:** un sistema alimentario sostenible es aquel que logra proteger el territorio, facilitar la producción y la transformación alimentaria en ámbitos urbanos y periurbanos y establecer alianzas con el medio rural. Es decir, aquel que apuesta por alimentos de proximidad producidos en condiciones justas y respetuosas con el medio ambiente.

5. **Compra pública, comercio y restauración:** un sistema alimentario sostenible favorece los canales cortos de comercialización y la conexión entre el medio rural y el urbano. Apoya, a su vez, los mercados municipales públicos y la Economía Social y Solidaria. Aprovecha el potencial de la compra pública para materializar el derecho a la alimentación y la promoción de sistemas alimentarios sostenibles.

6. **Residuos y desperdicio alimentario:** es imprescindible reducir las pérdidas y prevenir el desperdicio de alimentos en todos los eslabones de la cadena alimentaria, sensibilizando a todas las partes implicadas. De forma complementaria a la reducción de desperdicios, es necesario recuperar los restos orgánicos para su adecuado tratamiento y reutilización en forma de abono.

Del mismo modo que en el proceso de definición de la Estrategia se ha considerado fundamental la participación de los agentes económicos y sociales, su colaboración en las fases de ejecución y evaluación es igualmente necesaria para asegurar el consenso en torno a su implementación, para amplificar su visibilidad y su repercusión social. Con el fin de cumplir los objetivos de la Estrategia e implementar las medidas establecidas en cada línea estratégica, se cuenta con los siguientes instrumentos de seguimiento y evaluación:



Estructura de gobernanza y canales de participación.

La mesa de seguimiento del Pacto de Milán seguirá actuando como espacio de referencia para el encuentro y participación de los distintos agentes, y para el control de la implementación de las medidas definidas en la Estrategia. Se definirán los criterios para la participación en la mesa de modo que cuente con una representación equilibrada de agentes económicos, sociales, y técnicos, y de los distintos ámbitos considerados en los ejes de actuación. Además se establecerán otros canales de participación, en eventos temáticos, foros ciudadanos y seminarios académicos, dando continuidad a los realizados.

Espacio de coordinación inter-planes.

Por otra parte se ha iniciado un espacio de coordinación entre Planes y Estrategias municipales con objetivos coincidentes, con el fin de identificar sinergias y posibilidades de colaboración.

Sistema de evaluación:

- Indicadores de proceso. Con el fin de evaluar el grado de implementación de las medidas, y el cumplimiento de la programación temporal establecida.
- Indicadores de evaluación. Tomando como punto de partida las herramientas de seguimiento facilitadas por el Secretariado del Pacto de Milán, y en base a la información obtenida en el diagnóstico de situación de la ciudad, se definirá un sistema de indicadores, basados en la información estadística accesible a escala municipal. El objetivo es analizar la evolución de los distintos aspectos relacionados con el sistema alimentario de la ciudad, y sus impactos económicos, sociales y ambientales para compararlos con los resultados esperados. Además de generar un cuerpo de conocimiento específico, esta información permitirá evaluar la repercusión a medio y largo plazo de la puesta en marcha de la Estrategia en el cumplimiento de los objetivos establecidos en la misma, identificar las medidas con mayor impacto, así como los ámbitos que requieren mayor atención.

En el documento de situación a 30 de noviembre de 2017 del Plan de Gobierno 2015-2019, aparece la actuación relativa al Pacto de Milán que impulsa la Dirección General de Relaciones con los Distritos y Cooperación Público-Social en estado de ejecución con un inicio, con la firma mencionada, de 15 de octubre de 2015 y con una finalización que, ahora tras la aprobación de esta Estrategia, hay que situar en el año 2020.

En ese contexto, como se ha dicho se ha elaborado por el Área de Gobierno de Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social en colaboración con las Áreas de Gobierno y sus Organismos Autónomos y con



los Distritos de Madrid, la Estrategia de Alimentación Saludable y Sostenible 2018-2020 del Ayuntamiento de Madrid, cuyas líneas fundamentales se han explicado y que se somete a aprobación de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, con base en la competencia que el artículo 17.1.n de la LCREM atribuye a la Junta de Gobierno.

En su virtud, a propuesta del Delegado del Área de Gobierno de Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Aprobar la Estrategia de Alimentación Saludable y Sostenible del Ayuntamiento de Madrid para el periodo 2018-2020, que se anexa al presente Acuerdo.

**ESTRATEGIA
DE ALIMENTACIÓN
SALUDABLE Y SOSTENIBLE
2018-2020**



**MADRID ALIMENTA
ALIMENTA MADRID**

Área de Gobierno de Coordinación Territorial
y Cooperación Público-Social

Presentación	2
--------------------	---

I. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN

1. Introducción.....	7
2. Caracterización del sistema alimentario de la ciudad.....	9
2.1. Gobernanza.....	9
2.2. Dietas sostenibles y saludables.....	11
2.3. Equidad social y económica.....	16
2.4. Producción y transformación	20
2.5. Abastecimiento y distribución.....	26
2.6. Residuos y desperdicio alimentario.....	36

II. INICIATIVAS DE REFERENCIA

1. Gobernanza.....	39
2. Dietas sostenibles y saludables	42
3. Equidad social y económica.....	45
4. Producción y transformación	48
5. Abastecimiento y distribución.....	51
6. Residuos y desperdicio alimentario	54

III. ESTRATEGIA DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE Y SOSTENIBLE

1. Objetivos	57
2. Proceso de definición de la Estrategia	58
3. Ejes de actuación	66
4. Líneas estratégicas y medidas por ejes de acción.....	67
4.1. Gobernanza.....	71
4.2. Cultura alimentaria	73
4.3. Derecho a la alimentación.....	78
4.4. Impulso del sector agroalimentario sostenible	83
4.5. Compra pública, comercio y restauración.....	85
4.6. Residuos y desperdicio alimentario.....	88
5. Desarrollo y seguimiento de la Estrategia	91
5.1. Estructura de gobernanza y canales de participación	91
5.2. Sistema de evaluación.....	91

Presentación

El 25 de septiembre de 2015, la Asamblea General de la ONU aprobó la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, un plan de acción que incluye 17 objetivos y 169 metas de carácter integrado e indivisible para hacer frente al "mayor desafío al que se enfrenta el mundo: la erradicación de la pobreza en todas sus formas y dimensiones, incluida la pobreza extrema". La Agenda abunda en la necesidad de "proteger el planeta contra la degradación, incluso mediante el consumo y la producción sostenibles, la gestión sostenible de sus recursos naturales y medidas urgentes para hacer frente al cambio climático, de manera que pueda satisfacer las necesidades de las generaciones presentes y futuras".

Los objetivos de este Plan, que será implementados por todos los países y partes interesadas mediante una alianza de colaboración, son de carácter integrado e indivisible y conjugan las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental.



Producido en colaboración con TROLLBÄCK + COMPANY | TheGlobalGoals@trollback.com | +1.212.529.1010
Para cualquier duda sobre la utilización, por favor comuníquese con: dpicampaign@un.org

Apenas unas semanas después de la aprobación de la Agenda 2030, el 15 de octubre de 2015 y, con ocasión de la Exposición Universal 2015 en Milán, más de 100 ciudades de todo el mundo, incluida Madrid, firmaron el Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán (MUFPP), el primer protocolo internacional en materia alimentaria impulsado desde el ámbito municipal.

No en vano, aunque las ciudades apenas ocupan el 3% de la superficie del planeta, son el hogar de unos 3.500 millones de personas, más de la mitad de la humanidad y se enfrentan, en la actualidad, a diferentes obstáculos, entre ellos, el desequilibrio en términos de acceso y distribución de la alimentación, el deterioro ambiental, la escasez de recursos y el cambio climático, formas de producción y consumo no sostenibles, y pérdidas y desperdicio de

alimentos. Constituyen, por tanto, un ámbito de intervención de primer orden para garantizar el éxito en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El Pacto de Milán, coordinado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), compromete a las ciudades signatarias a “trabajar para desarrollar sistemas alimentarios sostenibles, inclusivos, resilientes, seguros y diversificados, para asegurar comida sana y accesible a todos en un marco de acción basado en los derechos, con el fin de reducir los desperdicios de alimentos y preservar la biodiversidad y, al mismo tiempo, mitigar y adaptarse a los efectos de los cambios climáticos”.

El Pacto aborda 7 de los 17 ODS:

1. Fin de la pobreza
2. Hambre cero
3. Salud y bienestar
6. Agua limpia y saneamiento
7. Energía asequible y no contaminante
8. Trabajo decente y crecimiento económico
10. Reducción de las desigualdades
11. Ciudades y comunidades sostenibles
12. Producción y consumo responsables
13. Acción por el clima
15. Vida de ecosistemas terrestres

El Pacto recomienda seis acciones estratégicas, divididas a su vez en 37 medidas, que las ciudades signatarias pueden seleccionar, adaptar y agrupar a su discreción, con el fin de ajustarlas a su contexto específico:

1. Preparar un contexto favorable para una acción eficaz (gobernanza): 6 acciones
2. Promover dietas sostenibles y nutrición: 7 acciones
3. Asegurar la equidad social y económica: 6 acciones
4. Promover la producción alimentaria: 7 acciones
5. Mejorar el abastecimiento y la distribución alimentaria: 7 acciones
6. Limitar desperdicios de alimentos: 4 acciones

Uno de los ejes del Pacto de Milán es la gobernanza. A este respecto se insta a los Ayuntamientos a "promover la coordinación entre departamentos y sectores a nivel municipal y territorial, favoreciendo la inclusión de consideraciones relativas a la política alimentaria urbana dentro de las políticas, los programas y las iniciativas en campo social, económico y ambiental, que interesen, entre otras cosas, la distribución y el abastecimiento alimentarios, la protección social, la nutrición, la equidad, la producción alimentaria, la instrucción, la seguridad alimentaria y la reducción de los desperdicios", así como a "involucrar a todos los sectores del sistema alimentario, incluidas las autoridades locales, los entes técnicos y académicos, la sociedad civil, los pequeños productores y el sector privado", "a través del diálogo político y, en su caso, el nombramiento de un consejero para la política alimentaria y/o el desarrollo de una plataforma que reúna las diferentes partes interesadas o un consejo para la alimentación".

En aplicación de esta recomendación, el Ayuntamiento de Madrid constituyó, en febrero de 2016, la Mesa de Seguimiento del Pacto de Milán, un espacio de diálogo y concertación articulado para promover la coordinación entre áreas de Gobierno y la colaboración con la sociedad civil organizada.

En este espacio, promovido por el Área de Gobierno de Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social, se dan cita, además de esta, las áreas de Medio Ambiente y Movilidad; Equidad, Derechos Sociales y Empleo; Salud, Seguridad y Emergencias; la Plataforma Madrid Agroecológico, que agrupa a pequeños productores de la región, colectivos ecologistas, la Red de Huertos Urbanos Comunitarios, la Federación Regional de Asociaciones Vecinales de Madrid (FRAVM), etc. y la Oficina de FAO en España.

Una de las primeras tareas que la Mesa abordó fue identificar las políticas municipales destinadas a construir un sistema alimentario más sostenible. A partir de esa tarea, se fijó el objetivo de elaborar una Estrategia de Alimentación Saludable y Sostenible para la ciudad de Madrid que sirva para alinear las políticas y programas que afectan al sistema alimentario en los diferentes ámbitos y niveles administrativos, promoviendo un enfoque basado en derechos.

En este sentido, la Estrategia asume el enfoque del derecho universal a una alimentación saludable, culturalmente adecuada, producida en condiciones justas, y asequible, a la que pueda acceder el conjunto de la ciudadanía. Este compromiso se tradujo en la aprobación, por parte del Pleno del Ayuntamiento de Madrid, de la proposición de ley “Garantías del Derecho Básico a la Alimentación en la Comunidad de Madrid” y la adopción de medidas encaminadas a garantizar el derecho básico y fundamental de las personas a una alimentación adecuada, el 27 de septiembre de 2017 por parte de la corporación.

La Estrategia incide en la recuperación del sector productivo alimentario como uno de los posibles cauces de inclusión social y como activador de la economía local. Asimismo y, desde la consideración de que la construcción de un modelo alimentario sostenible pasa por un cambio generalizado de los patrones de consumo y de dietas, buena parte de la Estrategia se basa en la promoción de programas de educación y sensibilización.

Cabe señalar que los objetivos y las líneas de actuación de la Estrategia Alimentaria son plenamente coherentes con la apuesta de la Comisión Europea y del Parlamento Europeo para impulsar la economía circular en Europa, una apuesta con la que se han comprometido ciudades como París, Ámsterdam, Bruselas, Copenhague, Lisboa, Londres, Milán y Roma y que asumió, asimismo, la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) en marzo de 2017 mediante la Declaración de Sevilla, que recoge, entre otros, los compromisos de “promover un modelo de desarrollo urbano sostenible, inclusivo y resiliente, aumentando la demanda de actividades socioeconómicas generadoras de bienes y servicios medioambientales, lo que se traducirá en empleo verde y empleo social de mayor calidad y valor añadido” y de “desarrollar estrategias locales en favor de la economía circular que favorezcan el vertido cero, el reciclaje (especialmente de los biorresiduos), la reducción de los desperdicios alimentarios, el fomento del ecodiseño, de la prevención de residuos, de la reutilización y el reciclaje y el fomento de la compra pública de productos verdes”. El Pleno del Ayuntamiento de Madrid aprobó su adhesión a la Declaración de Sevilla en la sesión celebrada el 31 de enero de 2018.

Los objetivos y las líneas de actuación de la Estrategia Alimentaria son además plenamente coherentes con otros planes municipales, como el Plan de Derechos Humanos, el Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la ciudad de Madrid (2016-2019) y la Estrategia de Economía Social y Solidaria. Se ha constituido un grupo de trabajo al objeto de que el desarrollo

de las medidas contenidas en todos ellos se realice de forma armónica, complementaria y eficiente.

Desde la misma perspectiva sinérgica, la Estrategia suma sus medidas a otras contenidas en el Plan Estratégico de los Mercados Municipales y el proyecto MARES, en especial al espacio MARES Alimentación, ubicado en el distrito de Villaverde; así como a los compromisos adquiridos como Ciudad por el Comercio Justo. En su desarrollo se relaciona a su vez con otros programas como Madrid Ciudad de los Cuidados, Madrid Ciudad Amigable con las Personas Mayores, Plan Madrid Regenera MAD-RE o Plan A de Calidad del Aire y Cambio Climático.

Plan Estratégico de Derechos Humanos del Ayuntamiento de Madrid (2017-2019)

El plan reconoce el derecho a una alimentación suficiente, apropiada y saludable y a estar protegidos frente al hambre y la malnutrición, lo que incluye el acceso físico o económico a alimentos en cantidad y calidad suficientes para satisfacer las necesidades alimentarias de todas las personas, sin sustancias nocivas y respetando las creencias culturales. La Meta 17 del referido plan contempla varias medidas destinadas a avanzar en el cumplimiento de este derecho en la ciudad de Madrid.

Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la ciudad de Madrid (2016-2019)

Este plan municipal determina cinco ámbitos prioritarios de actuación, uno de los cuales es la alimentación. Incluye medidas como la sensibilización y la visibilización del consumo sostenible; la integración de prácticas alimentarias sostenibles en la restauración colectiva; la incorporación del comercio justo en la compra pública y el apoyo a iniciativas ciudadanas y empresariales vinculadas al consumo sostenible.

Estrategia Municipal de Economía Social y Solidaria (2018-2025)

Define ocho objetivos estratégicos y cuatro ejes estratégicos que priorizan líneas de actuación para impulsar la Economía Social y Solidaria (ESS) en la planificación económica de la ciudad, el acercamiento de este tejido a la ciudadanía y una mayor diversificación y fortalecimiento del tejido productivo de la ESS desde la innovación y el conocimiento.

Plan Estratégico de Mercados (2017-2021)

El plan tiene por objetivo impulsar los mercados municipales como motores del comercio de proximidad. Incluye medidas para mejorar su viabilidad y fomentar el empleo; potenciar su función social como centros de convivencia vecinal dándoles protagonismo en la promoción de la alimentación saludable y la responsabilidad medioambiental; fomentar el ahorro energético, la eliminación de residuos y la lucha contra el desperdicio.

Proyecto MARES

Proyecto de transformación urbana a través de iniciativas de Economía Social y Solidaria dirigidas a la creación de empleo de cercanía y de calidad y la promoción de otro modelo de ciudad. El proyecto se apoya en cuatro ejes de intervención, cada uno de los cuales se ubica en un distrito de la ciudad: Movilidad (Vallecas), Alimentación (Villaverde), Reciclaje (Vicálvaro) y Energía (Centro).

MARES Alimentación ofrecerá formación, acompañamiento en el impulso de iniciativas de economía social vinculadas al sector de la alimentación y recursos de uso colectivo, como una cocina industrial.

Madrid Ciudad por el Comercio Justo

En octubre de 2011 Madrid fue declarada “Ciudad por el Comercio Justo”. Desde entonces forma parte de una red de más de 1.700 ciudades de todo el mundo como Londres, Roma o Bruselas. El 25 de septiembre de 2015 la Alcaldesa de Madrid firmó la Declaración Institucional (Manifiesto de Bristol) a favor del Comercio Justo como herramienta de Desarrollo Sostenible y de lucha contra el Cambio Climático. Para el mantenimiento de la acreditación con que cuenta la ciudad de Madrid como Ciudad por el Comercio Justo se realizan informes bienales de evaluación del cumplimiento de los cinco criterios que marca la Campaña Internacional de Ciudades por el Comercio Justo, que incluyen medidas de sensibilización y promoción, de incorporación de productos de comercio justo en la contratación pública y de disponibilidad de estos productos en establecimientos comerciales y hostelería, entre otros

El Foro Municipal de Comercio Justo, creado en 2011, es un órgano colegiado con funciones de asesoramiento, seguimiento y coordinación en materia de promoción de comercio justo en Madrid. Se reúne periódicamente y en él participan representantes del Ayuntamiento de Madrid y de los agentes económicos y sociales de mayor implantación en la ciudad de Madrid.

I. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN

1. Introducción

La alimentación es un elemento que atraviesa múltiples dimensiones de la vida urbana, y que tiene incidencia en el bienestar social, la salud, la economía, el empleo, la inclusión social, la cultura, la educación... Se trata, por tanto, de un sistema complejo en el que, además de distintos ámbitos sectoriales, es necesario considerar distintas escalas, superiores e inferiores a la municipal, que es el ámbito en el que se inscribe la presente Estrategia Alimentaria.

Ante una cuestión de tamaño complejidad, es posible realizar infinidad de análisis detallados que atiendan a los distintos aspectos del sistema agroalimentario, pero no todos ellos son objeto de este documento. Las preguntas fundamentales que han guiado el diagnóstico son: ¿Cómo de sostenible, resiliente, justo y equitativo es el sistema alimentario de la ciudad? ¿Qué impactos sociales, económicos y ecológicos genera el sistema alimentario madrileño?

A partir de este marco general se han analizado cada uno de los ejes estratégicos de actuación recogidos en el Pacto de Milán: gobernanza, dietas sostenibles, equidad social y económica, producción y transformación, abastecimiento y distribución, y reducción de desperdicio alimentario; recopilando la información necesaria para su posterior caracterización. Para ello, se han seleccionado los datos e indicadores accesibles, fiables y de la escala más apropiada que sirvan de base para realizar un seguimiento de la evolución de la situación en los distintos ejes. El diagnóstico se ha elaborado partiendo de fuentes públicas de información, principalmente datos estadísticos, informes y estudios municipales. En algunos análisis ha sido necesario definir un ámbito supramunicipal, bien por el interés de contar con un marco de referencia más amplio o por falta de datos de ámbito municipal. Además de las fuentes estadísticas y documentales públicas, se han utilizado trabajos académicos relevantes. El diagnóstico se ha revisado y completado con los datos obtenidos en las entrevistas realizadas al personal de las distintas Áreas de Gobierno del Ayuntamiento de Madrid que han participado en el proceso de definición de la Estrategia Alimentaria.

A continuación, presentamos un resumen del diagnóstico, previo a su posterior detalle.

Gobernanza: es necesario establecer una acción coordinada y colaborativa entre las instituciones públicas, la sociedad civil organizada y los agentes económicos. La Mesa de Seguimiento del Pacto de Milán, constituida con algunos de ellos, plantea la necesidad de ampliar el espectro de representación de este espacio a fin de garantizar el óptimo impulso de la Estrategia Alimentaria.

Dietas sostenibles y saludables: en Madrid el indicador de población infantil con sobrepeso u obesidad da una idea de la tendencia social hacia unas dietas poco equilibradas desde el punto de vista nutricional, con un déficit de productos frescos y un exceso de proteínas de origen animal. Una imagen, por lo demás, similar a la de otros territorios del Estado español. La mala

nutrición aparece especialmente vinculada con los distritos de menor renta, dibujándose una desigualdad territorial entre el sureste y el norte de la ciudad. En cualquier caso, el consumo medio de la ciudad presenta un déficit de consumo de fruta, verdura y legumbres respecto a las recomendaciones para una dieta saludable, y un exceso de proteínas animales en la dieta.

Equidad social y económica: en Madrid, la mitad de los hogares tiene dificultades para llegar a fin de mes, y algo más de una cuarta parte está en riesgo de pobreza. Es decir, miles de personas se encuentran en situación de insolvencia alimentaria. Es necesario, por tanto, articular acciones estructurales para no perpetuar condiciones de vulnerabilidad social y asegurar el acceso a una dieta suficiente, asequible y saludable.

Producción y transformación: el sector primario no tiene un gran peso en la economía regional, sin embargo cuenta con un interesante potencial de abastecimiento de proximidad gracias a la presencia en el territorio de ganadería, horticultura, viticultura, olivares y campos de cereales, una diversidad que permitiría incrementar la resiliencia alcanzando mayores umbrales de abastecimiento de proximidad. En este ámbito, el sector ecológico, aunque minoritario, ha experimentado un crecimiento significativo. En la última década el número de productores certificados se ha multiplicado por cuatro y el de elaboradores ha duplicado su presencia. El sector de la transformación alimentaria, que representa el 10% de los puestos de trabajo del sector industrial de la región, tiene una presencia significativa en la ciudad, especialmente en los ramos de la panadería, la fabricación de pasta y la industria cárnica.

Abastecimiento y distribución: Madrid representa un nodo logístico de primer orden. No solo canaliza los flujos de alimentos destinados al abastecimiento de su población, sino que es centro de una importante actividad de importación y exportación y un actor de referencia en la distribución de alimentos a escala regional, estatal e internacional.

De los alimentos que se consumen en la ciudad solo un 4% tiene su origen en la Comunidad de Madrid, y un 17% más en las autonomías limítrofes. Casi un tercio de las frutas que se comercializa en Mercamadrid es de origen extracomunitario, y una cuarta parte del pescado fresco proviene de Europa. La producción local solo es destacable en el caso de la carne, de la cual el 13% se produce en la Comunidad de Madrid.

Los hábitos de consumo de la ciudadanía madrileña señalan que el canal de compra mayoritario es el supermercado, aunque en el caso de los productos frescos, el pequeño comercio especializado mantiene la confianza del consumidor. En el conjunto de la ciudad existe un tejido comercial diverso y accesible, si bien son los distritos de la almendra central los que mayor concentración comercial presentan. Ocurre lo mismo con los establecimientos de restauración, una distribución que refleja los espacios de centralidad urbana.

Residuos y desperdicio alimentario: el volumen de desperdicio alimentario doméstico en la ciudad equivale, en términos monetarios, a la mitad del gasto alimentario en un mes. Una adecuada recogida y tratamiento de los restos orgánicos de la ciudad permitiría fertilizar casi la mitad de toda la superficie de regadío de la Comunidad de Madrid, pero en la actualidad solo se compostan el 3% de los restos orgánicos de la ciudad.

2. Caracterización del sistema alimentario de la ciudad

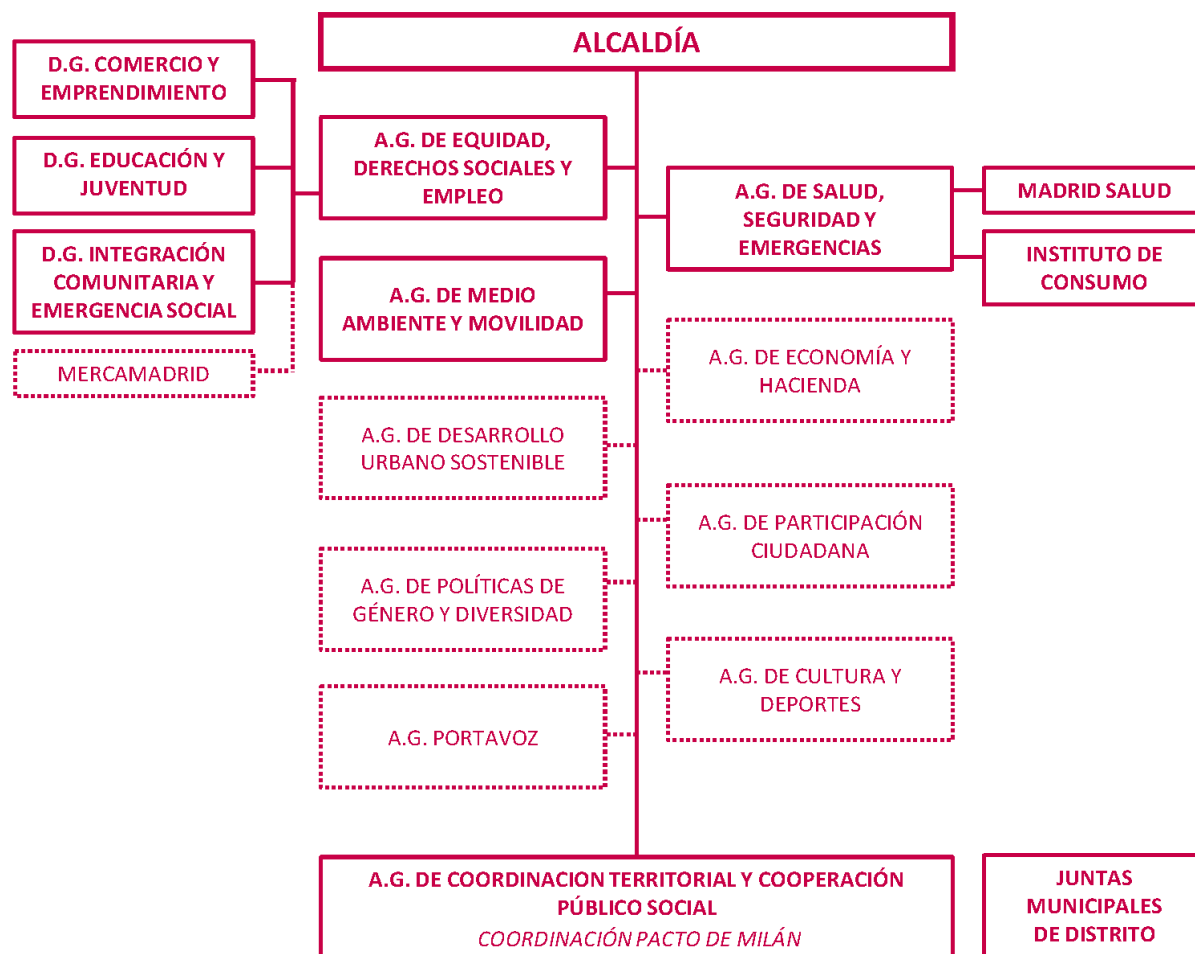
2.1. Gobernanza



La gobernanza supone la colaboración y participación de actores públicos, privados y sociales en la coproducción de políticas públicas. Dado el carácter transversal del sistema alimentario es necesario un planteamiento intersectorial e interescalar que busque las sinergias entre estos actores para trabajar en la consecución de un sistema alimentario más saludable, sostenible y justo.

Sector público

En el ámbito municipal cuatro Áreas de Gobierno y un organismo autónomo (Madrid Salud) participan en la Mesa de Seguimiento del Pacto de Milán, coordinada por el Área de Gobierno de Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social. En el gráfico se recogen también el resto de Áreas y organismos que tienen competencias relacionadas directamente con el sistema alimentario en la ciudad, incluyendo las Juntas Municipales de distrito que ostentan las competencias descentralizadas.



A escala regional, algunos municipios han dado muestras, asimismo, de su interés por construir un sistema alimentario más sostenible y resiliente, mediante la Firma del Pacto de Milán, como Fuenlabrada, Alcalá de Henares, Villanueva de la Cañada o Rivas Vaciamadrid, con los que cabría establecer relaciones de colaboración en materia alimentaria.

La Administración autonómica, por su parte, impulsa el desarrollo del medio rural y apoya al sector agrícola y ganadero a través del Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (IMIDRA).

Sector privado, sociedad civil y Academia

Desde su constitución, también participan en la Mesa de Seguimiento del Pacto de Milán plataformas ciudadanas y desde 2017 se ha incorporado la oficina española de la FAO. En el proceso de redacción de la estrategia se han identificado otros actores del sector privado, de la sociedad civil y de las instituciones académicas y de investigación no solo en Madrid, sino en el conjunto de la región, cuya participación y colaboración es esencial para definir y desarrollar políticas en el marco de los objetivos del Pacto de Milán.



2.2. Dietas sostenibles y saludables



En 2010, la FAO señalaba que las dietas sostenibles tienen un impacto ambiental bajo, contribuyen a la seguridad alimentaria y nutricional y a la vida sana de las generaciones presentes y futuras. Las dietas sostenibles contribuyen a la protección y respeto de la biodiversidad y los ecosistemas, son culturalmente aceptables, económicamente justas, accesibles, asequibles, nutricionalmente adecuadas, inocuas y saludables, y permiten la optimización de los recursos naturales y humanos. En esa línea el Pacto de Milán define una dieta sostenible como aquella dieta saludable, segura, culturalmente adecuada, ambientalmente sostenible y fundada en los derechos. Aunque los avances en cuestiones de seguridad alimentaria en el Estado español son indudables y existe un control estricto sobre la inocuidad de los alimentos que se comercializan, otras cuestiones requieren aún cierta atención. Es el caso del acceso a una alimentación suficiente y de calidad, la reducción de impactos ambientales, o el equilibrio nutricional de nuestras opciones de consumo.

La malnutrición no se manifiesta, como ocurría en el pasado, en forma de desnutrición, sino en forma de sobrepeso y obesidad, ligada a una mala alimentación y al excesivo consumo de calorías vacías. El refuerzo de la cultura alimentaria es, por tanto, fundamental para asegurar una dieta sostenible, basada en alimentos y recetas saludables y de temporada.

Los países del sur de Europa mantienen aún unas costumbres culinarias arraigadas en la dieta mediterránea. Esta dieta trasciende los productos y recetas concretas, pues supone un marco de relación entre las comunidades y entre estas y el territorio que habitan, abarcando el modo en que se producen, se adquieren, se cocinan y se consumen los alimentos. Siendo esta una referencia importante, no se puede obviar que Madrid es una ciudad en la que conviven personas de múltiples orígenes y culturas, y que las tradiciones y hábitos alimentarios de cada una de ellas generan una gran riqueza cultural y un potencial para el intercambio y el encuentro.

¿Qué comemos?

De acuerdo al *Estudio de Salud de la ciudad de Madrid*¹, el 78,2% de las personas encuestadas afirma tomar diariamente fruta y/o verdura, principalmente las mujeres, mayores y personas con estudios secundarios y universitarios. La ingesta recomendada de fruta y verdura fresca es de cinco o más raciones al día (dos o más de verdura y tres o más de fruta), el doble de la ingesta media de la ciudad, que es de 2,5 raciones (1,3 de fruta fresca y 1,2 de verdura). Más de la mitad de las personas encuestadas no llega a consumir 3 raciones diarias, y solo el 7% consume el mínimo recomendado. En relación a los hábitos de vida, el 72% de la población madrileña realiza al menos 30 minutos diarios de actividad física, especialmente la más joven.

Para hacer una aproximación general a la calidad de nuestra dieta, podemos comparar las raciones recomendadas en una dieta saludable² con los datos de consumo en hogares en la Comunidad de Madrid³. La comparación no es del todo precisa, ya que no se incluyen los

¹ Díaz Olalla José Manuel; Benítez Robredo Teresa (eds.) Estudio de Salud de la Ciudad de Madrid 2014. Madrid: Madrid Salud, Ayuntamiento de Madrid; 2015. Disponible en:

http://www.madridsalud.es/publicaciones/OtrasPublicaciones/estudio_salud_madrid_2014.pdf

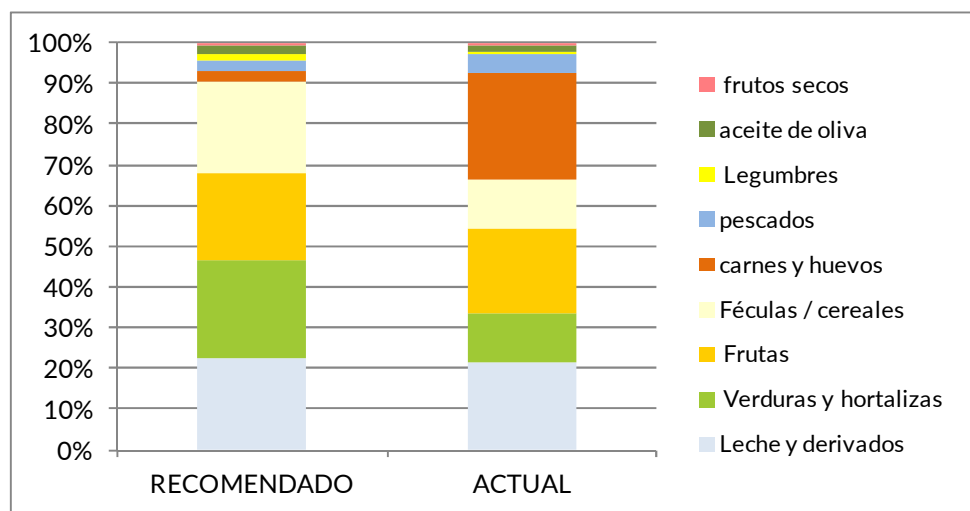
² Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (2007) Guía de la alimentación saludable.

³ Ministerio de Agricultura y pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Base de datos de consumo en hogares.

<http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/panel-de-consumo-alimentario/base-de-datos-de-consumo-en-hogares>

alimentos que se consumen en las comidas que se realizan fuera del hogar, pero puede darnos una idea de la composición de la dieta. Las recomendaciones nutricionales subrayan la importancia de mantener una dieta variada, en la que algunos alimentos deben consumirse a diario (cereales, verduras, fruta, lácteos) y otros se deben tomar alternados durante la semana (legumbres, pescados, huevos, carnes, frutos secos). Analizando los datos de consumo en hogares podemos concluir que en el primer grupo, el consumo de cereales y verdura es un tercio del recomendable, y el de fruta algo más de la mitad. Frente a la recomendación de comer dos o más raciones diarias de verdura de 150-200 gr, que equivaldría al menos a 110 kg anuales, en la Comunidad de Madrid solo se consumen 57 kg por persona al año. Por otra parte, se consume solo una cuarta parte de la ración recomendable de legumbres, que se establece entre dos y cuatro raciones semanales de 60-80 gr, lo que supondría unos 11 kg anuales por persona, cuando el consumo real es de 2,6 kg anuales. En cuanto a los alimentos de origen animal, el consumo de pescado (3-4 raciones por semana) es más o menos equilibrado, pero se encuentra en retroceso, a nivel estatal destaca que en los hogares con menores, el consumo medio es de 5,08 kg por persona y año, muy inferior a la media general de 26 kg anuales de pescado por persona⁴. Por su parte el consumo el de lácteos es inferior al recomendable, y el de carnes y huevos (3-4 raciones por semana de 100-125 gr alternando el consumo) es cinco veces mayor.

Diferencia entre consumo recomendado y real por grupo de alimentos (volumen)



Fuente: elaboración propia a partir de la Base de datos de consumo para la CM (Ministerio de Agricultura, 2016) y la Guía de la Alimentación saludable (SENC, 2007)

⁴ Fuente: ADEPESCA, a partir de estadísticas de MAPAMA, consumo mes a mes; acumulado Agosto 2017

Consumo per cápita de alimentos en la Comunidad de Madrid, 2016

		Legumbre Hortaliza Fruta	2,8 kg 90,4 kg 107,6 kg	1/4 , 1/3 y 1/2 de lo recomendado
		Carne Huevos	50 kg 11 doc.	5 veces más de lo recomendado
		Pescado y marisco	24 kg	consumo equilibrado
		Leche vaca Lácteos	79,3 l 30,5 kg	1/2 de lo recomendado
		Pan Pasta Arroz	26,1 kg 3,3 kg 3,3 kg	1/3 de lo recomendado
		Aceite oliva Frutos secos Miel	7,7 l 2,5 kg 0,4 kg	1/2 de lo recomendado
		Bollería Chocolate Zumos Refrescos	13,6kg 3 kg 9,1 l 41,8 l	recomendado consumo ocasional

Fuentes: elaboración propia a partir del Panel de Consumo 2016 del Ministerio de Agricultura.

Enfermedades no transmisibles asociadas a la dieta

Entre las enfermedades crónicas relacionadas con la dieta, el 21% de la población presenta unos índices de colesterol alto (es la enfermedad más frecuente junto a la artrosis y la alergia); el 19% hipertensión arterial; el 12% problemas estomacales, y el 7% diabetes. En general, estas enfermedades son más frecuentes en la población de mayor edad⁵.

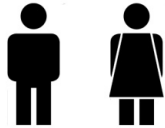

Los datos indican que un 49% de los hombres y un 33% de las mujeres presentan sobrepeso u obesidad y que el porcentaje de personas con un peso insuficiente es muy poco habitual en la región⁶. El porcentaje de sobrepeso en la población infantil es del 37%⁷.

⁵ Díaz Olalla José Manuel; Benítez Robredo Teresa (eds.) Estudio de Salud de la Ciudad de Madrid 2014. Madrid: Madrid Salud, Ayuntamiento de Madrid; 2015. Disponible en: http://www.madridsalud.es/publicaciones/OtrasPublicaciones/estudio_salud_madrid_2014.pdf

⁶ *Ibidem*

⁷ Área de Gobierno de Equidad, Derechos Sociales y Empleo; (2016) Estudio sobre el estado nutricional y los hábitos alimentarios en niños de 3 a 12 años de centros escolares públicos del municipio de Madrid, 2015.

Enfermedades asociadas a la dieta y peso en Madrid

						
DIABETES	8,6%	5,6%	PESO INSUFICIENTE	1%	4%	5%
COLESTEROL	23%	19,8%	NORMOPESO	49%	62%	58%
HIPERTENSIÓN	18,8%	19,5%	SOBREPESO	38%	23%	37%
			OBESIDAD	11%	11%	

Fuente: Madrid Salud, 2016

Nutrición y salud infantil

Estudios recientes sobre nutrición y hábitos alimentarios en la población infantil de la ciudad de Madrid concluyen que la mala nutrición infantil no está relacionada con la falta de alimento, sino con una dieta inadecuada basada en un consumo insuficiente de alimentos frescos, especialmente hortalizas, fruta y pescado, y un exceso de alimentos ultraprocesados.

Cerca del 40% de la población escolar de 3 a 12 años de la ciudad de Madrid presenta un peso por encima del recomendado⁸. Por el contrario, el 5% de las niñas y niños tienen un peso insuficiente. La probabilidad de que la población infantil de familias con un nivel socioeconómico sea obesa es cinco veces superior, de modo que los mayores porcentajes de sobrepeso y obesidad se localizan en la zona sureste de la capital, en los barrios que acumulan los mayores índices de vulnerabilidad social. Otro dato destacable: las madres y padres perciben como peso normal el 80% de los casos de sobrepeso y casi la mitad de los casos de obesidad, hecho que justifica la necesidad de impulsar campañas de sensibilización y de educación nutricional integral.

Porcentajes de malnutrición infantil por zonas y nivel socioeconómico

	Zonas				Nivel Socioeconómico		
	Almendra Central Base: 243	Zona Norte Base: 170	Zona Sudoeste Base: 328	Zona Sureste Base: 262	Bajo (0-3 ptos) Base: 316	Medio (4-5 ptos) Base: 424	Alto (6-7 ptos) Base: 263
Malnutrición por defecto 5,0%	7	3	4,5	6	6,3	6	1,9
Normal 58,3%	54,8	66 <small>Tetuán: 35,9</small>	58,2	54,8 <small>Latina: 73,2</small>	51,7	61,1	62,2
Malnutrición por exceso 36,7%	38,1	31	37,3	39,2 <small>Latina: 23,9</small>	42 <small>Tetuán: 56,4</small>	33 <small>Vicálvaro: 53,7</small>	36

Distritos que obtienen un % significativamente diferente.

Fuente: AG de Equidad, Derechos Sociales y Empleo, 2015

⁸ Se clasifica en situación de sobrepeso a las niñas y niños con un índice de masa corporal entre 1 y 2 veces por encima de la referencia de los estándares de crecimiento marcados por la OMS de acuerdo a la edad, y obesidad si está por encima de dos.

En la educación nutricional juegan un papel central los centros escolares, dado que el 64,3% de los niños y niñas comen en sus comedores⁹ (Madrid Salud, 2016), pero también los son los hábitos alimentarios en el hogar, y cómo se complementan las comidas en casa con las que se realizan en el colegio. Un indicador relativo a este aspecto es la frecuencia y composición del desayuno: el 96% de los niños y niñas desayuna a diario. Los alimentos más habituales son pan, galletas o bollería y leche con cacao, té y otras bebidas, pero el porcentaje de menores que toman fruta o zumos en el desayuno no alcanza el 40%. En cuanto a la actividad física realizada, otro indicador de indudable valor para definir el estado de salud de la población infantil, el 67% va caminando o en bicicleta al colegio, y el 61,3% realiza alguna actividad deportiva extraescolar.

Seguridad alimentaria

Para asegurar la calidad y seguridad de los alimentos que se comercializan y consumen en la ciudad, el Ayuntamiento de Madrid cuenta con un Plan de Actividades Programadas en Materia de Control Oficial de Alimentos. Se realizan inspecciones alimentarias y auditorías tanto en comercios mayoristas como en establecimientos comerciales y de restauración, en comedores escolares o de residencias, así como en el transporte de alimentos, bien sea de forma programada, o en respuesta a denuncias y emergencias alimentarias. También se efectúan auditorías a los sistemas de autocontrol basados en el Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico (APPCCC) en las empresas alimentarias.

Solo el 5% de las actuaciones de control oficial concluyen con un expediente sancionador.¹⁰



Fuente: Madrid Salud, 2016

22.018 INSPECCIONES ALIMENTARIAS EN 2015

10.385 en restauración colectiva

10.789 en comercio minorista

1.431 CONTROLES y 163 INSPECCIONES en comercio mayorista

965 AUDITORÍAS APCC

844 INSPECCIONES EN TRANSPORTE DE ALIMENTOS

⁹ Díaz, José Manuel; Junco, Isabel; Rodríguez, Mercedes; López, Ana M. (2017) Estudio de la situación nutricional de la población infantil en la ciudad de Madrid. Estado ponderal y su relación con la seguridad de acceso económico a los alimentos. Ayuntamiento de Madrid - Madrid Salud, Universidad Complutense de Madrid

¹⁰ Madrid Salud (2016) Memoria de actividades

2.3. Equidad social y económica

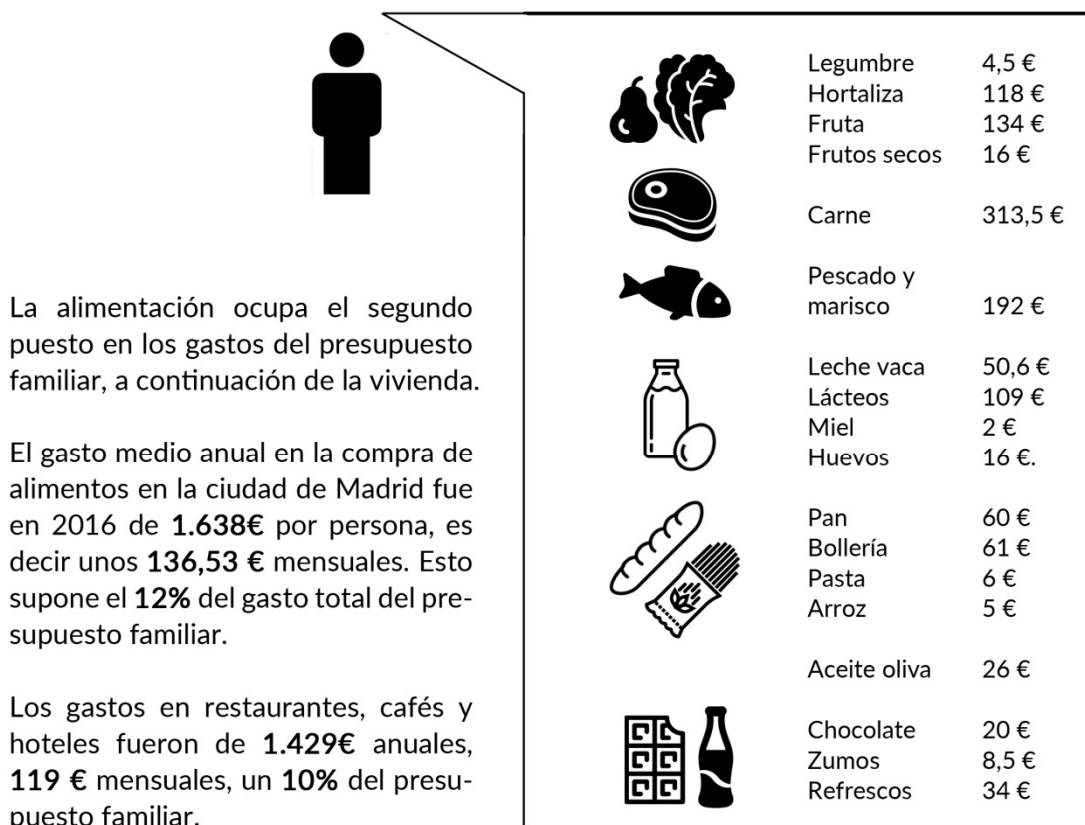


La crisis económica ha generado múltiples impactos negativos en la calidad de vida urbana, afectando a un porcentaje elevado de la población española. Entre las consecuencias del desempleo, la precariedad y una insuficiente cobertura social, se encuentran las dificultades en el pago de la vivienda, la pobreza energética o la insolvencia alimentaria. Estas cuestiones deben entenderse en un marco estructural de desigualdad social y territorial y, por tanto, deben abordarse de forma colectiva a partir del impulso de políticas públicas basadas en derechos.

El derecho a la alimentación es el derecho básico y fundamental de acceso a una alimentación adecuada para vivir una vida activa y sana, y a alimentarse con dignidad. Una de las obligaciones de los gobiernos es garantizar el cumplimiento de este derecho, mediante sus políticas económicas y sociales, y a través de los servicios públicos. En este sentido, la meta 17 del Plan Estratégico de Derechos Humanos del Ayuntamiento de Madrid (2017-2019) reconoce que "el derecho a un nivel de vida adecuado también incluye el derecho a la alimentación adecuada y a estar protegidos frente al hambre y la malnutrición, lo que incluye el acceso físico o económico a alimentos en cantidad y calidad suficientes para satisfacer las necesidades alimentarias de todas las personas, sin sustancias nocivas y respetando las creencias culturales".

¿Cuánto gastamos en alimentos?

Gasto anual per cápita según tipo de alimento



Fuentes: INE. Microdatos de EPF. Elaboración: Ayto de Madrid. S.G. de Estadística. 2015

Fuentes: Elaboración propia a partir de Ministerio de Agricultura, Panel de Consumo 2016.

Según la encuesta de presupuestos familiares (EPF), que suministra información sobre el

destino de los gastos de consumo en el hogar, en 2015 el gasto medio por hogar en la ciudad de Madrid se situaba en los 31.301 euros anuales, siendo el gasto medio por persona de 13.697 euros al año. El 12% de este gasto se destinó a la compra de alimentos y bebidas no alcohólicas, y un 10% adicional se gastó en hoteles, restaurantes y cafeterías. Sumando ambos conceptos, se podría considerar que la alimentación ocupa el segundo puesto en porcentaje de gasto, por detrás de la vivienda. La cantidad de dinero destinada a la alimentación es similar a la media estatal, aunque el gasto en restaurantes es superior, en unos 410 € anuales por persona, a la media estatal¹¹.

La base de datos del consumo en hogares nos ofrece información sobre el precio medio de los alimentos, desglosada a escala de comunidades autónomas.¹²

Alimentación sana, sostenible y socialmente responsable

Más de la mitad de los hogares de la ciudad de Madrid tiene problemas para llegar a fin de mes, y el 28% se encuentra en riesgo de pobreza (AG Equidad, 2016). El mayor peso de la vulnerabilidad social está asociado a los hogares con mayor número de miembros, los monoparentales (especialmente formados por madres con niños a su cargo), los de población extranjera, los hogares con bajos niveles de estudios y aquellos cuyos miembros están en situación de desempleo. El Estudio sobre necesidades sociales en la ciudad de Madrid¹³ indica que el gasto más difícil de afrontar es el ligado a la factura de energía en la vivienda, seguido del vestido, el transporte, la escolarización y la salud. Como ya se ha destacado en el punto anterior, el riesgo de pobreza también se asocia a una peor calidad de la dieta (menor consumo de productos frescos y mayor consumo de alimentos ultraprocesados).

En 2013 la renta media per cápita en la ciudad de Madrid era de 20.639 €, si bien se observa una diferencia importante entre los distritos de la ciudad, de modo que la desigualdad económica se muestra claramente territorializada, con un arco sur-sureste más desfavorecido. Los distritos con menor renta media son Puente de Vallecas (15.714,66 €) y Villaverde (15.946,48€), que no llegan a los 16.000 € anuales. En el extremo opuesto están los distritos de Salamanca (26.344€) y Chamartín (26.100€) cuya renta media superan los 26.000 €.

La distribución de la renta es más desigual en la ciudad que en la media del Estado, de forma que el 20% de la población con mayores ingresos tuvo en 2016 una renta disponible 7,8 veces mayor que el 20% de la población con ingresos más bajos (la diferencia media para el Estado español es de 6,6).¹⁴

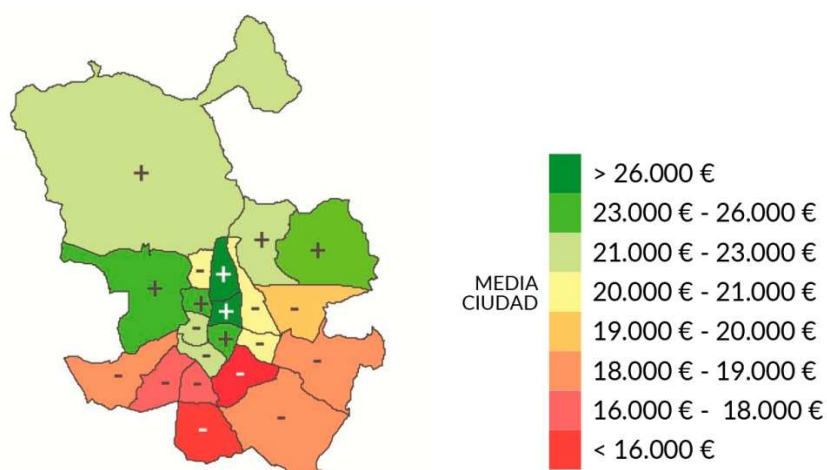
¹¹ INE. Microdatos de EPF. Elaboración: Ayto de Madrid. S.G. de Estadística. 2015

¹² Ministerio de Agricultura y pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Base de datos de consumo en hogares. <http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/panel-de-consumo-alimentario/base-de-datos-de-consumo-en-hogares>

¹³ Estudio sobre las necesidades sociales en la ciudad de Madrid 2016. Área de Equidad, Derechos Sociales y Empleo

¹⁴ Encuesta de condiciones de vida 2016. Ayuntamiento de Madrid.

Nivel de renta. Renta disponible bruta per cápita (2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AG de Economía y Hacienda.

En este contexto, la provisión de alimentos a través de los servicios públicos es una de las formas básicas para asegurar el acceso a una alimentación sana y suficiente a toda la población. En el ámbito municipal destacan los servicios sociales destinados a la población más vulnerable: personas en riesgo de exclusión, mayores y menores.

Entre los servicios destinados a personas sin hogar se encuentran ocho equipamientos municipales: centros de abiertos¹⁵, centros de acogida¹⁶, centros de acogida temporales (Campaña contra el Frío),¹⁷ y centros de día¹⁸; a los que se suman los comedores municipales y los centros de integración conveniados para personas sin hogar. Entre todos ellos proporcionaron 518.000 menús (comidas y/o cenas), y 259.000 desayunos en 2017¹⁹. Además el Ayuntamiento mediante convenios y subvenciones colabora con la iniciativa social en la financiación de comedores que proporcionan al año más de 160.000 menús²⁰. El número de personas sin hogar en la ciudad era de 2.217 en 2016, de las que el 54% se encuentran acogidas en centros municipales y de la Red FACIAM, con la que existe un convenio de colaboración; Otro 20% se aloja en pensiones y pisos de acogida y el 26% duerme en la calle.²¹

Por otra parte, el servicio municipal de reparto de comida a domicilio para mayores de 65 años distribuyó 379.000 menús en 2017, con una media mensual de 2.000 personas y 3.000 usuarios distintos en todo el año, produciéndose un incremento del 35% respecto al año anterior. A este servicio hay que sumar las comidas servidas a diario en los centros de día públicos y concertados (que cuentan con unas 4.500 plazas) y en las residencias para mayores

¹⁵ Tres centros abiertos municipales: La Rosa, Peñuelas, Catalina Labouré.

¹⁶ Tres centros de acogida: San Isidro, Juan Luis Vives, y Puerta Abierta.

¹⁷ Recursos Campaña contra el Frío: Pinar de San José, Villa de Vallecas (abiertos noviembre-marzo).

¹⁸ Tres centros de día, incorporados en los siguientes dispositivos: Geranios, Catalina Labouré y Pinar de San José (Campaña contra el Frío).

¹⁹ Datos 2017. Departamento Samur Social y Atención personas sin Hogar. DG Integración Comunitaria y Emergencia Social.

²⁰ Datos 2017. Departamento Inclusión social. DG Integración Comunitaria y Emergencia Social.

²¹ VIII recuento de Personas Sin hogar de la ciudad de Madrid. Diciembre de 2016. Universidad Complutense y Ayuntamiento de Madrid.

con dependencia física y Alzheimer (con 184 plazas disponibles), de modo que se alcanzarían casi los dos millones de comidas anuales²².

Alimentación en centros escolares

En la Comunidad de Madrid hay 1.201 centros escolares públicos, de los cuales el 73% dispone de comedor escolar. En conjunto ofrecieron un servicio a 183.000 comensales en el curso 2016-2017²³. De estos, 252 centros públicos de primaria y secundaria se encuentran en Madrid²⁴, a los que hay que sumar 245 concertados. El Ayuntamiento de Madrid a través del Convenio de Comedores Colectivos Escolares con la Comunidad de Madrid complementa el precio reducido de comedor escolar facilitando la inclusión de más de 11.500 niños y niñas cada semestre. En 2017 el Ayuntamiento aportó 5 millones de euros. Además se otorgaron otras 3.700 ayudas complementarias de comedor escolar en 2017²⁵.

En Madrid hay además 56 escuelas infantiles que suman una oferta de 7.057 plazas y en las que trabajan 91 cocineros y cocineras (DG Familia, Infancia, Educación y Juventud, 2014). En la red de escuelas infantiles, dos son de gestión directa (El Sol y La Paloma) y el resto son de gestión indirecta. En los últimos pliegos de licitación, publicados en verano de 2017 y cuyos contratos estarán vigentes durante cuatro años, prorrogables hasta un máximo de seis, se han incorporado criterios de inclusión progresiva de alimentos ecológicos y de circuitos cortos, además de las cláusulas de obligado cumplimiento relativas a los productos de comercio justo.

En otros programas y servicios municipales destinados a la infancia, como los centros de día infantiles, las aulas de la naturaleza, los campamentos de verano municipales, o los centros especiales para menores con discapacidad (activos en periodos vacacionales) se suministraron en 2014 cerca de 275.000 meriendas y algo más de 14.000 comidas²⁶.

²² Datos de la DG de Personas Mayores y Servicios Sociales (2017)

²³ Fernández Casadevante, José Luis; Morán, Nerea; del Valle, Julia; Esteban, Abel. (2017) Alimentar el cambio. Diagnóstico sobre los comedores escolares de la Comunidad de Madrid y su transición hacia modelos más saludables y sostenibles. Ed. Garúa.

²⁴ Buscador de centros escolares, filtro según servicios. Comunidad de Madrid. Consultado en abril de 2017. http://gestiona.madrid.org/wpad_pub/run/j/BusquedaAvanzada.icm

²⁵ Datos de la Dirección General de personas Mayores y Servicios Sociales.

²⁶ DG Familia, Infancia, Educación y Juventud, 2015

2.4. Producción y transformación



La producción alimentaria ocasiona entre un 11-15% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero y el procesamiento y embalaje de un 8-10% más. Además, la explotación agroindustrial genera impactos ecológicos negativos, como el agotamiento del suelo o la contaminación de acuíferos. El uso de fertilizantes y pesticidas de síntesis y la mecanización de las labores agrarias hacen que el balance energético de muchos productos alimentarios se haya superado sin siquiera salir de la finca. Es decir, es necesaria más energía para producirlos que la que proporcionan. La producción ecológica y de proximidad, la conservación de espacios agrarios y forestales diversos y adaptados a las condiciones geográficas y climáticas y la protección de la biodiversidad en forma de variedades y razas locales, contribuyen a la reducción de emisiones y a la adaptación al cambio climático.

Sector primario

La ciudad de Madrid con casi 3,2 millones de habitantes es fundamentalmente un espacio de consumo. La evolución hacia sistemas sostenibles ha de tener en cuenta el entorno territorial en el que se inserta, sabiendo que existe una relación directa entre modelo productivo, dieta y sistema territorial²⁷. Aunque el sector primario no tiene un papel destacado en la economía madrileña, en la Comunidad de Madrid hay una gran variedad de espacios agrarios con producciones específicas, desde la sierra y el piedemonte en el noroeste, de vocación ganadera, pasando por la llanura central de producción de cereal, hasta llegar a las vegas del sureste, en las que históricamente se han concentrado la huerta madrileña y los páramos con olivar y viñedo.

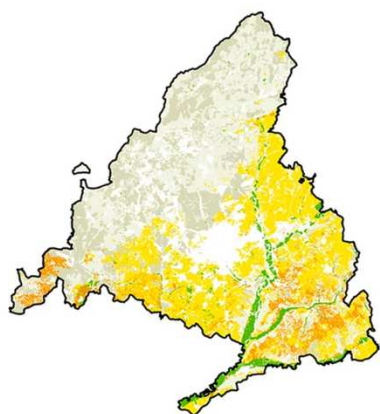
Una cuarta parte de la superficie de la Comunidad de Madrid está ocupada con cultivos agrícolas. El suelo no urbanizado se reparte en partes prácticamente iguales entre cultivos agrícolas, áreas de pasto y matorral, y zonas forestales. El tipo de cultivo que más superficie ocupa es el de secano, especialmente el cereal, situado en todo el espacio central y en el este de la región, donde también se cultiva olivar y viñedo en los páramos ubicados entre los ríos Henares y Tajuña, y entre el Tajuña y el Tajo. Los espacios tradicionales de huerta se sitúan principalmente en las vegas de regadío del sureste, que corresponden a los ríos Henares, Tajuña, Jarama y Tajo. Existen además espacios de regadío en el sur de la región ligados a la existencia de aguas subterráneas, que han mantenido la producción hortícola, como es el caso de Fuenlabrada, que cuenta con un Parque Agrario desde el año 2013.

Las tendencias más destacables que han afectado a la configuración del espacio agrario en las últimas décadas son la ocupación de suelo por usos urbano-industriales, la fragmentación de los sistemas agrarios y la pérdida de intensidad productiva. Por una parte, se ha perdido superficie y continuidad de las áreas agrícolas debido al crecimiento urbano disperso (especialmente residencial y de infraestructuras, aunque también por usos terciarios como centros comerciales, o polígonos industriales y tecnológicos). Destaca, por otra parte, el abandono y sustitución de cultivos destinados al consumo humano, como consecuencia de los

²⁷ Simón Rojo, Marian (2016). *El territorio en el sistema agroalimentario: el tramo medio del valle del Duero 1900-2015*. Tesis Doctoral. Universidad Politécnica de Madrid. pp: 174

cuales han desaparecido muchas huertas y frutales que han sido sustituidos por cultivos de cereal, forrajes o, en función de su localización, por pastos y matorrales, de modo que en el año 1980 había una superficie de huerta cinco veces superior a la actual y una superficie de frutales ocho veces superior a la actual²⁸.

Superficie agrícola en la CM: suelo y cultivos.



El 28% de la superficie de la CM es suelo agrícola, y el 7% pastos

Usos del suelo en la CM			Sup. cultivada	
	ha	%		ha
Regadío	25.937	3%	cereal	82.845
Secano	159.083	20%	legumbre	4.364
Olivar-viñedo	40.649	5%	hortaliza	2.294
Pasto y prado	59.787	7%	frutal	134
Matorral	160.241	20%	fruto seco	794
Forestal	194.649	24%	viñedo	10.875
Urbanizado	150.020	19%	olivar	26.445
improductivo	12.235	2%	otros	77.589
total	802.602		total	205.340

Fuentes:
Morán, N. 2015. Dimensión territorial de los sistemas alimentarios.
MAPAMA, Anuario de Estadística 2015

En cuanto a la ganadería, en la Comunidad de Madrid hay presencia de todos los tipos de producción ganadera. Destacan en número de cabezas el ganado ovino y el bovino (tanto para leche como para carne), con unas 100.000 cabezas de ganado de cada tipo. También hay ganado caprino y porcino (con 32.000 y 23.000 cabezas de ganado respectivamente), además de aves ponedoras y para consumo de carne, y conejos²⁹.

La población ocupada en el sector agrario es mínima: no llegaba a las 10.000 personas en 2016, lo que supone un 0,26% de la población ocupada de la Comunidad de Madrid, y que responde a la creciente orientación de la economía madrileña hacia los servicios. Los datos de esta pérdida de empleo agrario, que responde a una dinámica generalizada en el resto del Estado, son contundentes: en la actualidad, la proporción de empleos agrarios en la Comunidad de Madrid es cuatro veces menor que en 1980 y dos veces y media menor que en 2004³⁰.

²⁸ Morán, Nerea (2015) Dimensión territorial de los sistemas alimentarios locales. El caso de Madrid. Tesis doctoral, UPM.

²⁹ Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (2015) Anuario de Estadística Agraria

³⁰ INE (2016)

Empleo en el sector primario y la industria alimentaria. Sector ecológico certificado.



2.811.700
personas
ocupadas
en la CM

0,26% en agricultura y ganadería

7.500 personas

271 en producción ecológica

1% en industria alimentaria

20.081 personas

113 empresas transf. ecológica

Fuentes: Instituto de Estadística de la CM, 2016
MAPAMA: Estadística de Agricultura Ecológ. 2015
INE: Encuesta industrial de empresas 2014 (*empresas 20 o más ocupados*)

Una característica destacable del sector es la falta de diversificación en finca, es decir, el escaso desarrollo de actividades complementarias a la productiva que puedan aportar un valor añadido o complementar los ingresos obtenidos de la venta del producto. Solo 65 explotaciones de un total de 7.878 reconocen realizar actividades complementarias, sobre todo relacionadas con la transformación alimentaria y con la oferta de actividades turísticas y recreativas³¹.

Industria agroalimentaria

El 5% de las empresas agroalimentarias del Estado se sitúa en la Comunidad de Madrid, aunque si consideramos solo las grandes empresas, este porcentaje aumenta hasta el 8% en el caso de las empresas de procesado y fabricación de alimentos y alcanza el 17% en el caso de las empresas de fabricación de bebidas³².

En la Comunidad de Madrid hay 1.243 empresas dedicadas al procesado, conservación y fabricación de productos alimentarios, y 214 de fabricación de bebidas. De las primeras, el 40% se dedica a la panadería y fabricación de pastas (501 empresas). Destacan también las de procesado y conservación de carne, que representan casi la quinta parte (219 empresas). En cuanto al tamaño empresarial, prácticamente todas son PYME, de forma que solo hay 21 empresas con más de 200 asalariados, y ninguna con más de 5.000. De hecho, la mayor parte, el 72% de las empresas de alimentación y el 81% de las de fabricación de bebida son microempresas, con menos de 10 asalariados. El número de personas ocupadas en la industria agroalimentaria en la Comunidad de Madrid en el año 2014 era de 20.081 (el 11% de las personas ocupadas en el sector industrial en la región), de las cuales el 35% trabajaba en la industria de las harinas, el 21% en industrias cárnicas y el 10% en la elaboración de bebidas alcohólicas distintas al vino³³. La cifra de negocio del sector fue, en 2014, de 4.882,7 millones de euros, el 9% del conjunto del sector industrial de la región, que asciende a 55.227,9 millones de euros³⁴. El valor de los productos comercializados ascendió a los 3.318,6 millones de euros en 2016, el 11,5% del valor total de productos vendidos en empresas industriales de la

³¹ INE (2013) Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas.

³² INE (2016) Directorio central de empresas 2016. Empresas por CCAA, actividad principal (grupos CNAE 2009) y estrato de asalariados.

³³ INE (2016)

³⁴ Encuesta industrial de empresas. Resultados por Comunidades Autónomas. INE 2014

Comunidad de Madrid ese año (28.816,5 millones de euros)³⁵.

Una cuarta parte de las empresas de la industria agroalimentaria de la Comunidad de Madrid (es decir, 371 de las 1457 empresas de la región), se localiza en la ciudad, de las cuales 315 se dedican a la elaboración de productos alimentarios y 56 a la fabricación de bebidas. Más de la mitad de las primeras y el 40% de los empleos se sitúan en el sector de la panadería. Destacan también por presentar un tamaño empresarial un poco mayor a la media las industrias cárnicas. Entre las de fabricación de bebidas, dos de cada tres empresas son de elaboración de vinos, aunque por número de personas empleadas (más de 500), la que se sitúa en primer lugar es una gran empresa de fabricación de cerveza, que concentra el 10% del empleo de la industria agroalimentaria en la ciudad (5.793 personas en 2016)³⁶.

El sector ecológico certificado

A pesar de que el sector ecológico ocupa un pequeño porcentaje de la superficie agraria de la Comunidad de Madrid, ha presentado una evolución importante en la última década en lo que se refiere al peso de la producción y el empleo. Entre los años 2005 y 2015, el número de productores certificados se multiplicó casi por cuatro, pasando de 74 a 271. El número de elaboradores pasó, asimismo, de 44 a 84. Es más destacable el incremento del volumen de producto comercializado, que se multiplicó por seis en el mismo periodo y creció diez veces si tomamos como referencia el año 2000, pasando de alrededor del millón de kilos de producción en 2005 con un valor económico de 2,8 millones de euros, a los 6.079.980 de kilos y 14,6 millones de euros en 2015.

La agricultura ecológica y de conversión representa el 3% de la superficie de cultivo (9.545 ha). De las 5.862 explotaciones agrícolas de la región, 271 son ecológicas, cuatro veces más que en el año 2005 (74 explotaciones). En ganadería, solo 18 de las cerca de 2.000 explotaciones ganaderas están certificadas, entre las cuales destacan las de carne de vacuno (10 explotaciones certificadas), las de leche (2), y apícolas (4). Entre las empresas dedicadas a la industria alimentaria, de transformación y manipulación de alimentos, 113 tienen sello ecológico, de las cuales el mayor número corresponde a actividades de panificación y elaboración de pastas (35), seguido de la industria del grano (12), las bodegas, el envasado de productos hortofrutícolas frescos (10 actividades cada uno), y las almazaras (7 registradas)³⁷.

³⁵ Instituto de Estadística de la CM. Banco de Datos estructurales.

http://www.madrid.org/desvan/AccionLlamadaArbolDesvan_dwr.icm?tipoArbol=desvan

³⁶ Directorio de empresas a 30/06/2016. Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid

³⁷ CM, Estadísticas de Agricultura Ecológica 2015

Superficie agrícola y cabezas de ganado ecológicos en la CM

1.017.000 cabezas de ganado
3.600 en ecológico

205.340 ha de cultivos
9.472 en ecológico

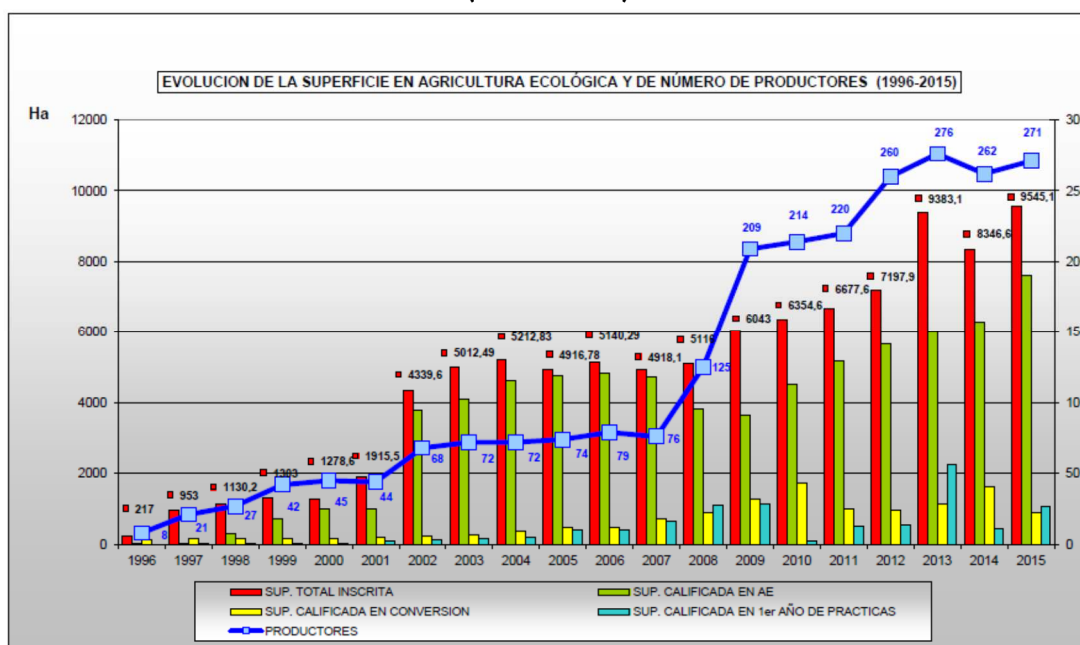
peso del sector ecológico:

peso del sector ecológico:



Fuentes:
MAPAMA, Anuario de Estadística 2015 y Estadística de Agricultura Ecológica 2015

Evolución de la superficie en agricultura ecológica certificada y número de productores (1996-2015)



Fuentes: CM, Estadísticas de Agricultura Ecológica 2015

En el sector hortícola destacan los proyectos que, aplicando manejos agroecológicos, no están certificados. En el año 2013 había en la Comunidad de Madrid 13 productores en esta situación, el 36% del total de proyectos ecológicos. El mayor volumen de venta de este sector se encuentra en la venta directa a grupos y cooperativas de consumo, uno de los canales menos valorados por los productores (en el puesto 6 de 10 según resultado de entrevistas) debido, entre otros motivos, a que requiere mucho trabajo³⁸. En la actualidad, según datos del proyecto

³⁸ del Valle, Julia; (2013) Dime quién eres y te diré cómo vendes. Canales y estrategias de comercialización del sector hortofrutícola de la Comunidad de Madrid. Una visión desde la producción. Proyecto Fin de Máster en Agroecología, Universidad de Córdoba.

DIVERCROP, la cifra de explotaciones agroecológicas supera los 50, lo que supone un incremento relativo incluso mayor que el de productores ecológicos certificados. Cabe destacar que, a nivel general, en el canal de comercialización de productos ecológicos (certificados o no) que está experimentando un mayor crecimiento es el de venta directa, ya sea en mercados, en la propia finca o a través de grupos de consumo³⁹.

³⁹ Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. 2014. Evolución de la caracterización y tipología del perfil sociodemográfico del consumidor de alimentos ecológicos en España

2.5. Abastecimiento y distribución



Si se produjera un corte en la cadena de suministro alimentario, la mayoría de las ciudades del norte global solo tendrían almacenados alimentos para tres días. Este dato muestra la alta dependencia alimentaria de las ciudades, la importancia fundamental que tiene la correcta organización del suministro de alimentos, y el interés estratégico de incrementar la autonomía alimentaria basada en el consumo de proximidad. Por otra parte, hay que considerar el derroche de energía y el impacto ecológico que genera el sistema agroindustrial: un tercio de las emisiones globales de efecto invernadero son debidas al sistema alimentario. De ellas, entre el 5 y el 6 % tienen que ver con el transporte, y entre el 2 y el 4% con la conservación y venta de alimentos.

El consumo de proximidad y los canales cortos de distribución no solo presentan ventajas ambientales, también dan lugar a impactos sociales y económicos positivos, como el refuerzo del sentimiento de comunidad, identidad y arraigo y el apoyo a la economía local. Se calcula que por cada euro que se gasta en alimentación a través de canales cortos, se contribuye a la economía local el doble que si ese euro se gastara en la gran distribución alimentaria⁴⁰.

Que los alimentos sean accesibles a escala local requiere de la existencia de una diversidad suficiente de espacios de comercialización, que sean asequibles y próximos a las áreas residenciales. En general, los países del sur de Europa cuentan con un importante tejido comercial de proximidad (pequeños comercios, mercados municipales, mercadillos, etc.), pero también es cierto que los hábitos de compra y consumo están cambiando en detrimento de este tejido.

Madrid como plataforma logística

La región madrileña destaca por ser un punto de economía de enclave y por su condición de plataforma logística. Según apuntan Naredo y Frías⁴¹, el creciente volumen de bienes, materiales y energía que entra y sale de Madrid, y en concreto el incremento en el flujo de productos alimentarios, es uno de los cambios más destacables de la economía de la región en los últimos 30 años. Si en el año 1984 el volumen de exportación de alimentos era de 1,3 millones de toneladas, en 2010 alcanzó los 8,5 millones de toneladas. La facturación de la industria alimentaria y de bebidas roza los 10.000 millones de euros anuales. Por otro lado, la entrada de alimentos en la región asciende a 13.2 millones de toneladas anuales.

Considerando solo el comercio internacional, y no el que se realiza en el ámbito estatal, el volumen de alimentos y bebidas importados del extranjero es tres veces mayor que el que se exporta, y constituye un 10% del valor total de la importación a escala estatal. Dos quintas partes del volumen de las exportaciones internacionales desde la región son de frutas, hortalizas y legumbres, y otra quinta parte de preparados alimenticios. En valor monetario, destaca sobre las demás la exportación de productos cárnicos. Por otra parte, la mitad del volumen importado es de cereales y una sexta parte de frutas y hortalizas. En términos monetarios, los productos del mar se sitúan en primer lugar, con una quinta parte del valor de las importaciones, un porcentaje similar a la media estatal⁴².

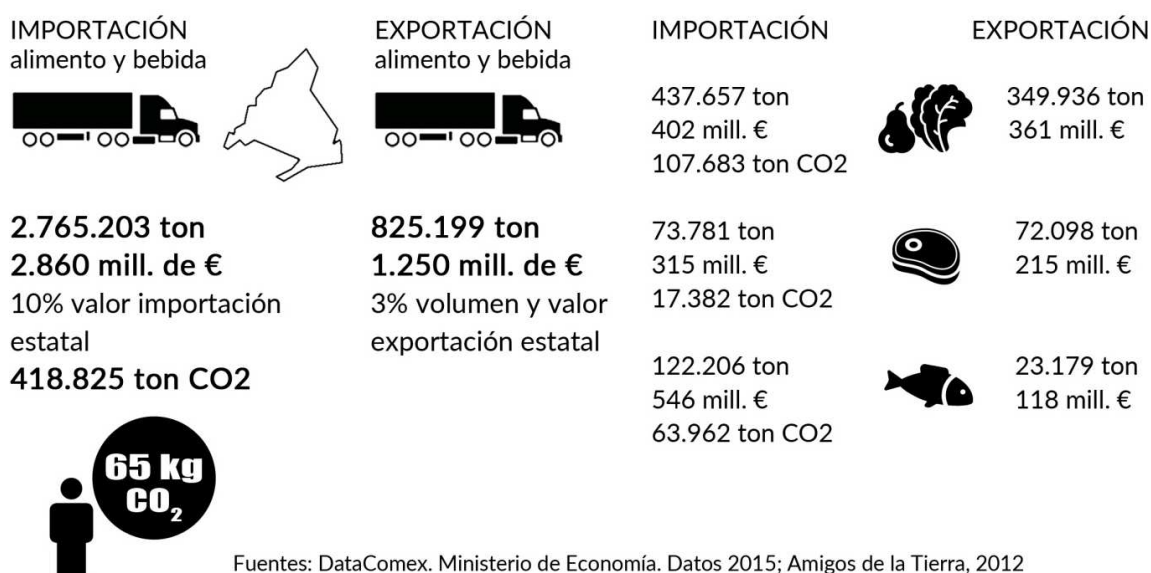
⁴⁰ Kneafsey, Moya et al. (2013) Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics. JRC Scientific and Policy Reports. European Commission. P. 30

⁴¹ Naredo, José Manuel; Frías (2015)

⁴² DataComex. Estadísticas del Comercio Exterior español. Consulta para el año 2016

Uno de los indicadores que permiten entender el impacto asociado al transporte de los alimentos, es el de *food miles*, o alimentos kilométricos. Se puede hacer un cálculo aproximado de las emisiones generadas por el comercio internacional de alimentos en la Comunidad de Madrid a partir del volumen de alimentos importados por la región, y de las medias de distancia y emisiones definidas en el estudio sobre alimentos kilométricos en el Estado español realizado en 2011 por Amigos de la Tierra⁴³. Este dato no corresponde directamente al consumo alimentario de la Comunidad de Madrid, pues solo se consideran los alimentos que vienen del extranjero, pero no aquellos con origen en otras regiones del Estado. Hay que considerar, por otra parte, que algunos de los alimentos importados seguirán aumentando los kilómetros recorridos al ser Madrid solo una escala en su viaje.

Los 2,5 millones de toneladas de alimentos que se importaron en la Comunidad de Madrid en 2015 generaron 418.000 toneladas de CO₂, el 10% de las emisiones del conjunto del Estado, y una media de 65 kg de CO₂ por persona. Los alimentos que produjeron más emisiones, debido a las toneladas importadas y a la distancia media recorrida fueron los cereales, arroz y harinas (1,5 millones de toneladas y una media de 3.000 km); las frutas, hortalizas y legumbres (437.657 toneladas, 5.466 km), y los pescados y mariscos (122.206 toneladas, 6.400 km).



Mercamadrid: centro de distribución de escala supra-regional

El espacio de referencia en Madrid para la adquisición de producto fresco es Mercamadrid, que acoge los Mercados Centrales de Frutas, Hortalizas, Carnes y Pescado. Los mercados centrales han sido históricamente fundamentales para el abastecimiento urbano, centralizando la distribución y permitiendo el control de la calidad y cantidad de alimentos. Hasta mediados del siglo XX, estas instalaciones funcionaron correctamente en sus emplazamientos dentro de la ciudad: en Legazpi el Mercado de Frutas y Verduras junto al Matadero, y en Puerta de Toledo el de Pescados. El constante incremento de la población y el crecimiento urbano complicaron la actividad de estos mercados, por lo que en 1983 se inauguró Mercamadrid en su

⁴³ Simón, Xavier; (2012) Alimentos kilométricos. Amigos de la Tierra. Disponible en:

emplazamiento actual, en el distrito de Villa de Vallecas, junto a la actual M40. Mercamadrid ocupa 222 hectáreas y sus instalaciones acogen a más de 800 empresas que emplean a unas 4.000 personas.

Mercamadrid abastece principalmente al pequeño comercio y restauración, en concreto, a más de 14.000 establecimientos situados en un radio de 400 kilómetros que exceden los límites de la Comunidad de Madrid y alcanzan Castilla La Mancha, Castilla León y Extremadura. Los supermercados e hipermercados, por su parte, cuentan con sus propios canales de suministro, en forma de centrales de compra y acuerdos directos con los productores, y solo ocasionalmente acuden a Mercamadrid para completar su oferta.

A escala estatal, Mercamadrid constituye el mayor mercado mayorista, seguido por Mercabarna, y concentra alrededor del 30% tanto del volumen como del valor económico de los productos alimentarios comercializados en la red española de mercas, integrada por 23 mercados mayoristas. También se sitúa como uno de los principales mercados europeos de productos alimentarios: el primero en volumen de frutas y verduras comercializadas, y el segundo en volumen de pescado y carne. Si se considera el valor de los productos comercializados, el primer puesto corresponde a Rungis, en París.

En el año 2015 Mercamadrid comercializó 1.869.388 toneladas de frutas y hortalizas, 406.031 toneladas de carne y 146.658 de pescado y marisco, una vez y media lo que se consume en la región en el caso de los dos primeros tipos de alimentos y prácticamente la misma cantidad de pescado⁴⁴.

Abastecimiento de proximidad

Como ya se ha indicado, los alimentos importados por el Estado español viajan una media de 3.828 km, generando un impacto ambiental importante en forma de emisiones de CO₂, y un derroche de energías fósiles. En un contexto global de crisis de la energía, un sistema agroalimentario dependiente del petróleo resulta no solo insostenible, sino también altamente vulnerable, no solo por la forma de producción, sino por los problemas de suministro que puedan provocar alteraciones en los espacios de origen o en las infraestructuras y modos de transporte. De hecho, se calcula que las ciudades del norte global solo tendrían alimentos para tres días en caso de un corte en el suministro, por lo que una estrategia básica de resiliencia consiste en aumentar la autonomía local. Con la concentración demográfica actual no es posible para Madrid lograr esa autonomía alimentaria, aunque puede mejorar su abastecimiento de proximidad, a partir de la cooperación con municipios periurbanos y con los rurales, que son esenciales para el aprovisionamiento⁴⁵. Es decir la autonomía alimentaria debe entenderse en relación a las posibilidades locales de producción, y por tanto como un umbral deseable de consumo de proximidad para determinados productos.

En términos generales, se considera abastecimiento de proximidad el producido en un radio de

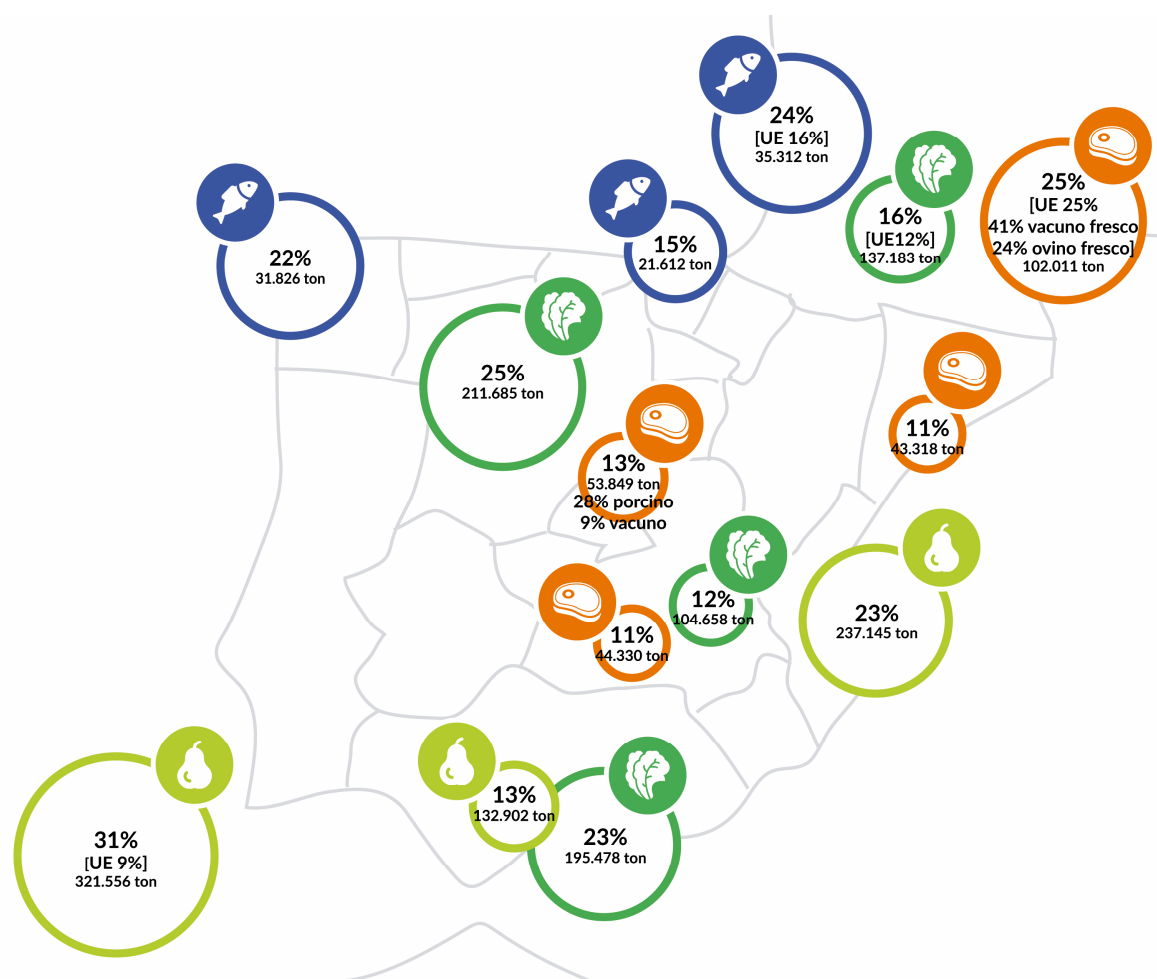
⁴⁴ AG Economía y Hacienda (2013) Barómetro de la Economía de la Ciudad de Madrid, Mercamadrid.

⁴⁵ Simón Rojo, M. 2016. *El territorio en el sistema agroalimentario: el tramo medio del valle del Duero 1900-2015*. Tesis Doctoral. Universidad Politécnica de Madrid.

100 y 120 kilómetros, aunque algunas grandes metrópolis como Londres amplían ese radio a los 160 kilómetros en sus mercados de venta directa. En otras ocasiones, la proximidad se identifica con delimitaciones administrativas, como la comarcal o provincial. En 2017, Mercamadrid comenzó una campaña de señalización de productos con origen en un radio de 100 kilómetros, aunque aún no hay datos sobre el tipo y cantidad de alimentos de proximidad que se comercializan.

Es complicado rastrear el origen de los alimentos que se consumen en la ciudad, pues desde los años 80 el comercio mayorista de alimentos está liberalizado (previamente todos tenían que pasar por los mercados centrales, pero actualmente existen canales privados de distribución). En cualquier caso, el análisis de los productos comercializados en Mercamadrid muestra que solo el 4% tiene su origen en la Comunidad de Madrid, y un 17% más en las autonomías limítrofes.

Procedencia de los productos comercializados en Mercamadrid, 2016.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos DG Estadística

Un análisis del tipo de alimento comercializado muestra que la mayor cantidad de productos de origen extranjero fueron las frutas (casi un tercio del total comercializado), la mayor parte de origen extracomunitario. Las principales áreas de procedencia dentro de la península fueron

la Comunidad Valenciana (un 23%) y Andalucía (13%). En relación a las hortalizas, las comunidades autónomas que se sitúan a la cabeza de los espacios de provisión son Castilla y León, que suministra una cuarta parte del total, en especial de patata; Andalucía (23%), y Castilla La Mancha (12%). El 16% de hortalizas provienen del extranjero.

Respecto a los productos del mar, pescados y mariscos, una cuarta parte del producto fresco proviene del extranjero, especialmente de la UE, mientras que los principales espacios de origen estatales son Galicia (un 23% del pescado y un 62% del marisco fresco) y País Vasco (22% del pescado y 10% del marisco fresco). Respecto a los productos congelados, casi la mitad tienen su origen identificado en la Comunidad de Madrid (un 40%).

La carne es el producto que puede resultar menos representativo del consumo real en la ciudad y en la región, debido a que es más habitual el uso de otros canales de compra al por mayor (como mataderos o compra directa a los ganaderos). Es el único producto en el que la Comunidad de Madrid destaca como espacio de origen. La región abastece el 13% del total de carne comercializada, el 28% de la carne de cerdo y el 9% de vacuno. La cuarta parte de la carne proviene de Europa: el 40% de la carne fresca de vaca/ternera y el 24% de oveja/cordero. Otros espacios destacados de origen son Castilla La Mancha y Cataluña, debido principalmente al peso de las carnes congeladas de cerdo y vaca, respectivamente. En carne de oveja/cordero fresco los principales proveedores se sitúan en Castilla y León y en Extremadura. La carne avícola procede fundamentalmente de Andalucía, Galicia y Castilla y León⁴⁶.

Autonomía alimentaria

Si analizamos la capacidad de producción alimentaria actual de la Comunidad de Madrid y la comparamos con el consumo, podemos calcular la capacidad de autoabastecimiento de la región. Realizando este análisis para alimentos que se producen tradicionalmente en la región, comprobamos que la Comunidad de Madrid solo podría abastecer el 5% de las frutas y hortalizas que consumimos, la quinta parte de los productos lácteos, miel y huevos, y casi la mitad de la carne. El mayor déficit se sitúa en la producción de fruta: cada habitante de la Comunidad de Madrid consume una media de 107 kg anuales de fruta, pero la región solo puede abastecer una cantidad de 0,1 kg por persona y año.

Si además de considerar la dieta actual se consideraran las recomendaciones nutricionales a las que se hacía referencia en el apartado 2 y según las cuales deberíamos consumir el doble de fruta y verdura, la Comunidad de Madrid solo podría abastecer el 2,5% de la producción necesaria.




Para responder al objetivo de incrementar la autonomía alimentaria, se pueden plantear la reintensificación de la producción, y la recuperación de suelos aptos para el cultivo que están en situación de abandono. En este escenario, la capacidad productiva permitiría dar respuesta al 36% de los productos vegetales (hortalizas, legumbre, fruta y frutos secos) recomendados en una dieta equilibrada⁴⁷. En cuanto a los productos ganaderos, específicamente carne de

⁴⁶ DG Estadística, Ayuntamiento de Madrid.

⁴⁷ Morán, Nerea (2015) Dimensión territorial de los sistemas alimentarios locales. El caso de Madrid. Tesis

ternera y lácteos, la Comunidad de Madrid estaría en condiciones de alcanzar el 5,4% de la capacidad de abastecimiento total, considerando una ganadería extensiva con criterios ecológicos⁴⁸.

Capacidad de autoabastecimiento en la Comunidad de Madrid según consumo y producción actuales

	Consumo CM per cápita		Producción CM per cápita
Legumbre	2,84 kg	 5%	0,6 kg
Hortaliza	90,42 kg		9,3 kg
Fruta	107,6 kg		0,1 kg
Frutos secos	2,56 kg		0,1 kg
Carne	50 kg	 46%	4,5 kg (vaca) 7,1 kg (ave y conejo) 11 kg (cerdo) 0,28 kg (cordero)
Leche vaca	79,3 l	 19%	8,63 l
Miel	0,42 kg		0,03 kg
Huevos	11 doc.		2,6 doc.

Fuentes: Elaboración propia a partir de Ministerio de Agricultura, Anuario de Estadística 2015, y Panel de Consumo 2016.

¿Dónde comemos?

En el Estado español persisten unos hábitos de consumo tradicionales que presentan peculiaridades respecto al resto de Europa, sobre todo en relación al horario y a la importancia de las distintas comidas. Se sigue comiendo y cenando mayoritariamente en el hogar, y en compañía de la familia. Las comidas que se realizan fuera del hogar se deben principalmente a motivos laborales. Otro dato reseñable es que, aunque ambos han aprendido a cocinar en el ámbito familiar⁴⁹, las mujeres invierten el doble de tiempo que los hombres en actividades como comprar o cocinar: una media de una hora y 45 minutos.

Por otra parte, como se ha visto en el punto 3, el gasto en restauración y hostelería relacionado con actividades de ocio y recreación supone un porcentaje importante del presupuesto familiar.

En Madrid hay casi 15.000 locales de restauración, lo que representa una media de un local por

doctoral, UPM.

⁴⁸ Álvarez del Valle, Lucas (2017) Alimentación de proximidad. Territorializaciones posibles de una alianza entre los mercados municipales y el territorio agrario periurbano de Madrid. Territorios en Formación | 2017 | N12 | TRABAJOS FIN DE MÁSTER – Estudios Urbanos. In press.

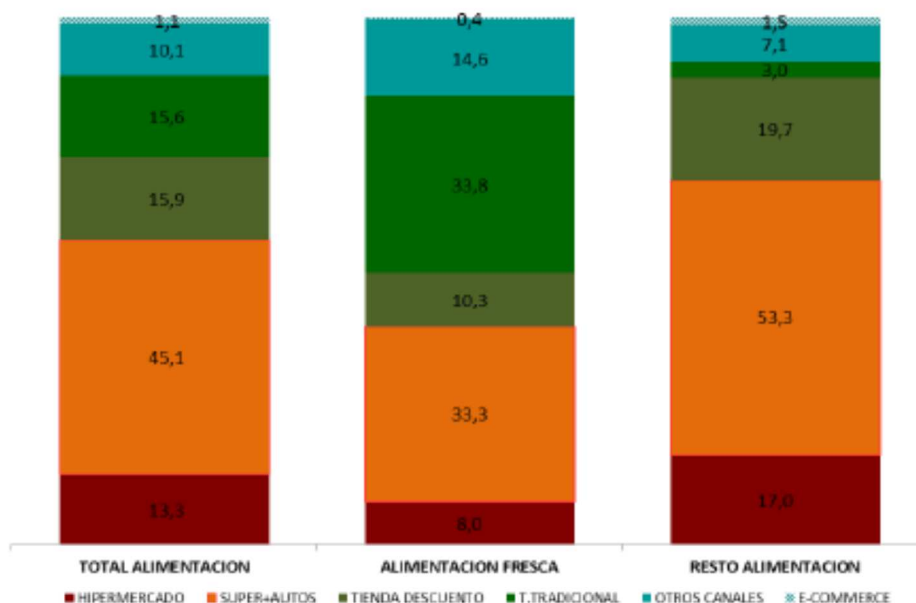
⁴⁹ Díaz, Cecilia (2014) Hábitos alimentarios de los españoles. Cambios en las maneras de vivir, comprar y comer. En Distribución y Consumo 20 2014 - Vol. 5

cada 212 habitantes. La mitad de los locales se concentra en la almendra central. El mayor porcentaje se sitúa en los distritos Centro (16% del total, 1 local por cada 55 residentes), Salamanca (8% del total) y Chamberí (7% del total, 1 local por cada 125 residentes). Entre los tres suman casi un tercio de todos los establecimientos de restauración de la ciudad. Los distritos con menos peso hostelero son Moratalaz y Vicálvaro (1%)⁵⁰.

¿Dónde compramos?

Los últimos datos sobre hábitos de consumo indican que el 45% de las compras de alimentos que se realizan en el Estado español se lleva a cabo en supermercados, un porcentaje que asciende al 70,4% si consideramos el conjunto del sector de la gran distribución (hipermercados, supermercados y tiendas descuento). El porcentaje baja a la mitad de las compras (51,6%) si atendemos al producto fresco. El pequeño comercio especializado mantiene la confianza de los consumidores, con un tercio de las compras totales, aunque con una tendencia constante de disminución del volumen de ventas. La compra por internet supone un 1,1% de las compras totales de alimentación. En 9% de la población ha realizado alguna compra de alimentos por internet, una tendencia más popular en las franjas de edad más jóvenes⁵¹.

Importancia de canales de compra (% volumen) según tipo de alimento en el Estado, 2016



Fuente: Ministerio de Agricultura y pesca, Alimentación y Medio Ambiente (2017)

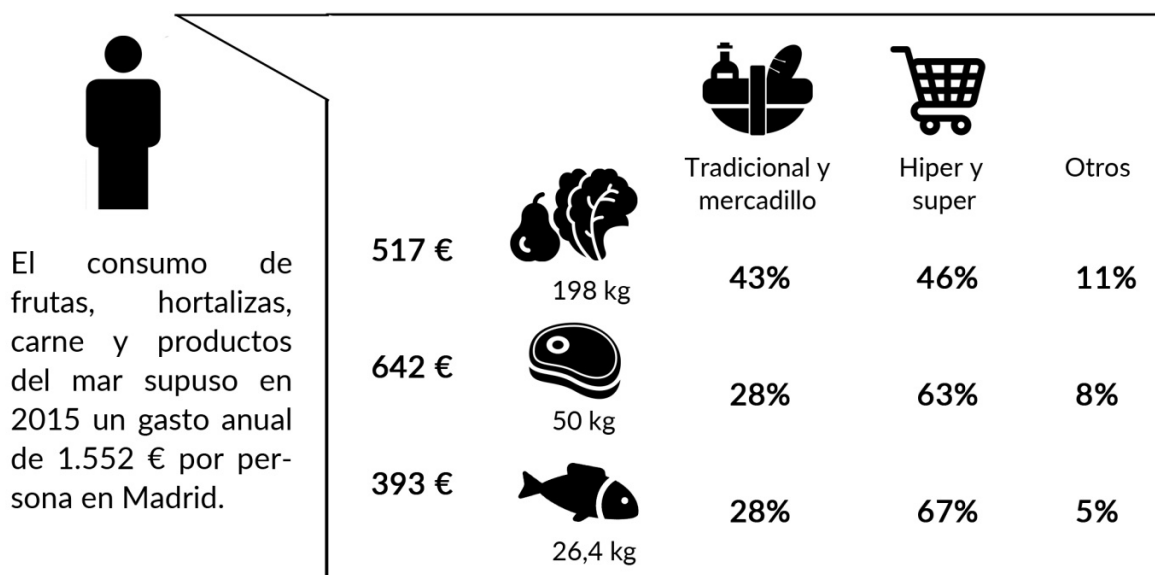
Los principales factores para elegir el lugar de compra de los alimentos son la proximidad del establecimiento, la calidad de los productos y el precio. A estas características, compartidas por más de la mitad de las personas encuestadas, le siguen la variedad de productos y la atención al cliente. Una de cada siete personas destaca las buenas ofertas como factor determinante, un porcentaje que ha ido disminuyendo en los últimos años (en 2005, 1 de cada 5 lo identificaban como uno de los principales motivos de elección).

⁵⁰ Elaboración propia a partir de la explotación del Censo de locales 2016. Ayuntamiento de Madrid

⁵¹ Ministerio de Agricultura y pesca, Alimentación y Medio Ambiente, (2017). Informe del consumo de alimentación en España Año 2016.

Si consideramos el ámbito de la Comunidad de Madrid, solo un tercio de las compras de carne y pescado se realizan en pequeños comercios, un volumen que crece en el caso de la fruta y verdura, que casi iguala al volumen de compra en supermercados e hipermercados.

Consumo y gasto anual per cápita por canales de compra según tipo de alimento



Fuente: Elaboración propia a partir de Barómetro de Economía de la ciudad de Madrid, 2013 (canales de compra) y Ministerio de Agricultura (consumo y precios).

Tejido comercial

En Madrid existen casi 10.000 establecimientos de pequeño comercio, algo más de 2.000 supermercados y casi 150 hipermercados, lo que supone una media de tres establecimientos de pequeño comercio especializado y un establecimiento de gran distribución por cada 1.000 habitantes. Si atendemos a su distribución territorial, al igual que ocurre con la restauración, los distritos de la almendra central son los que albergan mayor número de establecimientos de comercio alimentario. El distrito Centro concentra un pequeño comercio por cada 175 habitantes; Tetuán uno por cada 220; Salamanca uno por cada 209 y Chamberí uno por cada 285. En el arco contrario se sitúan Villa de Vallecas, Vicálvaro, Barajas y Hortaleza, que cuentan con una media de un local por cada 500 habitantes. La situación es similar en relación a supermercados e hipermercados: los distritos con mayor presencia de este tipo de comercios son Centro (un establecimiento por cada 554 residentes) y Salamanca (uno por cada 690), mientras los que menos presentan son Vicálvaro (un establecimiento por cada 4.200 residentes) y Fuencarral-El Pardo (uno por cada 2.000)⁵².

La ciudad cuenta, además, con una red de 46 mercados municipales que están presentes en casi todos los distritos, salvo en Fuencarral-El Pardo, Hortaleza, Barajas y San Blas. En casi la mitad de los mercados municipales se han instalado supermercados como estrategia para

⁵² Elaboración propia a partir de la explotación del Censo de locales 2016. Ayuntamiento de Madrid

reactivar y rehabilitar los espacios⁵³.

Los mercados en la vía pública, que se rigen por la ordenanza de venta ambulante, son otro canal de compra que está presente en 15 de los 21 distritos. Algunos, como Villa de Vallecas, Puente de Vallecas y Carabanchel, cuentan con tres o más mercadillos periódicos. Precisamente los distritos que no tienen mercadillos ambulantes son los de la almendra central, a excepción de Tetuán, que cuenta con el de la Avenida de Asturias, de larga tradición y gran extensión, y Centro que tiene un mercadillo en la Cornisa⁵⁴.

Comercio justo, de productos ecológicos y de proximidad

En la ciudad encontramos 170 establecimientos de comercio minorista que ofertan al menos tres productos de comercio justo, y 105 establecimientos de hostelería que ofertan algún producto de este tipo⁵⁵.

En el capítulo de los espacios de venta de alimentos ecológicos, si bien no se ha realizado una recopilación exhaustiva, y probablemente existan más, la información procedente de distintas fuentes⁵⁶ indica que existen, al menos, 53 establecimientos comerciales de estas características, de los cuales 21 pertenecen a pequeñas cadenas (con 2-4 tiendas repartidas por Madrid). Hay que sumar a ello los puestos especializados en alimentos ecológicos que están presentes en al menos ocho mercados municipales: Cebada, San Miguel, Antón Martín y San Fernando, en el distrito Centro; Maravillas y San Enrique, en Tetuán; Vallehermoso, en Chamberí, y Santa María de la Cabeza, en el distrito de Arganzuela. Estos datos indican que los distritos con más concentración de tiendas de alimentos ecológicos son nuevamente los de la almendra central, y que existe un vacío de esta opción de compra en todo el arco sureste, con excepciones puntuales en Puente de Vallecas (3 establecimientos), Moratalaz (1) o San Blas-Canillejas (1).

En 2017 se han habilitado mercados agroecológicos y de proximidad, de venta directa o de circuito corto, en diversos espacios públicos de los distritos Centro y Fuencarral El Pardo. Otro de los principales canales de comercialización de producto ecológico siguen siendo los grupos y cooperativas de consumo, de los que se calcula que existen en funcionamiento alrededor de 200 en la ciudad. Cabe señalar, además, que la gran distribución suele disponer de secciones específicas y visibiliza los alimentos procedentes del comercio justo, los alimentos ecológicos y los productos locales, como una garantía de valor añadido.

⁵³ Rodríguez, Alejandro (2014) La transformación de los mercados municipales en Madrid. TFM, UPM.

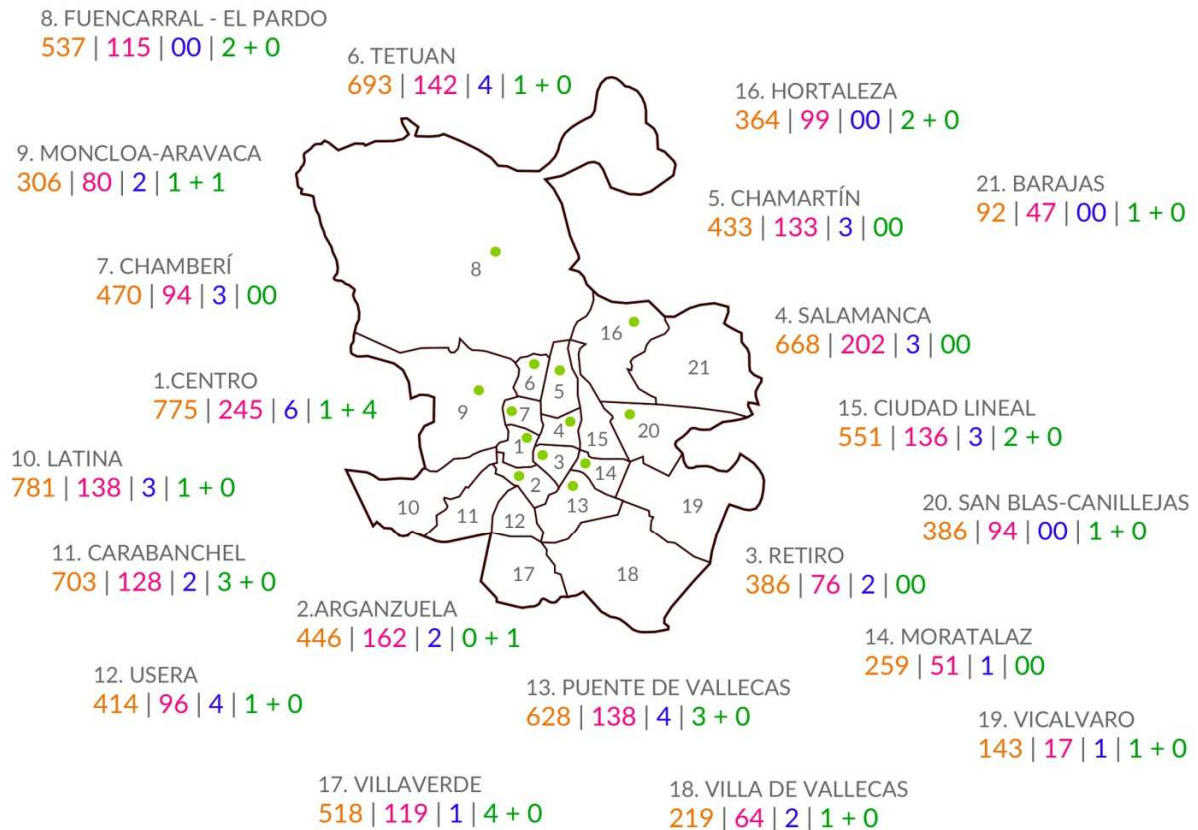
⁵⁴ Ayuntamiento de Madrid. Mercadillos en los distritos

<http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Consumo-y-Comercio/Mercadillos-en-los-distritos?vgnextfmt=default&vgnextoid=3daa9694aa8be210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vgnnextchannel=9d269e242ab26010VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD>

⁵⁵ Informe sobre el cumplimiento de los criterios del programa "Ciudad por el Comercio Justo. Informe diagnóstico 2014-2016" www.madrid.es/comerciojusto

⁵⁶ Datos en fase de recopilación en el marco del proyecto MARES (2017). Revisión de Guía de puntos de venta de alimentos ecológicos de la Comunidad de Madrid (Comunidad de Madrid, 2014).

Tejido comercial por distrito



Pequeño comercio	9.772
Ave, huevo y lácteos	937
Carne	2.486
F y H	2.239
Pescado	811
Pan y pastelería	2.398
Otros	901



Supermercados	2.232
Hipermercados	144



Alimento ecológico	53
--------------------	----



46 mercados municipales
 21 con supermercado
 14 con producto gourmet (distritos 1. Centro, 4. Salamanca y 7. Chamberí)
 8 con producto ecológico (distritos 1. Centro, 7. Chamberí y 6. Tetuán)
 4 con más del 75% de comercio no alimentario.



25 mercados en la vía pública
6 mercados de productor@s:
 3 mercadillos agroecológicos (plaza de los Carros, plaza de Santa Bárbara y Las Tablas)
 2 puestos de productos de proximidad (Puerta de Toledo y San Ildefonso)
 1 mercado de la CM en la Casa de Campo

Fuentes: Censo de locales, 2016. Ayto. de Madrid | Rodríguez, A (2014) La transformación de los mercados municipales en Madrid. TFM, DUyOT, UPM.

2.6. Residuos y desperdicio alimentario



Según datos de FAO, un tercio de los alimentos que se producen para consumo humano, 1.300 millones de toneladas al año, se pierde o desperdicia. Las pérdidas se producen en todas las fases de la cadena: en las cosechas, en el almacenamiento y el transporte, en la comercialización y en la fase de consumo. En lo que respecta a las frutas y hortalizas, el volumen de desperdicio representa el 45% de la producción. Solo en Europa se pierden 29 millones de toneladas de lácteos al año, el 20% de la producción⁵⁷.

De acuerdo a la regla de las 3R, una disminución del desperdicio alimentario contribuiría a reducir residuos, a lo que hay que añadir las estrategias de reutilización y reciclaje de los residuos inevitables. Los restos alimentarios deben entenderse como un recurso, pues son una fuente de nutrientes para el suelo. Por cada 3 kilos de restos orgánicos se puede producir 1 kilo de compost, que a su vez puede fertilizar 1 m² de suelo. La correcta gestión de los residuos orgánicos es, por tanto, una de las formas más claras de cerrar ciclos en proximidad y reduce, además, los impactos ambientales que genera su disposición en vertederos.

¿Cuánto alimento se desperdicia y en qué puntos de la cadena?

Se calcula que en la Unión Europea se producen 87 millones de toneladas anuales de pérdidas y de desperdicio alimentario, una media de 173 kg por persona, incluidos los restos no comestibles. Más de la mitad del desperdicio se produce en el hogar (unos 91 kilos por persona al año, de los cuales 15 son restos de líquidos), seguido del sector de la transformación (22 kg por cada tonelada procesada, un 2%, sin contar los restos destinados a alimentación animal o biocombustibles), la restauración, la producción (el 1% de lo que se produce) y, por último, el comercio minorista⁵⁸.



PRODUCCIÓN
11%

Un 1% de la producción se desperdicia en la recolección, acondicionamiento y manipulación



TRANSFORMACIÓN
19%

se desperdicia en los procesos de la industria agroalimentaria, un 2% del total procesado



DISTRIBUCIÓN
17%

de los productos se desperdician en la venta mayorista, minorista y en la restauración



CONSUMO HOGARES
53%

del total de desperdicio se produce en los hogares, principalmente productos que no llegan a cocinarse

Según datos del Ministerio de Agricultura el desperdicio generado en el consumo doméstico en el Estado español equivale al 4,3% de los alimentos que se compran. En 2016 se desperdiciaron 1.066 millones de kg de productos sin cocinar y 180 millones de alimentos

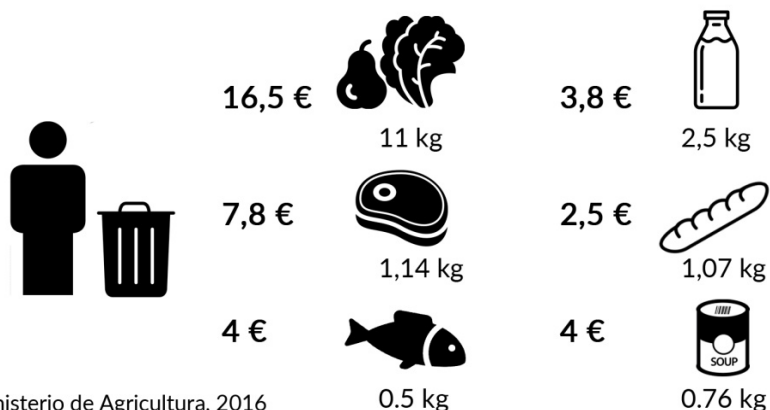
⁵⁷ Pérdida y desperdicio de alimentos, FAO. <http://www.fao.org/food-loss-and-food-waste/es/>

⁵⁸ Stenmarck, Å, et al (2016) Estimates of European food waste levels. European Commission (FP7).

cocinados⁵⁹, un total de 27 kg per cápita anuales.

Aplicando las tasas de desperdicio al consumo de los alimentos en la Comunidad de Madrid, y considerando el precio de los alimentos en la región, podemos concluir que el desperdicio alimentario en el hogar asciende a 21 Kg anuales per cápita, que podrían alcanzar un valor de 52 euros, casi la mitad de lo que se gasta mensualmente en la compra de alimentos y bebidas. El mayor volumen de desperdicio corresponde a las frutas y hortalizas (alrededor de 11 kg, unos 17 € anuales); 1,14 kg de carne (alrededor de 7,81 €); 0,5 kg de pescado y marisco (unos 4€), 2,5 litros de leche y lácteos (unos 3,81€), alrededor de 1 kg de pan (2,47€).⁶⁰

El desperdicio anual en hogares madrileños de alimentos y bebidas es de unos **21 kg** por persona. Los que supone un coste de alrededor de **52€ anuales**, la mitad del gasto mensual en alimentos y bebidas.



Fuente: Elaboración propia a partir de Ministerio de Agricultura, 2016

El valor de nuestros restos orgánicos

En la ciudad de Madrid se generan anualmente 1,2 millones de toneladas de residuos, de los que un 25,6% son restos orgánicos y un 6% residuos de jardín. Todo ello representa una media diaria de residuos de 0,34 kg por habitante. Tomando como referencia la relación de 3 toneladas de residuos para 1 de compost, y la necesidad de 10 toneladas de compost por hectárea⁶¹, solo con los restos orgánicos y de jardín del municipio se podrían producir 130.377 toneladas de compost, suficientes para fertilizar 13.037 ha, es decir la mitad de las casi 26.000 ha de suelo de regadío existentes en la Comunidad de Madrid. Para cerrar el ciclo metabólico, relocalizar el sistema alimentario debería ir en paralelo a devolver a los suelos de cultivos, la materia orgánica y los nutrientes de los restos orgánicos, a través del agrocompostaje. Sin embargo en la actualidad solo se compostan el 3% de los restos orgánicos de la ciudad⁶².

⁵⁹ Informe del consumo alimentario en España, 2016. Ministerio de Agricultura.

⁶⁰ Elaboración propia a partir de datos del Informe del consumo alimentario en España, 2016 (Ministerio de Agricultura, 2017), y de la Base de datos de consumo en hogares (Ministerio de Agricultura).

⁶¹ Riechmann, Jorge; (2003) Cuidar la T(tierra): políticas agrarias y alimentarias sostenibles para entrar en el siglo XXI. Icaria.

⁶² Simón Rojo, M y Duží, B. 2017. Connecting Local Food and Organic Waste Management Systems: Closing Nutrient Loops in the City of Madrid. En Frankova et al. Socio-Metabolic Perspectives on the Sustainability of Local Food Systems. Pp: 351-376



La tasa anual de generación de residuos per cápita es de **385 kg/hab/año**, de los cuales **98,6 kg** son restos orgánicos (0,27 kg al día).

Fuente: Valdemíngomez 2014 munimadrid.es

En la planta de Valdemíngomez se produjeron **14.462 ton** de compost en 2014.

Sumando los restos orgánicos y los de jardín, y considerando que para generar un compost de calidad la proporción es de 3 a 1, se podrían conseguir **130.377 ton** de compost, que servirían para fertilizar unas **13.040 ha**, lo que supone la mitad del suelo de regadío de la región.



Fuentes:

Valdemíngomez 2014 munimadrid.es | Elaboración propia a partir de Riechmann (2003) y munimadrid.es

II. INICIATIVAS DE REFERENCIA

1. Gobernanza



Consejos alimentarios

Localización: Diversas ciudades

Ámbito: Municipal

Fecha de comienzo: años 90

Agentes: Gobierno local, sector privado, sociedad civil, universidad, ONG

Relación con otros ejes: 2 | 3 | 5 | 6

Los consejos alimentarios son espacios de participación estructurados en torno a la alimentación. Aunque en general son espacios de encuentro entre el sector público y los agentes económicos y sociales orientados a revisar, informar, coordinar y proponer políticas públicas, en algunos casos funcionan como espacios de coordinación y desarrollo de proyectos por parte de los agentes sociales. En Norteamérica existen más de 263 consejos alimentarios. En el Reino Unido están presentes en unas 44 ciudades (Moragues, 2016).

Food Policy Milano (política alimentaria)

Localización: Milán (Italia)

Ámbito: Municipal

Fecha de comienzo: 2014

Agentes: Gobierno local, sector privado, sociedad civil, universidad, ONG

Relación con otros ejes: 2 | 3 | 5 | 6

Enlace: www.foodpolicymilano.org



La elaboración de una política alimentaria para la Ciudad de Milán, que nace del acuerdo firmado entre el Ayuntamiento de Milán y la Fundación Cariplo, se estructuró en cuatro etapas: el análisis del sistema alimentario de Milán y sus agentes; la elaboración de los objetivos de la política a través de un proceso de consulta pública; la adopción de una política alimentaria y la propuesta de proyectos piloto. El proceso involucró a organizaciones de la sociedad civil, distritos, empresas, start-ups, comunidades extranjeras y personas expertas procedentes del ámbito académico y de la investigación.

Baltimore Food Policy Initiative – BFBI (política alimentaria)

Localización: Baltimore (Estados Unidos)

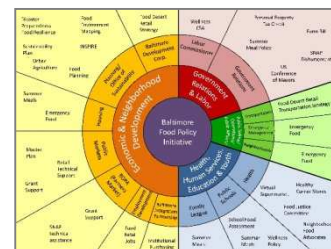
Ámbito: Municipal

Fecha de comienzo: 2010

Agentes: Gobierno local, sector privado, universidad, ONG

Relación con otros ejes: 2 | 3

Enlace: baltimoresustainability.org/projects/baltimore-food-policy-initiative



El BFPI es fruto de la colaboración entre el Departamento de Planificación, la Oficina de Sostenibilidad, el Departamento de Salud de la ciudad de Baltimore y Baltimore Development Corporation. Cinco personas contratadas por el Ayuntamiento de la ciudad impulsan este programa, que incluye campañas de sensibilización y comunicación sobre el acceso a la alimentación y los desiertos alimentarios de la ciudad, más de diez planes alimentarios urbanos, un plan de agricultura urbana, un programa de cesión de tierras, medidas fiscales y acciones de incidencia política a escala supramunicipal, estatal y federal.

Sustainable Food Cities (red)

Localización: Reino Unido

Ámbito: Estatal

Fecha de comienzo: 2011

Agentes: Gobierno local, sector privado, universidad, ONG

Relación con otros ejes: 2 | 3 | 4 | 5 | 6

Enlace: sustainablefoodcities.org



Se trata de una “red de redes” que acoge numerosas asociaciones intersectoriales comprometidas con la transformación del sistema y la cultura alimentaria en su ámbito territorial. Forman parte de esta red 48 ciudades que comparten desafíos, buscan soluciones y desarrollan buenas prácticas en aspectos clave para la alimentación. Su actividad se estructura en tres pilares fundamentales: el establecimiento de una asociación intersectorial efectiva; la incorporación de políticas alimentarias saludables, socialmente justas y sostenibles y la elaboración y aplicación de una estrategia alimentaria y de un plan de acción.

FOODMETRES- Food Planning and Innovation for Sustainable Metropolitan Regions

Localización: Regiones metropolitanas de Londres, Berlín, Ljubljana, Nairobi, Rotterdam y Milán

Ámbito: Internacional

Fecha de comienzo: 2012. Duración: 3 años

Agentes: Gobierno local, universidad, sector privado, PYME, ONG

Relación con otros ejes: 2 | 4 | 5 | 6

Enlace: foodmetres.eu | foodmetres-kp.eu



El objetivo de FOODMETRES Project fue desarrollar herramientas para integrar el enfoque espacial en la planificación alimentaria y la innovación para el desarrollo de regiones metropolitanas más sostenibles. Se planteó como herramienta de evaluación de impactos ambientales y sociales, definición de escenarios e identificación de oportunidades de innovación en la cadena alimentaria, fomentando las cadenas cortas.

El proyecto, financiado por la Unión Europea, involucró a 17 instituciones académicas y a una amplia variedad de actores en las regiones metropolitanas (productores, organizaciones civiles relacionadas con la alimentación e instituciones gubernamentales).

En el Estado, varias ciudades han definido estrategias alimentarias urbanas desarrolladas mediante talleres y dinámicas participativas. Es el caso de la **Estrategia Agroalimentaria de Vitoria - Gasteiz** (vitoria-gasteiz.org), impulsada por la iniciativa social en un proceso que se inició en 2012; la **Estrategia de Impulso de la Política Alimentaria 2016-2019** del Ayuntamiento de Barcelona, elaborada a lo largo de 2015-16 (ajuntament.barcelona.cat/omic/es/actualidad/estrategia-de-impulso-de-la-politica-alimentaria-2016-2019). Otras ciudades, como Valencia, Valladolid y Córdoba, están elaborando sus estrategias en aplicación de los compromisos adquiridos con la firma del Pacto de Políticas Urbanas Alimentarias de Milán.

También se están instituyendo espacios de gobernanza. Valencia ha sido la primera ciudad en constituir un **Consejo Alimentario Municipal - Consell Alimentari Municipal** (valencia.es).

2. Dietas sostenibles y saludables



Alimentación saludable y de producción ecológica en los comedores escolares de Asturias

Localización: Asturias

Ámbito: Autonómico

Fecha de comienzo: 2009

Agentes: Gobierno autonómico (distintas Consejerías), centros escolares, centros de salud

Relación con otros ejes: 1 | 3

Enlace: asturias.es/portal/site/astursalud



Programa de las Consejerías de Educación y Cultura, Sanidad y Medio Rural y Pesca como respuesta a un estudio nutricional de los menús escolares en el que se concluía que ningún colegio cumplía todas las recomendaciones del programa NAOS (de escala estatal) y solo un tercio alcanzaba a cumplir la mitad de las mismas. Los 40 colegios participantes en 2016 se suman voluntariamente con el fin de mejorar el equilibrio nutricional de los menús (aumentando el consumo de legumbres, hortalizas y fruta, y reduciendo el consumo de carne) y de introducir alimentos ecológicos. Se desarrollan acciones informativas, formativas, de asesoramiento y sensibilización que involucran a todos los “agentes de salud” (alumnado, profesorado, personal de cocina-comedor, familias..) y del ámbito socio-sanitario de proximidad. Se han elaborado materiales de apoyo, como pliegos marco de contratación y recetarios adaptados a escuelas infantiles y de primaria. El programa tiene cuatro objetivos generales: fomentar una alimentación saludable y equilibrada; promover la educación alimentaria y ambiental; desarrollar el sector hortofrutícola ecológico y reducir el consumo de energías fósiles y la degradación de los ecosistemas.

Centros comunitarios de alimentación (Community Food Centres)

Localización: Distintas ciudades, Canadá

Ámbito: Local

Fecha de comienzo: 2011

Agentes: organizaciones comunitarias

Relación con otros ejes: 1 | 3 | 4 | 5

Enlace: cfccanada.ca/ .



Son espacios comunitarios en los que se cultiva, se cocina, se come y se ejerce un acceso a la alimentación de calidad digno. Se organizan en tres líneas de acción fundamentales: el acceso a la alimentación, con comidas comunitarias, banco de alimentos saludables, mercados asequibles y hornos de panadería propios; la capacitación en alimentación saludable, a través de huertos y cocinas comunitarios, y programas de actividades infantiles; y la educación y participación, con una oficina de asesoramiento, acción comunitaria y campañas.

Campaña "Agarra dato, come sano y actívate"

Localización: Venezuela

Ámbito: Distrito Capital

Fecha de comienzo: 2014

Agentes: Gobierno nacional, universidad y organizaciones comunitarias.

Relación con otros ejes: 1 | 3

Enlace: www.inn.gob.ve/innw/?p=8239



La campaña nace de la colaboración entre el Instituto Nacional de Nutrición (INN) y el Ministerio del Poder Popular para la Juventud y el Deporte (Mindeporte) con el objetivo de generar estilos de vida más saludables en la población venezolana. Desde el INN se promueve la alimentación 4S (Sana, Segura, Sabrosa y Soberana) y desde Mindeporte se impulsa la actividad física. La campaña incluye la formación y capacitación de 450 promotoras/es pertenecientes a comunidades organizadas en distintos espacios donde se llevan a cabo actividades físicas. Se desarrolla de forma paralela a otros programas como Nutripunto (espacios abiertos ubicados en plazas y parroquias en todo el país, en los que un grupo de especialistas realiza una evaluación nutricional, diagnóstico y orientación acerca del "buen comer para vivir bien" de los miembros de la comunidad), cocina itinerante y la implementación de 50 quioscos de alimentos saludables.

Health Bucks & Stellar Farmers' market

Localización: Nueva York (Estados Unidos)

Ámbito: Municipal

Fecha de comienzo: 2009

Agentes: Gobierno local y ONG.

Relación con otros ejes: 3 | 4

Enlace: www.nycfoodpolicy.org



Stellar Farmers' Markets es un programa bilingüe de educación nutricional y demostración culinaria que se realiza en mercados de agricultores de la ciudad de Nueva York. El objetivo del programa es informar acerca de hábitos alimentarios saludables e incrementar el consumo de frutas y verduras a través de charlas y la preparación de menús saludables empleando productos frescos y de temporada. Las personas que participan reciben un Health Bucks (cupones de dos dólares para la compra de frutas y verduras frescas en los mercados de agricultores). Por otro lado, SNAP, un programa independiente del que se benefician las personas pertenecientes al programa de asistencia de nutrición suplementaria, se ha vinculado también con los Health Bucks: por cada 5\$ de los cupones del programa SNAP gastado en los mercados de agricultores, las personas beneficiarias reciben un Health Buck de 2\$ para gastar en productos del mercado, aumentando un 40% su capacidad adquisitiva.

Restaurante cooperativo en Caen “Sauvages sur un plateau”

Localización: Caen (Francia)

Ámbito: Municipal

Fecha de comienzo 2014

Agentes: Gobierno local, organizaciones comunitarias, cocineros profesionales y sociedad civil.

Relación con otros ejes: **1 | 3 | 4 | 5**

Enlace: <https://www.bandedesauvages.org/restaurant-cooperatif>.



En mayo 2014, la asociación “Bande de Sauvages” puso en marcha un snack-bar móvil en caravana, para ofrecer a precio libre comida preparada con productos ecológicos y locales en eventos públicos en la ciudad de Caen. Lo han convertido en un café, abierto a personas vulnerables y socialmente excluidas. Desarrollan sus actividades (incluidos talleres, cocinas populares, eventos y fiestas) desde los principios de “hacer” juntos, creando vínculos sociales y promoviendo a través la alimentación valores de protección de la salud y del medio ambiente.

Gante Cuenta. Intervención comunitaria para mejora de dieta de población vulnerable

Localización: Gante (Bélgica)

Ámbito: Municipal

Fecha de comienzo

Agentes: Gobierno local, organizaciones comunitarias, comunidad escolar y sanitaria y sociedad civil.

Relación con otros ejes: **1 | 3 | 4 | 5**

Enlace: www.gentgezondestad.be, www.vwgc.be.

Gante cuenta con una gran experiencia en promoción sanitaria y, especialmente, en dietas saludables. Sus políticas públicas se centran en las personas vulnerables y socialmente excluidas debido a que éstas se suelen encontrar al margen de las campañas de concienciación. Los programas se realizan desde el trabajo conjunto del Consejo de Salud – City Health Council – y de la Red de Promoción de Salud – Ghent Health Promotion Network –, incluyendo a agentes como los centros de salud comunitarios, las escuelas y la sociedad civil en función del programa a desarrollar. Promueven el conocimiento de dietas saludables mediante catas de alimentos, ejercicios en supermercados, grupos de discusión, talleres y demostraciones de cocina saludable con comida de bajo coste, etc. Además, realizan campañas de comunicación, facilitan el acceso de comida saludable mediante la inclusión de frutas y verduras en los bancos de alimentos, el establecimiento de tiendas de alimentos y restaurantes sociales en las comunidades y la conexión de éstas con actividades de agricultura urbana para fomentar el cultivo de alimentos.

También encontramos experiencias de interés en otras ciudades: campañas de promoción de una alimentación más sostenible como **London’s Cage Free Capital** (sustainweb.org/londonfoodlink/cage-free-capital), que fomenta el consumo de huevos de gallinas en libertad mediante la firma de un compromiso por parte de instituciones y empresas o mecanismos de difusión y actividades culturales como el festival de cine **Food for Real** (foodforreal.co.uk), organizado en Liverpool, que indaga acerca de los impactos de los alimentos que se cultivan, consumen y desperdician en la ciudad.

3. Equidad social y económica



Compra pública: alimentos ecológicos y de proximidad en capitales europeas

Localización: Viena /Copenhague / París

Ámbito: Municipal

Fecha de comienzo: 1999 | 1990 | 2015

Agentes: Gobiernos locales.

Relación con otros ejes: 1 | 2 | 4 | 6

Enlaces: foodlinkscommunity.net | www.paris.fr/actualites/un-plan-alimentation-durable-pour-paris-2705

En 1999 la ciudad de Viena promovió el programa de compra pública ÖkoKauf Wien como parte de sus acciones de protección contra el cambio climático. Los criterios de compra son obligatorios para todos los contratos públicos (hospitales, escuelas infantiles, colegios, residencias, etc.). Todos ellos deben destinar al menos el 30% del presupuesto a la compra de productos ecológicos, libres de organismos modificados genéticamente - OMG, de comercio justo o de venta directa. El programa alcanza un volumen de alrededor de 100.000 comidas diarias.

En Copenhague, 80 cocinas de gestión municipal directa sirven cerca de 60.000 menús diarios destinados a centros escolares, instalaciones deportivas, residencias y otros espacios municipales. En 2016 consumieron un 88% de alimento ecológico. Para mantener el presupuesto se han modificado los menús y la forma de compra, aumentando los productos de temporada, eliminando precocinados y preparados, aumentando el aprovechamiento y el cocinado racional.

París cuenta con un Plan de Alimentación Sostenible con el objetivo de que el 50% de la restauración colectiva municipal (30 millones de comidas al año, de las cuales el 70% se sirve en centros educativos) se base en alimentos sostenibles. Los menús se deben basar en alimentos libres de OMG y de aceite de palma, huevos de gallinas en libertad, pesca sostenible, disminución en un 20% de productos cárnicos, un menú vegetariano semanal, incremento de productos locales y de temporada, etc.

Contratación pública: catering con entidades de economía social

Localización: Cantabria

Ámbito: Autonómico

Fecha de comienzo: 2011

Agentes: Gobierno autonómico, ONG y sector privado.

Relación con otros ejes: 2

Enlace: depersonascocinandoconsentido.es



La iniciativa *De personas cocinando con sentido* ofrece un catering saludable con alimentos ecológicos y de proximidad y sirve más de 1.000 comidas diarias en centros escolares y residencias de Cantabria. El proyecto emplea a ocho personas con discapacidad física y ocho con discapacidad intelectual. La empresa social está constituida por la Asociación Cántabra en Favor de las Personas con Discapacidad Intelectual (AMPROS) y Deluz (grupo de restauración que asesora en el diseño de menús, contacto con proveedores, etc.). Las cocinas se encuentran

en unas instalaciones cedidas por el Ayuntamiento de Santander. Además, la empresa revierte sus beneficios generando otros proyectos empresariales o en proyectos sociales de la AMPROS.

Restaurantes populares en Belo Horizonte

Localización: Belo Horizonte (Brasil)

Ámbito: Municipal

Fecha de comienzo: 1993

Agentes: Gobierno local.

Relación con otros ejes: 2

Enlace: portalpbh.pbh.gov.br/pbh/ecp/comunidade.do?app=abastecimento&idConteudo=198395



Los restaurantes populares constituyen una importante acción estratégica de la política municipal de seguridad alimentaria y nutricional de Belo Horizonte para la mejora de la calidad de vida y el combate del hambre. En estos restaurantes, que cuentan con un equipo de nutricionistas que garantizan la preparación de menús nutricionalmente equilibrados, se distribuyen un promedio de 10.600 comidas al día. Las personas beneficiarias del programa Bolsa Familia tienen un 50% de descuento en el precio de los menús, que son gratuitos para las personas sin hogar.

Association nationale de développement des épiceries solidaires (ANDES)

Localización: Rungis, Perpignan, Marseille, Lille, Verneuil/Avre (Francia)

Ámbito: Regional

Fecha de comienzo: 2008

Agentes: ONG

Relación con otros ejes: 2 | 6

Enlace: www.epiceries-solidaires.org



Las tiendas sociales y solidarias son establecimientos de pequeño comercio en los que se pueden adquirir alimentos a un 10% o 20% de su precio habitual en el mercado. Surgen como alternativa a la asistencia alimentaria, permitiendo una adquisición de alimentos más digna. En estos espacios se organizan lecciones de cocina, actividades infantiles, apoyo a la integración laboral, etc. Existen 500 tiendas de este tipo en Francia, en las que compran alrededor de 150.000 personas cada año.

Para asegurar la disponibilidad de alimentos frescos se han desarrollado en paralelo programas de inserción laboral para la recogida y distribución de frutas y verduras sobrantes de los mercados mayoristas. En París hay 20 personas empleadas en este proyecto, 17 en Perpignan y 12 en Marsella. También se ha comenzado a trabajar en un proyecto de producción de alimentos en la Baja Normandía.

Cracking good food

Localización: Manchester (Inglaterra)

Ámbito:

Fecha de comienzo: 2010

Agentes: sector privado, ONG y organizaciones comunitarias

Relación con otros ejes: 2 | 6

Enlace: www.crackinggoodfood.org



Empresa social cuyo objetivo es el fomento de habilidades culinarias en comunidades locales como parte de una campaña de promoción de alimentos asequibles, sostenibles y saludables. Organizan clases, talleres, cursos, demostraciones culinarias en festivales, eventos al aire libre o conferencias con alimentos saludables y de temporada en colaboración con organizaciones locales y grupos comunitarios (casi 100 en 6 años) o con el público general. Prestan especial atención a la reducción del desperdicio de alimentos, por lo cual utilizan productos redistribuidos a través de la red Fareshare North West.

Existen otros proyectos de acceso a la alimentación, como las cocinas y comedores comunitarios en Atenas promovidos por el Ayuntamiento, ONGD y la ciudadanía y en las que se cocina y se comen productos sostenibles en comunidad promoviendo la gastronomía griega y apoyando a los productores locales. En el Estado español redes de solidaridad popular, centros sociales, asociaciones vecinales y parroquias organizan también despensas solidarias.

Existen, asimismo, proyectos de inserción laboral y autoempleo en el ámbito agroalimentario, como la producción ecológica de la asamblea de parados del barrio de Casería de Montijo en Granada, o proyectos de transformación y catering como el de la Asociación Desarrollo Comunitario del barrio de Buenos Aires, en Salamanca. En Terrassa, el restaurante del tiempo La Trobada ofrece la posibilidad de comer durante la semana a cambio de un día trabajo.

Los huertos urbanos De Site en Gante, permite que las vecinas y vecinos puedan alquilar estos huertos, situados en barrios vulnerables, mediante el pago a través de la moneda alternativa Toreke, en las que voluntarios junto con una ONG cultivan y venden verduras a precio reducido en diferentes proyectos socioeconómicos.

4. Producción y transformación



Política agroecológica y alimentaria a escala metropolitana (Montpellier)

Localización: Montpellier Méditerranée Métropole (Francia)

Ámbito: Intermunicipal

Fecha de comienzo: 2015

Agentes: Gobiernos locales.

Relación con otros ejes: 2.

Enlace: montpellier3m.fr/vivre-environnement/agro%C3%A9cologie-alimentation

El área metropolitana de Montpellier (Montpellier Méditerranée Métropole), que incluye 31 municipios, ha desarrollado su política agroalimentaria con la participación de los 31 municipios que la componen y los agentes agropecuarios. Se han establecido una serie de compromisos y acciones a fin de promover la producción alimentaria, como la movilización de 14 hectáreas de tierras agrícolas para proyectos agroecológicos; la movilización de la conexión de productores y consumidores; el impulso del aprovisionamiento local en particular en la restauración colectiva, la promoción de diversidad de productos locales con actividades agrícolas y vinícolas, etc.

Fomento de canales cortos desde los parques agrícolas

Localización: Prato (Italia)

Ámbito: Municipal

Fecha de comienzo: 2009

Agentes: Gobierno local, gobierno provincial, sector privado.

Relación con otros ejes: 3.

Enlace: granprato.wordpress.com/ | parcoagricoloprato.org/ | mercatoterradiprato.it/



En el Parque Agrícola de Prato se desarrolla el proyecto Gran Prato, cuyo objetivo es el cierre local del sistema de transformación del grano. Se ha coordinado la producción en proximidad con el resto de agentes y espacios de transformación y distribución: molinos, obradores, hornos de pan, pastelerías y pequeño comercio del municipio. Los productos finales (harina distintos tipos de pan, dulces...), también están a la venta en el mercado de productores Terra di Prato, que se celebra quincenalmente. En el marco de este proyecto se están recuperando variedades de cereales (espelta, maíz, mijo...) y sistemas tradicionales de elaboración del pan.

Fomento de la agricultura ecológica - Eau de Paris

Localización: Vallées de la Vanne (Francia)

Ámbito: Regional

Fecha de comienzo: 2008

Agentes: Empresa pública

Relación con otros ejes: -

Enlace: www.eaudeparis.fr



Eau de Paris, la empresa pública encargada de la producción y distribución de agua, desarrolla

acciones de apoyo a los agricultores en su implementación de métodos ecológicos para frenar el uso de pesticidas y fertilizantes que contaminan el agua. En Vallées de la Vanne, Eau de Paris promueve el mantenimiento y el desarrollo de la agricultura ecológica a través de diferentes acciones: apoyo técnico a agricultores que ya han instalado o que quieren desarrollar la agricultura ecológica; herramientas agronómicas y económicas, y el apoyo a la estructuración de canales locales. Además, adquirió 100 hectáreas de tierra agrícola ofreciendo su uso a agricultores ecológicos o que deseen iniciar una conversión en la forma de un arrendamiento agrícola ambiental. La compañía desarrolla proyectos similares en otras regiones, como Voulzie y Vigne.

Toronto Food Business Incubator (TFBI)

Localización: Toronto (Canadá)

Ámbito: Metropolitano

Fecha de comienzo: 2007

Agentes: Gobiernos municipales, sector privado

Relación con otros ejes: 5

Enlace: toronto.ca/311/knowledgebase/19/101000039319.html | foodstarter.ca



El Ayuntamiento de Toronto apoyó la formación del TFBI, organismo sin ánimo de lucro creado para fomentar la creación de microempresas alimentarias, facilitándoles espacios con las instalaciones adecuadas, así como apoyo técnico, mediante la formación empresarial y en seguridad alimentaria. En una primera fase, se crearon 11 empresas que se ubicaron en un espacio rehabilitado, y se apoyó la creación de otras 45. Posteriormente se abrió una planta alimentaria de mayor capacidad, un espacio de 1.858 m², con cuatro cocinas industriales y un laboratorio de panadería.

Foodhubs en Bruselas

Localización: Bruselas (Bélgica)

Ámbito: Municipal

Fecha de comienzo: 2010

Agentes: Gobierno municipal, agentes privados

Relación con otros ejes: 5

Enlace: abattoir.be | canal.brussels/fr/content/byrrh-demain-pole-dactivites-economiques-et-creche-0
| canal.brussels/fr/content/newton-nouveau-parc-pme-public-anderlecht



En el marco del Plan del Canal de Bruselas se regeneraron espacios industriales, relocalizando y revitalizando actividades económicas y rehabilitando o construyendo instalaciones y espacios de producción y transformación. La industria alimentaria sostenible es uno de los sectores con más presencia en los planes de revitalización de estas áreas. En el matadero de Cureghem se conformó un Food Hub con espacios de venta, almacenamiento y transformación de carne y producto hortícola, así como una granja urbana. La antigua fábrica Byrrh, en el distrito de Laeken, se rehabilitó como polo de actividades económicas urbanas. Enfocado especialmente a actividades relacionadas con alimentación ecológica, acoge equipamientos municipales, espacios semindustriales, oficinas y talleres. También se impulsó un espacio de nueva construcción, el centro para pymes Espace PME Paepsem, en el distrito de Anderlecht, en el

que uno de los principales sectores de actividad es, asimismo, el procesamiento alimentario.

La agricultura urbana está presente en el tejido urbano de muchas ciudades, no solo en forma de huertos urbanos, sino también de granjas urbanas en las que se crían animales y se realizan actividades de educación ambiental (en Londres hay más de 14, agrupadas en una federación estatal: <https://www.farmgarden.org.uk/your-area/london>), de apicultura urbana, de viñedos urbanos (en Tesalónica, Grecia, el Ayuntamiento cultiva y embotella vino de diversas variedades locales que se utiliza en comedores públicos y se vende para recaudar fondos con fines sociales).

Otra forma de visibilizar la producción de alimentos en la ciudad es la definición de corredores comestibles en espacios públicos, en los que es posible recolectar frutos y bayas. Distintos colectivos han elaborado mapas y realizan actividades en ciudades como Cambridge (<http://www.transitioncambridge.org/>) o Londres (<http://www.urbanharvest.org.uk/>). Varias ciudades de los Países Bajos están desarrollando normativas e instrumentos para regular estas actividades aportando formación e información sobre temporadas, formas de cosecha, cantidad permitida y creando un registro de “recolectores” (<http://www.ruaf.org/governance-challenges-development-public-green-areas-edible-landscapes>).

En España, ciudades como Zaragoza o Rivas-Vaciamadrid cuentan con bancos de tierra municipales que arriendan para el desarrollo de proyectos de agricultura ecológica.

5. Abastecimiento y distribución



Tira de contar

Localización: Valencia

Ámbito: Provincial

Fecha de comienzo: Siglo XII

Agentes: Gobierno local, productores

Relación con otros ejes: 1 | 4

Enlace: mercavalencia.es/tira-de-contar



Tira de Contar es el derecho histórico a la venta directa de los agricultores valencianos, un sistema que se remonta al siglo XII, y que garantizaba el suministro de productos frescos de la huerta a la ciudad. El Ayuntamiento de Valencia ha renovado las instalaciones de Tira de Contar en Mercavalencia, dentro de una política de mejora en los mercados municipales y de la promoción de la Huerta de Valencia como un espacio generador de empleo. A Tira de Contar acuden una media diaria de 300 agricultores de la huerta de Valencia y comarcas aledañas, de las cuales el 40% son mujeres, donde comercializan sus productos directamente hacia el canal HORECA, el pequeño comercio y asociaciones que dan servicio a personas en situación de vulnerabilidad situados en la ciudad de Valencia y localidades próximas, lo que les permite vender productos frescos y de proximidad a precios asequibles.

Ecocentral

Localización: Barcelona

Ámbito: Provincia de Barcelona

Fecha de comienzo: 2006

Agentes: Sector privado

Relación con otros ejes: 3 | 4

Enlace: ecocentral.cat



Ecocentral comenzó conectando a los pequeños productores de agricultura ecológica con consumidores finales. Desde 2011 presta servicio a 21 comedores escolares de Barcelona y alrededores que sirven 7.000 menús diarios. Funciona como central de compras para colectividades, ofreciendo producto ecológico de proximidad a precios asequibles, y servicios de logística y almacenaje de productos de caducidad extendida. Ecocentral realiza precontratos comerciales con los agricultores con programación de cultivos para asegurar el abastecimiento, generando una mayor estabilidad y seguridad a los productores con respecto a su producción.

Logística urbana sostenible

Localización: París (Francia)

Ámbito: Metropolitano

Fecha de comienzo: 2013

Agentes: Gobierno local

Relación con otros ejes: -

Enlace: api-site-cdn.paris.fr/images/91403 | sogaris.fr/en/logistics-centre/paris-18eme-chapelle-international

El Ayuntamiento de París promovió en 2013 la Carta de logística urbana sostenible, a la que se han adherido 86 entidades públicas y privadas. Apuesta por una mayor multimodalidad (fomento del transporte ferroviario, fluvial...), y el desarrollo de medidas innovadoras, como la descentralización logística en distritos. Se concreta en 16 acciones en cuya ejecución colaboran las entidades firmantes, entre ellas, la reducción del 50% de las emisiones producidas en el último kilómetro.

Terrae Eco km0

Localización: Extremadura, Castilla-León, Castilla La Mancha, Madrid y Cantabria.

Ámbito: Intermunicipal

Fecha de comienzo: 2013

Agentes: Gobiernos locales

Relación con otros ejes: 1 | 2 | 3 | 4

Enlace: tierrasagroecologicas.es



TERRAE es una asociación de municipios que apoyan el emprendimiento en agroecología, facilitando el acceso a la tierra y la mediación entre propietarios privados, empresarios de restauración y comercios con iniciativas agroecológicas. Con el proyecto TERRAE eco KMO se materializan contratos entre alumnos en prácticas de producción agroecológica y espacios de comercialización y restauración, que reciben una garantía de suministro bajo la tutela de la red. La “certificación ecológica” se construye de forma colaborativa, en base a la confianza, a través de acuerdos privados que los Ayuntamientos de la Red avalan en sus municipios.

Green Food Businesses Label

Localización: Tel - Aviv (Israel)

Ámbito: Municipal

Fecha de comienzo: 2015

Agentes: Gobierno local, gobierno estatal, agentes privados

Relación con otros ejes: 2 | 6

Enlace: tel-aviv.gov.il/Business/GreenBusiness/Pages/GreenBadge.aspx
nycfoodpolicy.org/tel-aviv-green-label-restaurants-bars-cafes



Green Food Businesses Label es una “etiqueta” creada por el Ayuntamiento de Tel Aviv, en asociación con el Ministerio de Protección Ambiental y el Instituto de Estándares de Israel, para restaurantes, bares y cafeterías. Los negocios participantes se comprometen con un código de conducta respecto al consumo de energía, agua, compra sostenible, gestión de suministros y

residuos, compromiso con la comunidad y con la publicidad ambiental. El Ayuntamiento apoya con recursos, información y capacitación. Sus objetivos son el apoyo en la adopción de prácticas respetuosas con el medio ambiente, la promoción de alimentos de origen local y ecológico, la prevención del desperdicio y la reducción de las huellas ecológica e hídrica. Se proporcionan recursos a pequeñas y medianas empresas para establecer prácticas rentables y sostenibles en el suministro de alimentos.

Otras ciudades apoyan al pequeño comercio comprometido con el producto local, justo y ecológico, con sellos, guías, mapas y premios, como la guía que recoge más de 200 negocios en Lyon (lyon.fr/page/economie/economie-sociale-et-solidaire/le-label-lyon-ville-equitable-et-durable.html); el mapa de comercio y restauración Plymouth's Good Food Map, o los premios para productos regionales en Belfast (Our Food, so Good), y a alternativas saludables de Birmingham (Healthy Choice Awards).

Muchas ciudades del mundo promueven los mercados campesinos y de venta directa, como London Farmers Markets, que agrupa a unos 200 productores que venden sus productos en 20 mercados semanales en la ciudad (lfm.org.uk), o los Mercats de Pagès, que se celebran en la comarca del Baix Llobregat (turisme.elbaixllobregat.cat/es/mercats-de-pages).

Otras formas de comercialización a través de circuitos cortos son los grupos de consumo y las tiendas cooperativas vinculadas a la Economía Social y Solidaria (ESS). En estas últimas, además la adquisición de productos locales, (agro)ecológicos, artesanos, y de comercio justo, se realizan actividades de formación y sensibilización. Otras ofrecen servicios de la ESS como banca ética, seguros, servicios técnicos, etc. Ejemplos en nuestra geografía son Landare en Pamplona (landare.org) y Bioalai en Vitoria-Gasteiz (bioalai.org), en las que participan miles de familias, o Árbore en Vigo (arbore.org), El Encinar en Granada (asociacionelencinar.org) o La Tejedora en Córdoba (latejedora.org).

6. Residuos y desperdicio alimentario



FoodSave

Localización: Londres (Inglaterra)

Ámbito: Municipal

Fecha de comienzo: 2013

Agentes: ONG, gobierno local, sector privado (pequeño y mediano negocio alimentario)

Relación con otros ejes: 2

Enlace: foodsaver.org



Iniciativa de apoyo al pequeño y mediano comercio y restauración para reducir el desperdicio, utilizar los excedentes y destinar los residuos a procesos como el compostaje. Se realizan auditorías de desperdicio con los participantes. De las dos organizaciones socias, Sustainable Restaurant Association se ocupa del catering y la hostelería y Sustain del comercio y la distribución. Entre 2013 y 2015 participaron alrededor de 200 negocios, que lograron reducir en 150 toneladas el desperdicio y evitaron que fueran al vertedero otras 1.000 toneladas.

Siticibo

Localización: Italia

Ámbito: Nacional

Fecha de comienzo: 2003

Agentes: Fundación

Relación con otros ejes: 3

Enlace: bancoalimentare.it



Proyecto del Banco de Alimentos Italiano, en el que participan 21 organizaciones, en el marco de la Ley 155/2003, por la cual las organizaciones sin ánimo de lucro y de utilidad social que distribuyan alimentos gratuitamente son equiparadas a consumidores finales, disminuyendo las exigencias que dificultan la donación de excedentes. El proyecto recupera y distribuye excedentes alimentarios de la restauración colectiva y, desde 2009, también de la gran distribución. Los productos se entregan a las organizaciones participantes, con una red de voluntarios y de furgonetas equipadas que cumple los procedimientos de seguridad alimentaria y garantizan la integridad de los alimentos.

FareShare South West

Localización: Bristol (Inglaterra)

Ámbito: Regional (región sudoeste de Inglaterra)

Fecha de comienzo: 2007

Agentes: Institución filantrópica, ONG y OBC

Relación con otros ejes: 2 | 3

Enlace: faresharesouthwest.org.uk



Proyecto de recuperación de descartes de la industria alimentaria que trabaja con más de 130 grupos comunitarios y asociaciones, incluyendo albergues, centros de día, centros de

refugiados, etc. Distribuyen alimento para 2.500 personas a diario, ofreciendo un servicio de apoyo en nutrición e higiene alimentaria. Cerca de la mitad de las personas voluntarias se encontraban en situación de vulnerabilidad, adquiriendo, a través de la participación en el proyecto, capacitación y apoyo.

Gente bonita come fruta fea

Localización: Portugal (varias ciudades)

Ámbito: Municipal

Fecha de comienzo: 2013

Agentes: Cooperativa de consumidores

Relación con otros ejes: 2 | 3 | 4

Enlace: frutafeia.pt



Programa dirigido a reducir el desperdicio en origen, pues trabaja directamente con productores locales, adquiriendo las frutas y verduras que, por su tamaño o forma, presentan dificultades en su comercialización. Las frutas se reparten entre los asociados, que pagan una cuota anual. Cuentan con modelos específicos para abastecer a pequeños negocios de restauración o transformación alimentaria. Hay ocho puntos de distribución en todo el país, el primero creado en 2013 en Lisboa, y en 2016 en el norte de Portugal.

Câmbio verde

Localización: Curitiba (Brasil)

Ámbito: Municipal

Fecha de comienzo: 1991

Agentes: Gobierno local

Relación con otros ejes: 2 | 3 | 4

Enlace: curitiba.pr.gov.br/conteudo/cambio-verde-smab/246



Programa de la Secretarías Municipales de Abastecimiento y Medio Ambiente de Curitiba, destinado a preservar el medio ambiente, a promover el desarrollo sostenible y la lucha contra el hambre y la pobreza desde una dimensión educativa. Consiste en el trueque de materiales reciclables por productos frescos de la agricultura familiar en zonas periurbanas. Se realiza quincenalmente en 101 puntos de la ciudad. De esta manera, se desarrolla la cultura del cuidado ambiental, se potencia la agricultura familiar, se gestionan los residuos y se proporciona acceso a alimentos sanos a personas como menos ingresos.

Tu basura vale un huevo

Localización: Sevilla

Ámbito: Barrial

Fecha de comienzo: 2008. Duración: 9 años

Agentes: ONG y sector privado.

Relación con otros ejes: 2 | 3 | 4

Enlace: ecologistasenaccion.es/article17787.html

Programa desarrollado por Ecologistas en Acción en el Centro de Ecología Social Pepe García Rey "Germinal", en un espacio comunitario de huertos sociales que cuenta con 50 parcelas cedidas preferentemente a personas jubiladas y en situación de desempleo y que contaba también con un amplio gallinero. Proponía una alternativa ecológica y socialmente enriquecedora a la gestión de restos orgánicos. Las gallinas eran alimentadas con los restos aportados por unas 30 familias, bares y comedores sociales. A cambio, las participantes recibían aproximadamente en 1 huevo por cada kilogramo de "basura". A lo largo de los nueve años que duró el programa se recogieron unas 100 toneladas de restos orgánicos.

RotterZwam

Localización: Rotterdam (Países Bajos)

Ámbito: Local

Fecha de comienzo: -

Agentes: Sector privado.

Relación con otros ejes: 3 | 4

Enlace: rotterzwam.nl



Cooperativa que recoge en bicicleta restos de café de negocios de restauración, que utilizan como sustrato para el crecimiento de champiñones y setas shiitake en las instalaciones de un parque acuático tropical en desuso. Tras la recolección, se puede utilizar el micelio que queda en los posos del café para la fabricación de bioplásticos.

El objetivo de alcanzar residuo cero se ha establecido en San Francisco Zero Waste (sfenvironment.org/zero-waste-by-2020). En diversas ciudades se destinan restos orgánicos a la alimentación animal. En Londres, por ejemplo, a los cerdos de las granjas urbanas (stepnecityfarm.org/whats-on/the-pig-idea/); a la generación de compost o de calor y energía para acondicionar invernaderos, como se hace en Riga (getlini.lv/en) o en Plymouth (alpha-logic.com/news/plymouth-primary-schools-lead-the-way-in-turning-waste-food-to-power).

III. ESTRATEGIA DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE Y SOSTENIBLE

1. Objetivos

La elaboración de la Estrategia de Alimentación Saludable y Sostenible responde al compromiso adquirido con la firma del Pacto de Milán de “trabajar para desarrollar sistemas alimentarios sostenibles, inclusivos, resilientes, seguros y diversificados, para asegurar comida sana y accesible a todos en un marco de acción basado en los derechos”.

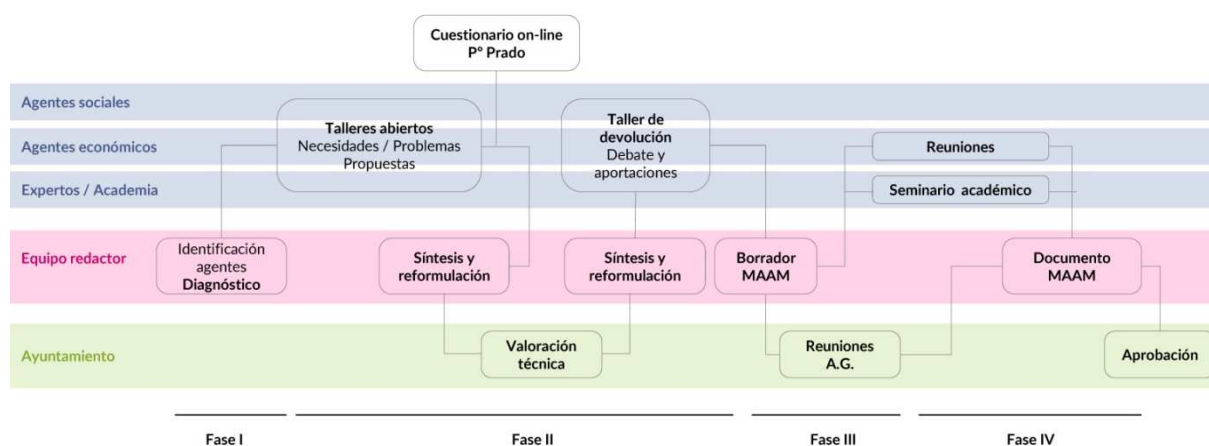
Los objetivos generales de la Estrategia son:

- aumentar la soberanía alimentaria en toda la cadena alimentaria;
- promover dietas saludables y un consumo alimentario responsable y sostenible;
- favorecer el acceso a una alimentación suficiente en calidad y cantidad, asequible y culturalmente apropiada a toda la población, con enfoque de género e interseccionalidad;
- proteger la biodiversidad y los suelos, fomentar la agricultura y la producción en condiciones justas de alimentos agroecológicos y de proximidad y establecer alianzas urbano-rurales en el ámbito regional;
- impulsar los circuitos cortos de comercialización, apoyar el tejido económico local y fomentar la Economía Social y Solidaria;
- reducir el desperdicio de alimentos y favorecer el cierre de ciclos y la devolución de nutrientes a los suelos.

2. Proceso de definición de la Estrategia

De acuerdo a la indicación del Pacto de Milán de "involucrar a todos los sectores (autoridades locales, entes técnicos y académicos, la sociedad civil, los pequeños productores y el sector privado), para el desarrollo y la evaluación de políticas, programas e iniciativas en campo alimentario", el proceso de elaboración de la Estrategia se ha planteado como un proceso participativo. A tal efecto, se planificaron diferentes espacios de participación, adecuados a cada uno de los agentes de acuerdo a la figura que sigue.

Proceso de definición de la Estrategia de Alimentación Saludable y Sostenible



Fase I. Diagnóstico e identificación de iniciativas de referencia

Como tarea previa a la definición de la Estrategia, se realizó el diagnóstico de situación actual, y se identificaron experiencias de buenas prácticas desarrolladas en distintas ciudades, de modo que los datos recopilados y la información elaborada, así como las iniciativas recogidas, pudieran servir de referencia para las aportaciones de los distintos agentes.

En esta fase se identificaron las medidas en las que las distintas Áreas de Gobierno estaban trabajando. Esta información, estructurada de acuerdo a los ejes del Pacto de Milán, permitía tener una visión de conjunto sobre las medidas ya en marcha y detectar tanto solapes como potenciales sinergias entre políticas municipales de cara a la formulación de la estrategia. Para este diagnóstico se mantuvieron reuniones con las Áreas de Medio Ambiente y Movilidad (Educación Ambiental), Equidad, Derechos Sociales y Empleo. A su vez se mantuvieron reuniones con las Áreas de Medio Ambiente y Movilidad (Educación Ambiental), Equidad, Derechos Sociales y Empleo (Comercio y Emprendimiento), A.G. de Economía y Hacienda (Contratación y Servicios y Economía y Sector Público) y A.G. de Salud, Seguridad y Emergencias (Instituto Municipal de Consumo y Madrid Salud).

Acciones municipales en marcha relacionadas con los ejes del Pacto de Milán

	Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social	Salud, Seguridad y Emergencias	Medio Ambiente y Movilidad	Equidad, Derechos Sociales y Empleo	Economía y Hacienda
GOBERNANZA	Mesa Seguimiento Pacto Milán Red Estatal Ciudades Agroecología			Madrid Ciudad por el Comercio Justo	
DIETAS Y SALUD		Programa de formación en seguridad alimentaria Programa de formación en consumo. Programa ALAS Plan Abordaje Obesidad Infantil y Malnutrición Barrios Saludables	Educar hoy para un Madrid más sostenible. Programa huertos escolares	Menús saludables en escuelas infantiles de gestión directa municipal Programas sensibilización en mercados municipales	
EQUIDAD ECONOMÍA SOCIAL	ILM Derecho a la alimentación		Huertos sociales Escuela de Huerta Urbana San Fermín Huertos comunitarios en los centros de Madrid Salud	Servicios municipales de comida a mayores, Proyecto ALPAN Tarjeta social alimentaria Mercamadrid. Banco de Alimentos	Plan de impulso de la economía social
PRODUCCIÓN TRANSFORMACIÓN	Convenio de colaboración con municipios periurbanos	Sello y certificado social y ambiental. Plan de Impulso al Consumo Sostenible	Huertos Comunitarios*	Mercamadrid. "De aquí y de ahora, comprometidos con el producto de proximidad" Formación Mercamadrid y Agencia Empleo	Plan de reactivación de las áreas industriales
DISTRIBUCIÓN CONSUMO	Promoción mercados agroecológicos (Juntas Distrito)	Plan de Impulso al Consumo Sostenible Foro municipal de de Comercio Justo		Madrid Emprende Mercados agroecológicos y de proximidad Plan Estratégico Mercados Mercado municipal de productores	Programa MARES
DESPERDICIO ALIMENTARIO		Guía aprovechamiento excedente alimentario	Madrid AgroComposta Compostaje comunitario Proyecto Piloto MigasCalientes	Plan por la sostenibilidad Mercamadrid	

En gris se indican aquellos planes sobre los que se está trabajando y que se espera que se pongan enmarcha a lo largo del año.

Fase II. Proceso participativo de definición de propuestas

El proceso participativo se desarrolló entre los meses de abril y junio de 2017, constó de dos sesiones de taller abierto, un espacio de participación on-line, y un panel público en el Paseo del Prado durante los actos de celebración del día Mundial del Medio Ambiente. Las propuestas recogidas en estos espacios se trabajaron en dos sesiones de valoración técnica, y a continuación se presentaron en un último taller de devolución.

Con el objetivo de contar con una participación representativa de los agentes sociales y económicos de la ciudad se realizó una identificación de los mismos, y se cursó invitación a más de doscientas entidades de distinto tipo:

Identificación de agentes

Tipo de agente	Número	%	Tipo de agente	Número	%
Agrupación religiosa	1	0,5%	Distribuidora (Eco)	12	5,7%
Asociación	20	9,4%	Educación	2	0,9%
Asoc. de consumidores /as	8	3,8%	Fundación	6	2,8%
Asoc. de empresas	19	9,0%	Grupo de investigación	6	2,8%
Asoc. de profesionales	2	0,9%	Grupos de consumo	3	1,4%
Asoc. de Vecinos/as	1	0,5%	Huertos comunitarios (Red)	2	0,9%
Asoc. Mercado Municipal	46	21,7%	ONG	8	3,8%
Banco de Alimentos	1	0,5%	Organismo autonómico	3	1,4%
Catering (ecológico)	5	2,4%	Organismo internacional	1	0,5%
Colegio profesional	4	1,9%	Plataforma / colectivo ciudadano	12	5,7%
Comedor social	19	9,0%	Proyecto	1	0,5%
Consultoría	7	3,3%	Red de asociaciones	1	0,5%
Cooperativa agroecológica	2	0,9%	Restauración (Eco)	3	1,4%
Despensa solidaria	4	1,9%	Sindicatos	4	1,9%
Distribuidora (Com. Justo)	1	0,5%	Venta (Eco)	8	3,8%

De igual manera se difundieron las convocatorias en la web municipal madridiario.es y posteriormente en la página web madridalimenta.madrid.es.

Se celebraron dos talleres presenciales abiertos a la participación de agentes sociales, económicos y académicos de ámbito local-regional. También podían participar personas individuales, no obstante se buscó un equilibrio para que hubiera la mayor diversidad de agentes –diferenciados entre económicos, sociales y personal técnico / investigador. Los talleres se estructuraron en dos grandes bloques, dentro de los cuales se conformaron las siguientes mesas temáticas:

a) Taller sobre Dietas sostenibles, equidad social y económica y reducción del desperdicio alimentario (18 de mayo de 2017). Mesas temáticas:

- Salud y nutrición
- Comedores escolares e institucionales
- Economía Social y Solidaria
- Educación y sensibilización
- Desperdicio alimentario
- Derecho a la alimentación y población vulnerable

b) Taller sobre Producción, abastecimiento y distribución alimentaria (24 de mayo de 2017). Mesas temáticas:

- Almacenamiento, transporte y distribución
- Transformación y procesado
- Venta y consumo
- Residuos y compostaje
- Formación asistencia técnica y financiación

Además se ofreció la posibilidad de realizar aportaciones a través de un cuestionario online, para que aquellas entidades que no pudieran estar presentes en los talleres tuvieran la oportunidad de aportar su opinión acerca de los problemas / necesidades en relación al sistema alimentario de Madrid así como las propuestas que incorporarían en la Estrategia.

Se recibieron 224 inscripciones, y se alcanzó una participación final de 89 personas en los talleres, y de 41 aportaciones on-line. El número de asistentes y de respuestas al cuestionario, en función del tipo de agente, se distribuye de la siguiente manera:

Tipo de agente	Nº asistentes	%	Nº resp. Cuestionario online	%
Personas individuales	12	13 %	3	7 %
Investigadores/as	8	9 %	1	2 %
Ag. Económicos	12	13 %	8	20 %
Ag. Sociales	57	64 %	29	71 %
	89	100 %	41	100 %

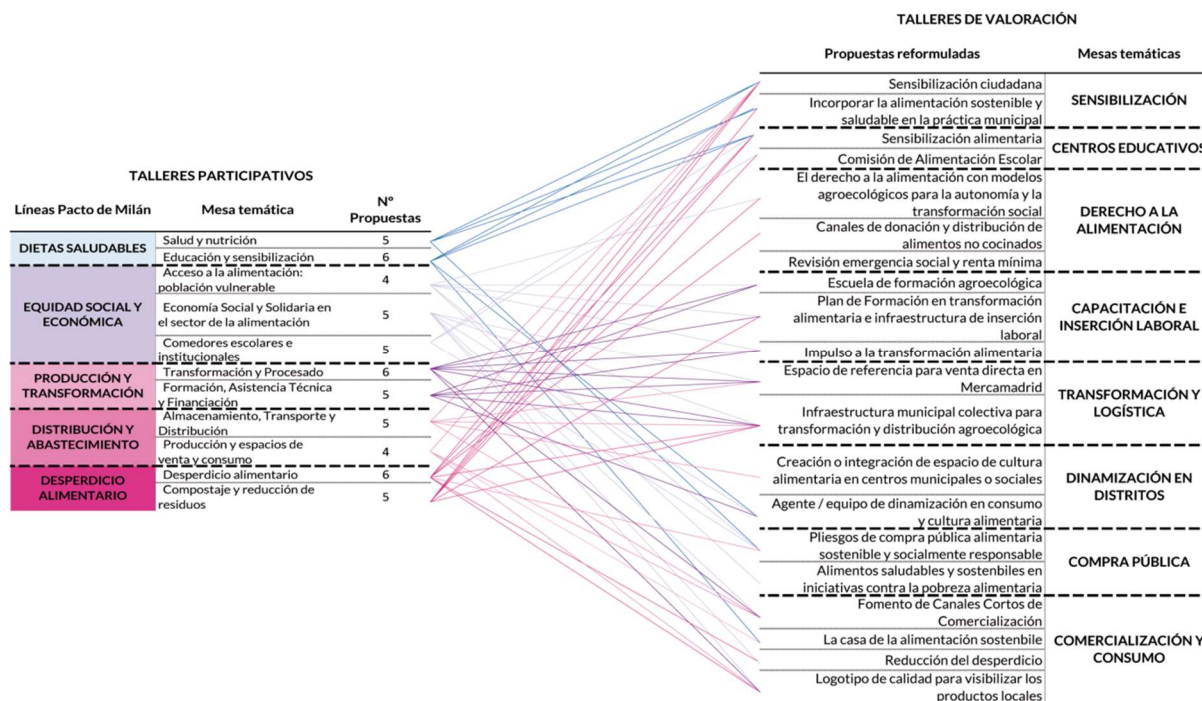
Por otra parte, durante la celebración del Día Mundial del Medio Ambiente organizada por el Ayuntamiento de Madrid el 4 de junio de 2017, se dispuso un panel para recoger, mediante la metodología *visual thinking*, aportaciones de la ciudadanía.



El análisis de las propuestas emanadas de la primera fase permitió identificar solapamientos y relaciones, detectar las que quedaban fuera de los ámbitos competenciales municipales y organizarlas de acuerdo a una estructura común. De esta forma las 56 propuestas realizadas

en las once mesas de trabajo se reformularon de acuerdo a un esquema que suma 20 medidas agrupadas en ocho temáticas.

Reformulación de propuestas de los talleres participativos



Los días 7 y 14 de junio de 2017 se organizaron dos sesiones de valoración técnica de dichas propuestas, en las que participaron distintas Áreas de Gobierno del Ayuntamiento de Madrid con competencias en la materia, así como representantes de entidades con experiencia en los temas propuestos, según se recoge en la tabla.

1º sesión de valoración técnica		
Mesas temáticas	Áreas de Gobierno	Entidades
Capacitación e inserción laboral	A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo A.G. de Medio Ambiente y Movilidad A.G. de Economía y Hacienda Agencia para el Empleo de Madrid JMD Centro	Madrid Agroecológico IMIDRA FAO España
Compra pública	A.G. de Economía y Hacienda (D.G. de Contratación y Servicios) - 2	VSF-Justicia Alimentaria Global Mensa Cívica La Garbancita Ecológica
Dinamización en distritos	A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social JMD Fuencarral – El Pardo JMD Arganzuela JMD Hortaleza	FRAVM Invisibles Tetuán Mesa contra la exclusión de Tetuán Experto nutricionista
Sensibilización al público en general	A.G. de Equidad, Derechos Sociales y Empleo (D.G. de Comercio y Emprendimiento) Instituto Municipal de Consumo Madrid Salud	ADDINMA FAO España CSIC

2º sesión de valoración técnica		
Mesas temáticas	Áreas de Gobierno	Entidades
Derecho a la alimentación	JMD Fuencarral – El Pardo	Carta contra el Hambre Mesa contra la exclusión de Tetuán Progestión Prosalus
Comercialización y consumo	JMD Centro	AUPA Mercado Social de Madrid
Centros educativos	A.G. de Medio Ambiente y Movilidad (D.G. de Sostenibilidad y Control Ambiental) Madrid Salud	Plataforma Ecomedores La Garbancita Ecológica Grupo Municipal Ahora Madrid
Transformación y logística	Cancelada	

En estos talleres se valoraron las medidas, en función de los planes o programas municipales con los que se podían relacionar, especificando recomendaciones de coordinación entre los mismos, los recursos necesarios y/o disponibles, las barreras existentes para su implementación, los actores clave y las competencias municipales al respecto, la necesidad o no de un cambio normativo, la prioridad de la medida o el plazo para ponerla en marcha y los objetivos e indicadores de seguimiento.

El 28 de junio se realizó un taller de devolución abierto, en el que se explicó a las personas que habían participado en el proceso participativo la evolución de las propuestas iniciales, ofreciendo además la oportunidad de retroalimentar el proceso y plantear observaciones a las mismas.

Fase III. Validación por parte de las Áreas de Gobierno

El proceso de definición de la Estrategia se ha realizado en colaboración con las distintas Áreas de Gobierno del Ayuntamiento, con el fin de adecuar y relacionar las medidas propuestas con otros planes, programas y acciones municipales. Se realizaron entrevistas con responsables municipales para validar y programar el desarrollo de las medidas.

15/06/2017	C.G. Alcaldía.
07/07/2017	A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo
10/07/2017	A.G. Salud, Seguridad y Emergencias. Madrid Salud, Instituto de Salud Pública
11/07/2017	A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social
17/07/2017	A.G. de Economía y Hacienda. D.G. Contratación y Servicios
18/07/2017	A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo. Mercamadrid
24/07/2017	A.G. de Economía y Hacienda. D.G. Economía y Sector Público
24/07/2017	A.G. de Medio Ambiente y Movilidad.
25/07/2017	A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo. D.G. Educación y Juventud
13/09/2017	Junta de Distrito de Usera. Coordinación
20/09/2017	C.G. Alcaldía. D.G. Innovación y Promoción de la Ciudad
23/09/2017	Junta de Distrito de Tetuán. Coordinación y Dpto. Servicios Sociales
29/09/2017	A.G. de Equidad, Derechos Sociales y Empleo. D.G. de Comercio y Emprendimiento

Una vez redactado el documento de Estrategia, en enero de 2018, se realizó una última consulta a las Áreas de Gobierno y organismos municipales, para recoger sus últimas aclaraciones relativas a la programación y contenido de las acciones de las que eran responsables.

Fase IV. Información y respaldo de agentes económicos y Academia

En otoño de 2017 se llevaron a cabo una serie de reuniones con representantes de 6 asociaciones profesionales de restauración y comercio. El objetivo, además de contrastar el interés de las medidas establecidas en la Estrategia, era identificar las posibles áreas de colaboración entre el Ayuntamiento y las asociaciones para impulsar el desarrollo de las medidas, así como establecer un canal de comunicación directo con los agentes económicos de la ciudad.

02/11/2017	AMER La Viña
06/11/2017	La Única
14/11/2017	COCAM
16/11/2017	ADEPESCA FEDECARNE

Adicionalmente, el 13 de noviembre, en colaboración con el Grupo de Investigación en Arquitectura, Urbanismo y Sostenibilidad de la Universidad Politécnica de Madrid (GIAU+S, UPM), se celebró un seminario en el que se invitó a cuatro académicos expertos de distintas universidades y centros de investigación madrileños (Dra. Celia Fernández de la Universidad Politécnica de Madrid, Dra. Belén Martínez de la Universidad Complutense de Madrid, Dr. Dr. Manuel Franco de la Universidad de Alcalá de Henares y Dr. Alejandro Benito del Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario - IMIDRA), a realizar una revisión crítica del documento, seguida de un debate con los asistentes, entre los que se encontraban integrantes de otros centros de investigación.

Las fases de trabajo posteriores están orientadas a la definición de los espacios de coordinación para la aplicación y evaluación de la Estrategia, recogidos en el apartado *Desarrollo y Seguimiento de la Estrategia*.

3. Ejes de actuación

La Estrategia se articula en seis ejes de actuación, relacionados con los objetivos anteriormente descritos:

1. **Gobernanza:** el diseño, impulso y desarrollo de las políticas públicas dirigidas a construir sistemas alimentarios saludables, sostenibles y resilientes se debe hacer desde la corresponsabilidad y la colaboración de "todos los sectores del sistema alimentario, incluidas las autoridades locales, los entes técnicos y académicos, la sociedad civil, los pequeños productores y el sector privado".

2. **Cultura alimentaria:** las vecinas y vecinos de Madrid deben tener acceso a una dieta saludable, segura, culturalmente adecuada y ambientalmente sostenible. La estrategia refuerza y amplía la difusión de dietas sostenibles (saludables, seguras, culturalmente adecuadas, ambientalmente sostenibles y fundadas en los derechos) en los programas de promoción de la salud y en campañas de comunicación y formación a favor de estilos de vida saludables.

3. **Derecho a la alimentación:** un sistema alimentario sostenible debe contribuir a garantizar el derecho a alimentos saludables y suficientes de los colectivos sociales más vulnerables, con enfoque de género e interseccionalidad.

4. **Impulso y apoyo al sector agroalimentario:** un sistema alimentario sostenible es aquel que logra proteger el territorio, facilitar la producción y la transformación alimentaria en ámbitos urbanos y periurbanos y establecer alianzas con el medio rural. Es decir, aquel que apuesta por alimentos de proximidad producidos en condiciones justas y respetuosas con el medio ambiente.

5. **Compra pública, comercio y restauración:** un sistema alimentario sostenible favorece los canales cortos de comercialización y la conexión entre el medio rural y el urbano. Apoya, a su vez, los mercados municipales públicos y la Economía Social y Solidaria. Aprovecha el potencial de la compra pública para materializar el derecho a la alimentación y la promoción de sistemas alimentarios sostenibles.

6. **Residuos y desperdicio alimentario:** es imprescindible reducir las pérdidas y prevenir el desperdicio de alimentos en todos los eslabones de la cadena alimentaria, sensibilizando a todas las partes implicadas. De forma complementaria a la reducción de desperdicios, es necesario recuperar los restos orgánicos para su adecuado tratamiento y reutilización en forma de abono.

4. Líneas estratégicas y medidas por ejes de acción

En cada eje se definen líneas estratégicas y medidas concretas, algunas de ellas ya en marcha, que, en mayor o menor medida se ven afectadas en cuanto a los criterios de trabajo en torno a la alimentación, y otras que serán implementadas en los próximos años.

		Activa	2018	2019	2020
Eje GOBERNANZA					
01 Coordinación y cooperación					
	01.01 Mesa de Seguimiento del Pacto de Milán	●	●	●	●
	01.02 Desarrollo de un modelo de gobernanza alimentaria		●	●	●
	01.03 Coordinación de nuevos planes y estrategias municipales	●	●	●	●
	01.04 Relaciones de colaboración con otros municipios de la región		●	●	●
	01.05 Red Estatal de Ciudades por la Agroecología	●	●	●	●
Eje CULTURA ALIMENTARIA					
02 Promoción y difusión de una cultura de alimentación saludable y sostenible					
	02.01 Impulso y coordinación de planes de sensibilización ciudadana	●	●	●	●
	02.02 Programas de sensibilización y educación en mercados municipales y en Mercamadrid	●	●	●	●
	02.03 Programa ALAS: alimentación, actividad física y salud	●	●	●	●
	02.04 Sensibilización y formación del personal municipal	●	●	●	●
03 Sensibilización de la comunidad educativa					
	03.01 Programa municipal de huertos escolares	●	●	●	●
	03.02 Recursos y dinámicas para la integración de la alimentación sostenible y saludable en la comunidad educativa		●	●	●
	03.03 Coordinación de programas de sensibilización en el ámbito educativo		●	●	●

		Activa	2018	2019	2020
04 Promoción de la alimentación saludable y sostenible					
	04.01 Mediateca Mundial de Gastronomía e Instituto de Cultura Alimentaria			●	●
	04.02 Espacios de Cultura Alimentaria		●	●	●
	04.03 Dinamización de cultura alimentaria y consumo sostenible en los distritos		●	●	●
	04.04 Recuperación de usos agropecuarios en la Quinta de Torre Arias			●	●
	04.05 Programa municipal de huertos urbanos comunitarios	●	●	●	●
Eje DERECHO A LA ALIMENTACIÓN					
05 Accesibilidad de la población vulnerable a una alimentación apropiada					
	05.01 Ayudas para facilitar el acceso a la alimentación	●	●	●	●
	05.02 Guía de modelos de actuaciones para garantizar el acceso a la alimentación		●	●	●
	05.03 Programa Madrid T-Alimenta		●	●	●
	05.04 Colaboración de MercaMadrid con el Banco de Alimentos	●	●	●	●
	05.05 Banco de Alimentos Municipal		●	●	●
	05.06 Programa municipal de huertos sociales	●	●	●	●
06 Alimentación saludable y sostenible en programas municipales de servicio de alimentos					
	06.01 Servicio de comida a domicilio para mayores	●	●	●	●
	06.02 Comedores sociales y centros de acogida a personas en riesgo de exclusión	●	●	●	●
	06.03 Programa Alpan: alimentos para personas en riesgo de exclusión	●	●	●	●
07 Prevención y abordaje de la obesidad infantil y la inseguridad alimentaria					
	07.01 Plan de prevención y abordaje de la obesidad infantil y la inseguridad alimentaria		●	●	●

		Activa	2018	2019	2020
08 Aprovechamiento de excedentes alimentarios					
	08.01 Guía de buenas prácticas para el aprovechamiento de los excedentes alimentarios	●	●	●	●
	08.02 Refuerzo de canales de donación y distribución de excedentes alimentarios		●	●	●
Eje IMPULSO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO SOSTENIBLE					
09 Capacitación en producción y transformación alimentaria agroecológica					
	09.01 Formación aplicada en producción y transformación alimentaria agroecológica		●	●	●
	09.02 Escuela Municipal de Agroecología Urbana			●	●
10 Impulso de proyectos productivos agroecológicos					
	10.01 Asistencia técnica para proyectos productivos alimentarios agroecológicos	●	●	●	●
	10.02 Creación de infraestructuras compartidas de transformación alimentaria	●	●	●	●
	10.03 Central de compras para distribución de productos agroecológicos y de proximidad				●
Eje COMPRA PÚBLICA, COMERCIO Y RESTAURACIÓN					
11 Fomento de alimentación saludable y sostenible en la compra pública					
	11.01 Alimentos ecológicos y de comercio justo en los comedores de la Red Municipal de Escuelas Infantiles	●	●	●	●
	11.02 Cláusulas éticas y de comercio justo en la contratación municipal	●	●	●	●
	11.03 Compra y contratación pública alimentaria sostenible y socialmente responsable			●	●
12. Apoyo a la transición hacia una alimentación saludable y sostenible en establecimientos de restauración y comercio					
	12.01 Campaña “De aquí y de ahora, comprometidos con el producto de proximidad”	●	●	●	●
	12.02 Apoyo a la transición agroecológica en restauración y en	●	●	●	●

		Activa	2018	2019	2020
	comercio de proximidad				
13 Apoyo a la venta directa y circuitos cortos					
	13.01 Mercados de venta directa	●	●	●	●
Eje RESIDUOS Y DESPERDICIO ALIMENTARIO					
14 Reducción del desperdicio y del embalaje					
	14.01 Campaña ciudadana de reducción de desperdicio y embalaje			●	●
	14.02 Formación en reducción de desperdicio y embalaje en el canal HORECA y en el comercio de proximidad			●	●
15 Impulso del compostaje					
	15.01 Impulso y consolidación del compostaje comunitario	●	●	●	●
	15.02 Madrid Agrocomposta	●	●	●	●
	15.03 Impulso y optimización del proceso de compostaje en las plantas de compostaje del Parque Tecnológico de Valdemingómez	●	●	●	●
16 Valorización de restos orgánicos					
	16.01 Pacto por la Sostenibilidad de Mercamadrid	●	●	●	●
	16.02 Plan de recogida selectiva de materia orgánica	●	●	●	●

4.1. Gobernanza



01 Coordinación y cooperación

Principales objetivos:

Impulsar el desarrollo y evaluar la aplicación de la Estrategia de Alimentación Saludable y Sostenible de Madrid mediante la coordinación de la acción de las diferentes Áreas de Gobierno municipal y la colaboración con la sociedad civil organizada.

Impulsar, asimismo, mecanismos de colaboración con otras Administraciones (locales, con el Gobierno de la Comunidad de Madrid y con la Administración central) para avanzar en la construcción de sistemas alimentarios más saludables, sostenibles y resilientes.

Generar, en colaboración con estos agentes, espacios de aprendizaje y de difusión de factores de éxito en la consecución del referido objetivo.

01.01 Mesa de seguimiento del Pacto de Milán

Descripción:

En febrero de 2016, se creó la Mesa de Seguimiento del Pacto de Milán, un espacio de diálogo y concertación articulado para promover la coordinación entre diferentes Áreas de Gobierno del Ayuntamiento de Madrid y la colaboración con la sociedad civil organizada.

En este espacio, promovido por el Área de Gobierno de Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social, se dan cita, además de esta, las áreas de Medio Ambiente y Movilidad; Equidad, Derechos Sociales y Empleo; Salud, Seguridad y Emergencias; la Plataforma Madrid Agroecológico, que agrupa a colectivos ecologistas, la Red de Huertos Urbanos Comunitarios, a pequeños productores, etc., y la Oficina de FAO en España.

Área responsable:

A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social

Otras áreas implicadas:

A.G. Medio Ambiente y Movilidad;
A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo;
A.G. Salud, Seguridad y Emergencias: Madrid Salud, Instituto Municipal de Consumo

Inicio/Programación

Febrero 2016

01.02 Desarrollo de un modelo de gobernanza alimentaria

Descripción:

Desarrollo de un modelo de gobernanza más ambicioso que el planteado en la Mesa de Seguimiento del Pacto de Milán que permita impulsar la Estrategia de Alimentación Saludable y Sostenible, evaluar sus resultados y revisar sus medidas.

Se realizará a partir del análisis de distintos modelos de gobernanza para la promoción de sistemas alimentarios urbanos sostenibles creados en otras ciudades.

Área responsable:

A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social

Otras áreas implicadas:

Inicio/Programación

2018

01.03 Coordinación de nuevos planes y estrategias municipales

Descripción:

La estrategia alimentaria comparte algunos de sus objetivos con otros planes del Ayuntamiento de Madrid, como la Estrategia Municipal de Economía Social y Solidaria, el Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la ciudad de Madrid (2016-2019), o el Plan de Derechos Humanos.

Se impulsará una coordinación que facilite sinergias y actuaciones conjuntas en la puesta en marcha de todos ellos al objeto de optimizar el uso de recursos públicos e impulsar su alcance.

Áreas responsables: A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social; A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo; A.G. Salud, Seguridad y Emergencias: Instituto Municipal de Consumo; A.G. Economía y Hacienda; A.G. Medio Ambiente y Movilidad		Inicio/Programación 2017
01.04 Relaciones de colaboración con otros municipios de la región Descripción: La construcción de un sistema alimentario saludable y sostenible pasa por el impulso de la producción alimentaria agrícola y ganadera en los municipios de la región. A tal efecto, el Ayuntamiento de Madrid establecerá la colaboración necesaria para facilitar la distribución y venta de esos productos en la ciudad de Madrid.		
Área responsable: A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social	Otras áreas implicadas:	Inicio/Programación 2018
01.05 Red Estatal de Ciudades por la Agroecología Descripción: Madrid participa junto con Valencia, Zaragoza, Valladolid, Palma de Mallorca, Córdoba, Oviedo, Pamplona, y otras ciudades en la Red Estatal de Ciudades por la Agroecología, un espacio de coordinación en el que se intercambian experiencias sobre construcción de sistemas alimentarios que apuestan por la agroecología y el consumo de alimentos de proximidad y que preservan el suelo agrario periurbano. Madrid participa en el grupo motor y en los tres grupos de trabajo activos actualmente: gobernanza alimentaria; asesoría y acompañamiento a iniciativas productivas agroecológicas; y logística, distribución y circuitos cortos. La Red Estatal de Ciudades por la Agroecología se constituirá en asociación con entidad jurídica en 2018.		
Área responsable: A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social	Otras áreas implicadas: A.G. Medio Ambiente y Movilidad; A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo	Inicio/Programación Abril 2017

4.2. Cultura alimentaria



02 Promoción y difusión de una cultura de alimentación saludable y sostenible

Principales objetivos:

Aumentar el impacto de los programas de sensibilización sobre alimentación e incorporar la triple dimensión (salud, ecológica y social) en sus contenidos.

Formar al personal municipal en materia de alimentación para facilitar el impulso de la Estrategia Alimentaria y el desarrollo de nuevas políticas municipales dirigidas a construir un sistema alimentario saludable y sostenible.

02.01 Impulso y coordinación de planes de sensibilización ciudadana

Descripción:

Fomentar una alimentación saludable y sostenible en los hábitos de consumo del conjunto de la población madrileña y recuperar una cultura alimentaria basada en los productos de temporada y de proximidad desde una perspectiva del cuidado de la salud propia y de la sostenibilidad del territorio.

A tal fin, se establecerán mecanismos de coordinación de las campañas de sensibilización existentes para ampliar y mejorar su impacto y se procurará la incorporación de contenidos relacionados con la alimentación en otras campañas y eventos (culturales, medioambientales...) municipales.

Además, se realizará un evento anual con ocasión de la celebración del Día Mundial de la Alimentación, el 16 de octubre, con los objetivos anteriormente descritos.

Área responsable: A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social	Otras áreas implicadas: A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo; A.G. Medio Ambiente y Movilidad; A.G. Salud, Seguridad y Emergencias: Madrid Salud, Instituto Municipal de Consumo; Juntas Municipales de Distrito	Inicio/Programación 2017
--	--	------------------------------------

02.02 Programas de sensibilización y educación en mercados municipales y en Mercamadrid

Descripción:

En los mercados municipales se desarrollan distintos programas y campañas de sensibilización relacionados con el fomento de hábitos de compra y cocinado de productos frescos, la trazabilidad de los productos alimentarios y la promoción de buenas prácticas de higiene en la manipulación de alimentos.

Estos programas municipales están destinados a diferentes públicos, además de los dirigidos al alumnado de Primaria; los orientados a la población en general, como "Me gusta mi mercado. 2017", "Noche de los mercados" o "Cocinamos contigo".

También Mercamadrid desarrolla proyectos de sensibilización para fomentar el conocimiento sobre los productos que se distribuyen desde sus instalaciones. Además de las visitas guiadas, en 2018 se ha iniciado el proyecto "Somos lo que comemos", un programa audiovisual quincenal que aúna la información sobre productos frescos (propiedades, manipulación, preparación) y la gastronomía, con la colaboración de chefs de la región.

Áreas responsable: A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo: DG de Comercio y Emprendimiento; Mercamadrid; A.G. Salud, Seguridad y Emergencias: Madrid Salud	Inicio/Programación 2017
---	------------------------------------

02.03 Programa ALAS: alimentación, actividad física y salud

Descripción:

Programa de promoción de la realización de ejercicio físico y formación sobre dietas sanas dirigida a personas que padecen diabetes o enfermedades cardiovasculares o tienen riesgo de padecerlas a través de los 16 centros municipales de Madrid Salud. Se imparten talleres sobre hábitos saludables, se realizan paseos personalizados o se fomenta la participación en los tres huertos saludables instalados en los centros de Madrid Salud de San Blas, Usera y Villaverde.

Área responsable:

A.G. Salud, Seguridad y Emergencias: Madrid Salud
Juntas Municipales de Distrito

Otras áreas implicadas:

Juntas Municipales de Distrito

Inicio/Programación

2011

02.04 Sensibilización y formación del personal municipal

Descripción:

Formación específica destinada al personal de los centros educativos que la Dirección General de Educación y Juventud gestiona directamente (escuelas infantiles de gestión directa, Internado San Ildefonso, Aula de Naturaleza de Cercedilla, Centros Abiertos).

Realización de cursos formativos sobre alimentación saludable y sostenible destinada al personal municipal a través de la Escuela de Formación del Ayuntamiento de Madrid. Incluirán contenidos generales sobre nutrición y dietas, sistemas alimentarios, pobreza alimentaria, emprendimiento social, compra pública, canales cortos de comercialización, etc. El objetivo es dotar al personal municipal de las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar e impulsar la aplicación, desarrollo y seguimiento de las medidas definidas en la Estrategia Alimentaria.

Desde 2017 se ofrece un Curso de Consumo Sostenible y Comercio Justo en la Escuela de Formación del Ayuntamiento de Madrid.

Área responsable:

Gerencia de la Ciudad;
A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo;

Otras áreas implicadas:

A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social;
A.G. Salud, Seguridad y Emergencias:
Instituto Municipal de Consumo

Inicio/Programación

2018 Acciones formativas DG Educación y Juventud
2019 Programa Anual en la Escuela de Formación del Ayuntamiento de Madrid.

03 Sensibilización de la comunidad educativa

Principales objetivos:

Hacer de los centros escolares un espacio clave para la sensibilizar en alimentación saludable y sostenible al conjunto de la comunidad educativa (equipos docentes, de cocina y comedor, familias y escolares).

03.01 Programa municipal de huertos escolares

Descripción:

165 centros escolares de la ciudad cuentan con un huerto, un espacio educativo gracias al cual el alumnado conoce de primera mano el origen de los alimentos agrícolas, cuáles son las verduras de temporada, así como los procesos asociados a su producción ecológica.

Área responsable:

A.G. Medio Ambiente y Movilidad

Otras áreas implicadas:

A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo

Inicio/Programación

2005

03.02 Recursos y dinámicas para la integración de alimentación sostenible y saludable en la comunidad educativa

Descripción:

Constitución de un grupo de trabajo estable impulsado por la D.G. de Educación y Juventud que elaborará dos guías sobre alimentación para niñas y niños de cero a tres años para su distribución en la Red Municipal de Escuelas Infantiles: una destinada a familias y AMPA, centrada en la nutrición fuera de la escuela (pautas generales, recomendaciones para desayunos, meriendas y cenas) y otra guía específica para el personal de los centros escolares (personal de cocina y comedor y personal docente) con propuestas de menús de temporada, recomendaciones, prácticas, etc.

Área responsable:

A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo

Otras áreas implicadas:

A.G. Salud, Seguridad y Emergencias:
Madrid Salud

Inicio/Programación

2018-19

03.03 Coordinación de programas de sensibilización en el ámbito educativo

Descripción:

Coordinación de cara a la oferta para centros educativos, de las actividades de sensibilización y formación.

Entre dichas actividades se encuentran las siguientes:

- En el programa de educación ambiental "Educar hoy por un Madrid más Sostenible", el módulo sobre alimentación y consumo sostenible, destinado a todos los niveles educativos, con el fin de concienciar en hábitos de consumo responsable, ético y ecológico para reducir la huella medioambiental mediante la planificación de la compra y la adquisición preferente de productos de temporada y de proximidad.
- En el programa "Madrid, un libro abierto", las actividades de educación para la salud "Alimentos sanos, todos somos importantes" y "Aprende a comer sano en Mercamadrid", destinadas a alumnado de Primaria.
- En el programa anual de formación en consumo del Instituto Municipal de Consumo, los talleres con temáticas referidas a consumo sostenible, trazabilidad y economía social "Consumo y alimentación sostenible. Desperdicio alimentario" y "Comercio Justo".
- En la campaña de promoción de mercados municipales, los talleres "Aprende a comprar y cocinar en los mercados de Madrid".

Áreas responsables:

A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo;
A.G. Salud, Seguridad y Emergencias: Madrid Salud; Instituto Municipal de Consumo.
A.G. Medio Ambiente y Movilidad.

Inicio/Programación

2018-2020

04 Promoción de la alimentación saludable y sostenible

Principales objetivos:

Conservar y difundir el patrimonio gastronómico vinculado a la dieta y a sus valores, fomentar una cultura alimentaria sostenible a partir de la suma de diferentes prácticas y disciplinas. Apoyar la actividad de entidades que, desde diferentes sectores, promueven estos objetivos.

04.01 Mediateca Mundial de Gastronomía e Instituto de Cultura Alimentaria

Descripción:

Creación, en colaboración con diferentes instituciones, de una Mediateca Mundial de Gastronomía que tendrá por objetivo conservar la historia de la gastronomía mundial y difundir los valores vinculados a

la dieta mediterránea, declarada Patrimonio Inmaterial Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 2010 y ejemplo de cultura respetuosa con la sostenibilidad medioambiental.

La Mediateca compartirá espacio físico con un Instituto de Cultura Alimentaria, un espacio en el que confluirán programas educativos, formativos, culturales, artísticos, etc. dirigidos a promover una cultura alimentaria sostenible y a recuperar la dieta mediterránea y su tradición culinaria mediante proyectos de innovación social.

Ambos proyectos contarán con la colaboración de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y se instalarán en el Palacio de los Vargas de la Casa de Campo.

<p>Área responsable: Alcaldía</p>	<p>Otras áreas implicadas: A.G. Cultura y Deportes; A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo; A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social; A.G. Medio Ambiente y Movilidad.</p>	<p>Inicio/Programación 2019</p>
---------------------------------------	--	-------------------------------------

04.02 Espacios de cultura alimentaria

Descripción:

Creación de espacios de cultura alimentaria en centros municipales y sociales destinados a la promoción de una alimentación saludable, sostenible y justa y a la realización de proyectos agroecológicos a escala local.

1. El Centro Social Comunitario Josefa Amar (Tetuán) ofrece en la actualidad un espacio a entidades sociales para llevar a cabo cursos y talleres de cocina dirigidos a desarrollar habilidades culinarias y laborales que permitan lanzar proyectos productivos. También se realizan jornadas sobre cultura alimentaria "Yo me lo guiso, yo me lo como".
2. El proyecto MARES Alimentación (Villaverde) desarrolla iniciativas de economía social y solidaria que trabajan con alimentos de proximidad, ecológicos y de comercio justo y conecta y promueve proyectos económicos vinculados a distintas partes de la cadena agroalimentaria bajo fórmulas de gestión cooperativa y comunitaria.
3. Puesta en marcha de tres espacios de consumo sostenible en los distritos Centro, Moratalaz y Fuencarral-El Pardo en aplicación del Plan de Impulso de Consumo Sostenible.
4. El desarrollo y evaluación de estos proyectos servirá de base para la elaboración de una guía que permita a las Juntas Municipales de Distrito y a agentes sociales multiplicar estos espacios en el conjunto de la ciudad.

<p>Áreas responsables: A.G. Salud, Seguridad y Emergencias: Instituto Municipal de Consumo; A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo; A.G. Economía y Hacienda; A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social; Juntas Municipales de Distrito.</p>	<p>Inicio/Programación 2018 Apertura espacios de consumo sostenible 2019 Guía de espacios de cultura alimentaria</p>
---	--

04.03 Dinamización de cultura alimentaria y consumo sostenible en los distritos

Descripción:

Dinamización de la cultura alimentaria y del consumo sostenible en algunos Distritos. Esta dinamización consistirá en actividades de información y sensibilización al conjunto de la ciudadanía sobre la importancia de realizar un consumo sostenible y de asumir una alimentación sana y equilibrada basada fundamentalmente en productos de proximidad; colaboración con el pequeño comercio y con el sector profesional en el canal HORECA, así como con proyectos ciudadanos colectivos (huertos comunitarios, grupos y cooperativas de consumo, despensas comunitarias, etc.) en la consecución de

estos objetivos.

La dinamización está estrechamente vinculada con las actividades y espacios de sensibilización y promoción del consumo sostenible (PICS) (distritos Centro, Moratalaz y Fuencarral-El Pardo) y a de la economía social y solidaria (PESyS).

<p>Área responsable: A.G. Salud, Seguridad y Emergencias: Instituto Municipal de Consumo Juntas Municipales de Distrito</p>	<p>Otras áreas implicadas: A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social; A.G. Economía y Hacienda; A.G. Medio Ambiente y Movilidad.</p>	<p>Inicio/Programación 2018 Dinamización en distritos Centro, Moratalaz y Fuencarral-El Pardo</p>
--	--	--

04.04 Recuperación de los usos agropecuarios en la Quinta de Torre Arias

Descripción:

Recuperación y protección del patrimonio histórico de la Quinta de Torre Arias, para su destino a la creación de equipamientos dotacionales públicos, priorizando la recuperación de usos relacionados con su pasado agropecuario.

La Quinta de Torre Arias es una antigua finca de recreo que ocupa más de 18 hectáreas en el barrio de Canillejas (San Blas). La finca, cuyos orígenes se sitúan entre 1580 y 1602, funcionó no solo como espacio de recreo, sino como explotación agropecuaria.

El Plan Especial de Protección de la Quinta de Torre Arias (2017) tiene por objeto conservar el carácter integral de la Quinta en su doble vertiente de finca de recreo y de explotación agropecuaria; de establecer el destino para usos dotacionales públicos, priorizando la recuperación de los usos relacionados con su pasado agropecuario y su uso como parque urbano y de establecer la gestión pública del ámbito, que asumirá directamente el Ayuntamiento sin perjuicio de constituir estructuras mixtas con entidades vecinales y ciudadanas.

De acuerdo al Plan Especial, se priorizarán los usos de carácter agropecuario en un sentido amplio del término, favoreciendo explotaciones ecológicas autosuficientes que utilicen energías y recursos renovables. Todo ello sin perder el carácter de la Quinta como parque urbano al servicio de los vecinos y de la ciudad.

<p>Áreas responsables: A.G. Economía y Hacienda: DG. Patrimonio A.G. Cultura y Deportes</p>	<p>Otras áreas implicadas: A.G. Medio Ambiente y Movilidad.</p>	<p>Inicio/Programación 2019. Aprobación del Plan Director e inicio de obras.</p>
--	--	---

04.05 Programa municipal de huertos urbanos comunitarios

Descripción:

43 huertos forman parte del Programa municipal de huertos urbanos comunitarios de Madrid, que comenzó en 2014. El programa es un ejemplo de cooperación público-social y de gestión ciudadana de bienes públicos.

El Ayuntamiento de Madrid cede suelo público, fundamentalmente calificado como zona verde, a asociaciones sin ánimo de lucro, que se responsabilizan de su cuidado, de mantenerlos abiertos a la participación de todas las personas interesadas en colaborar y de llevar a cabo actividades con fines ambientales, educativos, sociales y culturales.

En 2018-2019 el Programa se extenderá hasta alcanzar los 58 huertos urbanos comunitarios distribuidos en los 21 distritos de la ciudad.

<p>Área responsable: A.G. Medio Ambiente y Movilidad</p>	<p>Otras áreas implicadas:</p>	<p>Inicio/Programación 2014</p>
---	---------------------------------------	--

4.3. Derecho a la alimentación



05 Accesibilidad de la población vulnerable a una alimentación apropiada		
<p>Principales objetivos: Facilitar el acceso de los colectivos sociales más vulnerables a alimentos suficientes, saludables y sostenibles, en aplicación de la Meta 17 del Plan Estratégico de Derechos Humanos del Ayuntamiento de Madrid mediante el impulso de programas municipales específicos y el apoyo a redes y a proyectos de la sociedad civil orientadas a la inclusión social.</p>		
<p>05.01 Ayudas para facilitar el acceso a la alimentación <i>Descripción:</i> Prestación de ayudas económicas directas e indirectas para asegurar el acceso a la alimentación en un marco inclusivo, como son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Convenio de Comedores Colectivos Escolares, con la Comunidad de Madrid. El Ayuntamiento complementa el precio reducido del comedor escolar, facilitando la inclusión de más de 11.500 niños y niñas cada semestre. En 2017 el Ayuntamiento aportó 5 millones de euros. - Ayudas económicas individuales, en el marco de la Ordenanza de Prestaciones Económicas del Sistema Público de Servicios Sociales. Se destinan a cubrir necesidades básicas. En 2017 se otorgaron más de 3.900 ayudas para necesidades de alimentación (más de 2,2 millones de euros). Entre estas ayudas se encuentran las de comedores de mayores (722 ayudas en 2017), y las ayudas complementarias a comedor escolar (más de 3.900 en 2017). 		
<p>Áreas responsables: A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo</p>	<p>Otras áreas implicadas:</p>	<p>Inicio/Programación Anuales</p>
<p>05.02 Guía de modelos de actuaciones para garantizar el acceso a la alimentación <i>Descripción:</i> Redacción de un documento de referencia de carácter práctico para diseñar y desarrollar actuaciones orientadas a garantizar el derecho de alimentación con principios agroecológicos y de solidaridad. Abarcará diferentes acciones que ya se estén desarrollando, como la tarjeta alimentaria, el desarrollo de canales de aprovechamiento de excedentes alimentarios, o la incorporación en centros municipales o sociales de espacios de cultura alimentaria (instalaciones compartidas de cocina, apoyo a entidades y colectivos que realizan reparto de alimentos). Esta guía servirá de referencia para que las Juntas Municipales de Distrito puedan adaptar algunas de estas medidas a la realidad de cada territorio.</p>		
<p>Áreas responsables: A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo</p>	<p>Otras áreas implicadas: Juntas Municipales de Distrito A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social</p>	<p>Inicio/Programación 2018. Redacción del documento de referencia y acompañamiento en el impulso de proyectos piloto.</p>
<p>05.03 Programa Madrid T-Alimenta <i>Descripción:</i> Puesta en marcha de un programa y una tarjeta social alimentaria temporal. Con ella, los usuarios pueden comprar productos frescos en establecimientos del barrio. Se iniciará con un proyecto piloto en el distrito de Tetuán. A partir de la evaluación del mismo, se impulsará su despliegue en el conjunto de la ciudad.</p>		

Área responsable: A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo	Otras áreas implicadas: Juntas Municipales de Distrito	Inicio/Programación 2018. Proyecto piloto 2019. Extensión
05.04 Colaboración de Mercamadrid con el Banco de Alimentos Descripción: El Banco de Alimentos desarrolla parte de su actividad de recogida y distribución de alimentos a familias en riesgo de exclusión social en cuatro locales cedidos por Mercamadrid. Además, Mercamadrid realiza campañas periódicas de apoyo, como las Jornadas Solidarias y la Operación Caja, para recaudar alimentos.		
Áreas responsables: A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo: Mercamadrid	Otras áreas implicadas:	Inicio/Programación
05.05 Banco de Alimentos Municipal Descripción: Estudio sobre necesidad y viabilidad de creación de un Banco de Alimentos de gestión municipal, que coordinaría la recogida de excedentes alimentarios, su almacenamiento y distribución, así como de posibles alternativas. Este proyecto sobre un Banco de Alimentos surge como propuesta ciudadana, que fue aprobada en los Presupuestos Participativos.		
Áreas responsables: A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo	Otras áreas implicadas:	Inicio/Programación 2018
05.06 Programa municipal de huertos sociales Descripción: Desarrollo de un programa municipal de huertos sociales, que dé cobertura a los distintos tipos de huertos terapéuticos, de inclusión social y de inserción laboral existentes y previstos en la ciudad. El Departamento de Educación Ambiental del AG Medio Ambiente y Movilidad presta apoyo a los centros de Madrid Salud de San Blas y Usera, y a los Centros de Atención a la Drogodependencia (CAD), a través del Huerto del Retiro, que ofrecen a personas de colectivos vulnerables la posibilidad de participar en estos espacios para promover hábitos de vida saludable, buenas prácticas alimentarias y favorecer la convivencia, la integración social y el derecho a la salud. Asimismo, colabora con las Juntas Municipales de Distrito impulsando la implantación de huertos urbanos en centros municipales de mayores, centros culturales, centros de juventud, etc. Durante los próximos años se apoyará el desarrollo de huertos sociales en Moratalaz, Villaverde y Usera.		
Área responsable: A.G. Medio Ambiente y Movilidad	Otras áreas implicadas: Juntas Municipales de Distrito; A.G. Salud, Seguridad y Emergencias: Madrid Salud.	Inicio/Programación 2015

06 Alimentación saludable y sostenible en programas municipales de servicio de alimentos

Principales objetivos:

Mejorar la calidad de la alimentación de los programas municipales de servicio de alimentos (ayuda a domicilio, centros de día, centros de mayores, campamentos y actividades infantiles, etc) e incorporar en los pliegos de contratación pública criterios sociales y de alimentación sostenible.

06.01 Servicio de comida a domicilio para mayores.

Descripción:

Programa dirigido a personas mayores de 65 años empadronadas en el municipio de Madrid que viven solas o conviven con una persona dependiente. Las personas destinatarias de este programa presentan dificultades para satisfacer de manera autónoma sus necesidades alimentarias, y reciben en sus domicilios raciones equilibradas y adecuadas a su estado de salud. En 2017 se sirvieron 379.000 menús, y se atendió a 3.000 usuarios distintos (con una media mensual de 2.000 personas).

Se incorporarán en los pliegos del servicio cláusulas dirigidas a incluir alimentos producidos con criterios de ecología y proximidad en los menús.

Áreas responsables: A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo;	Otras áreas implicadas:	Inicio/Programación 2009 2019. Incorporación de nuevos criterios en los pliegos del servicio.
--	-------------------------	---

06.02 Comedores sociales y centros de acogida a personas en riesgo de exclusión

Descripción:

A través de los diferentes centros que conforman la red municipal de atención a personas sin hogar se proporciona, entre otros servicios, la cobertura de necesidades básicas de alimentación. Se ofrecen 518.000 menús (comidas y/o cenas) y 259.000 desayunos en 2017.

Los centros de atención a personas sin hogar incluyen en los pliegos criterios de comercio justo. A partir de 2019 incluirán también criterios de sostenibilidad en el servicio de alimentos.

Área responsable: A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo	Otras áreas implicadas:	Inicio/Programación 2019. Incorporación de nuevos criterios en los pliegos del servicio.
---	-------------------------	---

06.03 Programa Alpan: alimentos para personas en riesgo de exclusión

Descripción:

A través de un convenio suscrito entre el Ayuntamiento de Madrid y Rotary Club, Voluntarios de Madrid y del Samur Social reparten comida elaborada y donada por hoteles, restaurantes y empresas de catering a 200 personas sin hogar que acuden a tres comedores sociales.

En 2016 se repartieron en torno a 120.000 comidas.

Área responsable: A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo	Otras áreas implicadas:	Inicio/Programación 2004
---	-------------------------	-----------------------------

07 Prevención y abordaje de la obesidad infantil y la inseguridad alimentaria

Principales objetivos:

Mejorar la calidad de la alimentación en población infantil.

07.01 Plan de prevención y abordaje de la obesidad infantil y la inseguridad alimentaria

Descripción:

Proyecto piloto para la prevención y el abordaje de la obesidad infantil y la inseguridad alimentaria en 19 centros educativos de Carabanchel, Usera, Puente de Vallecas y Villaverde en los que existe alta prevalencia de obesidad infantil, de acuerdo a las conclusiones del estudio "La situación nutricional de la población infantil de la ciudad de Madrid" realizada por Madrid Salud en febrero del año 2017.

El proyecto incluye acciones para la prevención de la obesidad infantil en el ámbito familiar, educativo y comunitario; la identificación y el abordaje de casos de obesidad infantil y la detección de familias con inseguridad alimentaria, así como un programa de distintos tipos de ayuda destinadas a que estas familias puedan mejorar la calidad de su alimentación.

Áreas responsables:

A.G. Salud, Seguridad y Emergencias: Madrid Salud.

Otras áreas implicadas:

Inicio/Programación
2018

08 Aprovechamiento de excedentes alimentarios

Principales objetivos:

Evitar el despilfarro de alimentos en buen estado que se derivan de los excedentes del mercado para mejorar la sostenibilidad del sistema alimentario y reducir la presión sobre los recursos naturales, así como aprovechar estos excedentes para satisfacer las necesidades alimentarias de la población con menos recursos.

08.01 Guía de buenas prácticas para el aprovechamiento de los excedentes alimentarios

Descripción:

Guía de aplicación voluntaria para la gestión, traslado, mantenimiento y aprovechamiento de alimentos y excedentes alimentarios procedentes del comercio minorista de la alimentación y la restauración. La guía está dirigida tanto a las entidades interesadas en donar alimentos, como a las instituciones encargadas de recibirlos y distribuirlos.

Áreas responsables:

A.G. Salud, Seguridad y Emergencias: Madrid Salud, en colaboración con la Dirección General de Salud Pública, de la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid.

Otras áreas implicadas:

Inicio/Programación
2017

08.02 Refuerzo de canales de donación y distribución de excedentes alimentarios

Descripción:

Con el objetivo de aprovechar los excedentes de alimentos no cocinados para satisfacer necesidades de alimentación de la población con dificultades y en condiciones dignas, se establecerá un protocolo de colaboración con empresas distribuidoras de alimentos para impulsar el aprovechamiento de excedentes alimentarios con las garantías sanitarias precisas.

Por otra parte, diversos Códigos de Buenas Prácticas sectoriales, como el de Restauración y Ocio Nocturno, el de Aves, huevos y caza, y el de Detallistas de la carne, hacen referencia al

aprovechamiento y donación de excedentes alimentarios. Estos Códigos de Buenas Prácticas recogen los compromisos que más allá del cumplimiento de la legislación vigente, asumen voluntariamente empresas y establecimientos comerciales, obteniendo así el distintivo de Buenas Prácticas en materia de consumo otorgado por el Ayuntamiento.

<p>Área responsable: A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo; Mercamadrid; A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social A.G. Salud, Seguridad y Emergencias: Madrid Salud; Instituto Municipal de Consumo.</p>	<p>Otras áreas implicadas: Juntas Municipales de Distrito.</p>	<p>Inicio/Programación 2017</p>
--	--	---

4.4. Impulso del sector agroalimentario sostenible



09 Capacitación en producción y transformación alimentaria agroecológica

Principales objetivos:

Mejorar la capacidad productiva de la ciudad y la región y explotar el potencial del sector agroalimentario sostenible para proporcionar empleo digno, ofreciendo programas de capacitación para quienes quieran trabajar en producción alimentaria.

09.01 Formación aplicada en producción y transformación alimentaria agroecológica

Descripción:

Actualmente en el Centro de Formación de Mercamadrid se imparten cursos en materia de transformación y manipulación alimentaria, en colaboración con la Agencia para el Empleo, destinados tanto a la formación de personas desempleadas como a formación continua.

Por otra parte, se diseñará un itinerario formativo y de capacitación en técnicas de cultivo (especialmente hortícola), en ganadería y en transformación alimentaria agroecológica, incluyendo formación en distribución y comercialización y en gestión de proyectos de Economía Social y Solidaria. Uno de los colectivos destinatarios preferentes del programa será la población vulnerable, como vía de inserción laboral e inclusión social.

Se pondrá en marcha un proyecto piloto de aplicación de este itinerario, que se desarrollará en la oficina de Usera de la Agencia para el Empleo. Posteriormente se llevarán a cabo prácticas en la Escuela Municipal de Agroecología Urbana de San Fermín, y en huertos urbanos ubicados en diferentes emplazamientos. Se estudiará además el acondicionamiento de espacios de formación en ganadería agroecológica vinculados a la Quinta de Torre Arias.

Se elaborará una guía de transformación alimentaria agroecológica.

Áreas responsables:

Mercamadrid.
A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo: Agencia para el Empleo,
A.G. Economía y Hacienda.
A.G. Salud, Seguridad y Emergencias: Madrid Salud

Otras áreas implicadas:

A.G. Medio Ambiente y Movilidad;
A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social;
Juntas Municipales de Distrito.

Inicio/Programación

2018 Guía de Transformación
2019-2020 Itinerario formativo y proyecto piloto

09.02 Escuela Municipal de Agroecología Urbana

Descripción:

La Escuela Municipal de Agroecología Urbana, ubicada en el Parque Lineal del Manzanares, contará con cerca de 10.000 metros cuadrados, en su mayor parte destinados a huertos.

El centro ofrecerá un programa formativo en horticultura ecológica y agroecología, complementará la actividad del Centro de Educación Ambiental del Huerto del Retiro y prestará apoyo a los programas de huertos urbanos comunitarios, a los huertos escolares y, en general, a los proyectos de agroecología urbana. Ofrecerá, asimismo, formación aplicada mediante la realización de prácticas dentro del programa de capacitación agroecológica.

Área responsable:

A.G. Medio Ambiente y Movilidad.

Otras áreas implicadas:

A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo: Agencia para el Empleo.

Inicio/Programación

2019

10 Impulso de proyectos productivos agroecológicos

Principales objetivos:

Mejorar la capacidad productiva de la ciudad y la región y explotar el potencial del sector agroalimentario sostenible para proporcionar empleo digno mediante el impulso de proyectos productivos, en especial desde la Economía Social y Solidaria.

10.01 Asistencia técnica para proyectos productivos alimentarios agroecológicos

Descripción:

El proyecto Mares Alimentación de Villaverde ofrece un servicio de asistencia técnica a proyectos de Economía Social y Solidaria. El servicio apoya a estos proyectos en la gestión de solicitudes de financiación inicial; impulsa la creación de agrupaciones de productores, prestando apoyo en labores de comercialización, comunicación y difusión y promueve la contratación de personas en riesgo de exclusión social mediante bonificaciones.

Áreas responsables:

A.G. Economía y Hacienda

Otras áreas implicadas:

Inicio/Programación

2017

10.02 Creación de infraestructuras compartidas de transformación alimentaria

Descripción:

El proyecto MARES Alimentación, cuyo objetivo es impulsar iniciativas de economía social vinculadas a este sector, ofrece acceso temporal a recursos e infraestructuras compartidas, como una cocina industrial en su sede de Villaverde, durante la fase inicial de los proyectos (6 meses a 1 año).

Área responsable:

A.G. Economía y Hacienda

Otras áreas implicadas:

Inicio/Programación

2017.

10.03 Central de compras para distribución de productos agroecológicos y de proximidad

Descripción:

Creación de una central de compras, un espacio que sirva para facilitar la distribución de productos agroecológicos y de proximidad a los grupos de consumo, al pequeño comercio, a la restauración especializada y a los centros escolares y espacios que ofrezcan menús elaborados con estos productos. La existencia de un espacio de estas características permitirá reducir la emisión a la atmósfera de contaminantes vinculada a la distribución de alimentos y facilitar el acceso de comercializadores a este tipo de producción.

Área responsable:

A.G. Economía y Hacienda

Otras áreas implicadas:

Inicio/Programación

2020

4.5. Compra pública, comercio y restauración



11 Fomento de la alimentación saludable y sostenible en la compra pública		
<p>Principales objetivos: Incorporar las dimensiones ética, social y ambiental en la compra pública alimentaria y mejorar la calidad nutricional de la misma.</p>		
<p>11.01 Alimentos ecológicos y de comercio justo en los comedores de la Red Municipal de Escuelas Infantiles</p> <p>Descripción: Los comedores de los 56 centros que forman parte de la Red Municipal de Escuelas Infantiles incorporan criterios de alimentación sostenible y ecológica. Estos centros educativos trabajan en la introducción progresiva de, al menos, un 70% de producto ecológico y de circuito corto (no más de dos intermediarios) en distintos grupos de alimentos (frutas, verdura y hortaliza, legumbre, cereales, huevos, lácteos, carne de ternera o pollo, aceite de oliva virgen extra). Además, es obligatorio que en los desayunos y/o meriendas se incluya, al menos, un producto de comercio justo.</p>		
<p>Áreas responsables: A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo.</p>	<p>Otras áreas implicadas:</p>	<p>Inicio/Programación 2016</p>
<p>11.02 Cláusulas éticas y de comercio justo en la contratación municipal</p> <p>Descripción: Desde 2016, el Ayuntamiento de Madrid incorpora cláusulas éticas de comercio justo en las licitaciones de servicios de hostelería, restauración y comidas (cafeterías, comedores, catering, máquinas de vending, etc.), en concreto en lo relacionado con la compra de café, té, infusiones, azúcar, caramelos, galletas, cacao y chocolate.</p>		
<p>Área responsable: A.G. Economía y Hacienda</p>	<p>Otras áreas implicadas: Todas</p>	<p>Inicio/Programación 2016</p>
<p>11.03 Compra y contratación pública alimentaria sostenible y socialmente responsable</p> <p>Descripción: En el marco del Programa de Contratación Pública Ambiental, se redactará una instrucción técnica que incorpore criterios de alimentación sostenible. Algunas de las cuestiones a incorporar son la definición de menús estacionales, con alimentos de temporada y frescos, que tengan en cuenta distintas alternativas culturales (menú vegetariano, etc.) y equilibrados en cuanto a su composición, reduciendo en lo posible los alimentos ultraprocesados, azúcares y grasas y evitando el exceso de proteína de origen animal; la incorporación de información nutricional y calendarios de temporada en los menús ofrecidos por los centros municipales; la reducción del desperdicio y de embalajes; el empleo de materiales y menaje reutilizable, así como de equipos sostenibles; y la correcta gestión de los residuos en sus respectivas fracciones de recogida selectiva. Se elaborará, además, una guía para facilitar la aplicación de la instrucción pública y se definirá un protocolo de control y seguimiento del cumplimiento de los contratos.</p>		
<p>Áreas responsables: A.G. Economía y Hacienda</p>	<p>Otras áreas implicadas:</p>	<p>Inicio/Programación 2019: Redacción de la instrucción</p>

		2019: Redacción de guía y protocolo por AAGG afectadas.
--	--	---

12 Apoyo a la transición hacia una alimentación saludable y sostenible en establecimientos de restauración y comercio

Principales objetivos:

Divulgar los principios de la alimentación saludable y sostenible en el sector comercial y la restauración poniendo en valor la producción agroecológica y de proximidad. Dar, asimismo, visibilidad a restaurantes y comercios que ofrezcan menús o productos de temporada, de proximidad, ecológicos y elaborados con criterios éticos y sociales.

12.01 Campaña “De aquí y de ahora, comprometidos con el producto de proximidad”

Descripción:

Campaña para fomentar el consumo de la producción de temporada y las variedades agrícolas locales en Mercamadrid, mediante la señalización, con un distintivo, de los puestos que comercializan frutas y hortalizas producidas en un radio de 100 kilómetros en torno a Madrid. Los clientes mayoristas facilitan a los detallistas que lo solicitan distintivos para sus comercios.

Áreas responsables:

A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo:
Mercamadrid

Otras áreas implicadas:

Inicio/Programación
2017

12.02 Apoyo a la transición agroecológica en la restauración y el comercio de proximidad

Descripción:

Facilitar la transición hacia modelos de alimentación más sostenibles tanto en el pequeño comercio de proximidad como en el canal HORECA (hostelería, restauración y empresas de catering) y poner en valor aquellos proyectos que ya han incorporado estos criterios.

El proyecto MARES está dinamizando un espacio de cooperación entre comercios de alimentación ecológica.

Por otra parte, dentro del Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la ciudad de Madrid (2016-2019) está prevista una actuación referida a certificaciones sociales basadas en sistemas participativos de garantía, que comenzará con un estudio específico que recoja las experiencias existentes y realice un planteamiento metodológico de las alternativas posibles para su implantación en el contexto municipal.

Área responsable:

A.G. Economía y Hacienda
A.G. Seguridad, Salud y Emergencias: Instituto Municipal de Consumo

Otras áreas implicadas:

Inicio/Programación
2017: Dinamización comercios

13 Apoyo a la venta directa y circuitos cortos

Principales objetivos:

Reducir el impacto sobre los ecosistemas, asociado al consumo de alimentos, con la venta de productos de proximidad y ecológicos y los proyectos agroecológicos y de Economía Social y Solidaria. Facilitar el contacto entre las personas consumidoras y productoras/transformadoras de la región, y colaborar en la pervivencia de la economía agraria regional.

13.01 Mercados de venta directa

Descripción:

Dos espacios municipales permiten la venta directa de productos ecológicos y de proximidad de forma permanente: el Mercado Municipal de Vallehermoso (Chamberí) y el Mercado de Productores de la Avenida del Planetario (Arganzuela).

Mercado de Productores de Vallehermoso. La planta baja de este mercado municipal es gestionado por la asociación El Día de la Cosecha. Acoge a un grupo de artesanos que venden de forma directa productos elaborados en un radio de 120 kilómetros en torno a Madrid (frutas, verduras, huevos, carne, leche, embutidos, licores, quesos, comida cocinada, etc).

Mercado agroecológico de San Fernando, en el patio central del mercado municipal de San Fernando se celebra todos los miércoles en horario de mañana y tarde un mercado agroecológico gestionado por la asociación de comerciantes, que acoge a productores de la Comunidad de Madrid.

Mercado de Productores de la Avenida del Planetario. Se tratará del primer mercado estable de productores situado en la vía pública. Inicialmente se instalará una vez al mes.

Además, se celebran en distintos distritos mercados puntuales de venta de productos agroecológicos y de alimentos de proximidad, vinculados a actividades de difusión y sensibilización.

Áreas responsables: A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo; A.G. Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social	Otras áreas implicadas: Juntas Municipales de Distrito	Inicio/Programación 2016
---	--	------------------------------------

4.6. Residuos y desperdicio alimentario



14 Reducción del desperdicio y del embalaje		
<p>Principales objetivos: Fomentar sistemas de distribución y venta de alimentos que permitan reducir embalajes y la reutilización de los mismos.</p>		
<p>14.01 Campaña ciudadana de reducción de desperdicio y embalaje Descripción: Campaña para sensibilizar acerca de cuestiones tales como los estándares estéticos de frutas y verduras; la diferencia entre fecha de caducidad y consumo preferente; la compra de productos con embalaje mínimo y preferentemente reutilizable, etc. y difundir iniciativas como la recogida selectiva de residuos orgánicos para su posterior compostaje. Inclusión del criterio de reducción de desperdicio y embalajes en instrucciones de compra pública alimentaria y otros tipos de contratación.</p>		
<p>Áreas responsables: A.G. Medio Ambiente y Movilidad</p>	<p>Otras áreas implicadas: A.G. Economía y Hacienda</p>	<p>Inicio/Programación 2019</p>
<p>14.02 Formación en reducción de desperdicio y embalaje en el canal HORECA y el comercio de proximidad Descripción: La Escuela de Formación para el Comercio, gestionada por la DG de Comercio y Emprendimiento, ofrecerá acciones de formación, información y asesoramiento para impulsar la reducción del desperdicio y de los embalajes y la gestión de residuos destinadas al canal HORECA y al pequeño comercio.</p>		
<p>Área responsable: A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo</p>	<p>Otras áreas implicadas:</p>	<p>Inicio/Programación 2019</p>
15 Impulso del compostaje		
<p>Principales objetivos: Recuperar la materia orgánica y los nutrientes contenidos en los restos orgánicos para su compostaje y posterior uso en parques y tierras de cultivo para contribuir al cierre del ciclo de la materia y reducir así el consumo de insumos.</p>		
<p>15.01 Impulso y consolidación del compostaje comunitario Descripción: Redacción de un programa para impulsar el compostaje comunitario y dar respuesta a la iniciativa ciudadana, que logró, a través de los Presupuestos Participativos, crear la primera compostera comunitaria en la calle Arequipa (Hortaleza), gestionada por asociaciones del barrio que organizan, además, actividades de educación ambiental. En 2018 se crearán nuevos nodos de compostaje comunitario (en Hortaleza, Chamartín, Tetuán, Chamberí, Moratalaz y Carabanchel) a través de los Presupuestos Participativos.</p>		

Áreas responsables: A.G. Medio Ambiente y Movilidad	Otras áreas implicadas: Juntas Municipales de Distrito	Inicio/Programación 2017
<p>15.02 Madrid Agrocomposta</p> <p>Descripción:</p> <p>En una primera fase piloto, desarrollada en 2016, cerca de 200 hogares recuperaron los restos de comida y materia orgánica, depositándolos en nueve espacios de recogida localizados en huertos comunitarios, centros escolares y en el Mercado Municipal de San Fernando. El proyecto permitió, además, la recuperación mensual de 17 toneladas de restos orgánicos en siete colegios, tres mercados y una fábrica de cerveza, cuyos restos fueron trasladados a cuatro fincas agroecológicas periurbanas donde se compostaron para su posterior aplicación como fertilizante.</p> <p>En otoño de 2017 se amplió el alcance el proyecto, con más de 14 puntos de recogida, y una periodicidad de recogida de 4 días por semana en cada punto. Se agrocompostarán al menos 16 toneladas mensuales de biorresiduos en fincas agrícolas de la Comunidad de Madrid. El compost obtenido, de calidad A, se destinará a usos agrícolas.</p>		
Área responsable: A.G. Medio Ambiente y Movilidad	Otras áreas implicadas:	Inicio/Programación 2016
<p>15.03 Impulso y optimización del proceso de compostaje en las plantas de compostaje del Parque Tecnológico de Valdemingómez</p> <p>Descripción:</p> <p>En el Parque Tecnológico de Valdemingómez se procesa la materia orgánica mediante biometanización lo que permite obtener gas metano. A medida que la recogida selectiva de la materia orgánica se vaya extendiendo a toda la ciudad, los biodigestores que actualmente reciben materia orgánica recuperada procedente de la fracción resto se destinarán al tratamiento de la materia orgánica recogida selectivamente.</p> <p>En paralelo, se estudian diferentes alternativas para el compostaje aerobio de los biorresiduos con el fin de ampliar la capacidad total de tratamiento de la materia orgánica en el Parque Tecnológico de Valdemingómez y obtener compost. En este sentido está en marcha un pequeño proyecto piloto para el tratamiento de biorresiduos procedentes de MercaMadrid en la planta de compostaje de Migas Calientes.</p>		
Área responsable: A.G. Medio Ambiente y Movilidad	Otras áreas implicadas:	Inicio/Programación 2017

16 Valorización de materia orgánica	
<p>Principales objetivos:</p> <p>Recuperar la materia orgánica para su tratamiento y aprovechamiento con fines ecológicos (compost para enmiendas orgánicas) y energéticos (biogás utilizable), reduciendo así la presión sobre los recursos naturales.</p>	

16.01 Pacto por la Sostenibilidad de Mercamadrid

Descripción:

Pacto suscrito por las principales asociaciones de comerciantes en 2016 para aumentar el porcentaje de segregación y valorización de los residuos generados y el impulso de buenas prácticas destinadas a la prevención y reducción del derroche de alimentos en todos los eslabones de la unidad alimentaria.

Área responsable:

A.G. Equidad, Derechos Sociales y Empleo:
Mercamadrid.

Otras áreas implicadas:

Inicio/Programación
2016

16.02 Plan de recogida selectiva de materia orgánica

Descripción:

Madrid implantará el sistema de recogida selectiva de materia orgánica en el conjunto de la ciudad antes de 2020 al objeto de cumplir el objetivo europeo de reutilizar y reciclar el 50% de residuos. En 2017 se inició la implantación del modelo mediante un proyecto piloto de recogida selectiva de materia orgánica en unas 125.000 viviendas de diez distritos de la capital (300.000 vecinos aproximadamente) y en todos los grandes generadores de residuos del Término Municipal..

Áreas responsables:

A.G. Medio Ambiente y Movilidad

Otras áreas implicadas:

Inicio/Programación
2017 Distritos piloto
2020 Extensión a toda la ciudad

5. Desarrollo y seguimiento de la Estrategia

Del mismo modo que en el proceso de definición de la Estrategia se ha considerado fundamental la participación de los agentes económicos y sociales, su colaboración en las fases de ejecución y evaluación es igualmente necesaria para asegurar el consenso en torno a su implementación, para amplificar su visibilidad y su repercusión social.

Con el fin de cumplir los objetivos de la Estrategia e implementar las medidas establecidas en cada línea estratégica, se cuenta con los siguientes instrumentos de seguimiento y evaluación:

5.1. Estructura de gobernanza y canales de participación

La mesa de seguimiento del Pacto de Milán seguirá actuando como espacio de referencia para el encuentro y participación de los distintos agentes, y para el control de la implementación de las medidas definidas en la Estrategia.

Se definirán los criterios para la participación en la mesa de modo que cuente con una representación equilibrada de agentes económicos, sociales, y técnicos, y de los distintos ámbitos considerados en los ejes de actuación.

Además se establecerán otros canales de participación, en eventos temáticos, foros ciudadanos y seminarios académicos, dando continuidad a los realizados hasta la fecha.

5.2. Espacio de coordinación interplanos

Por otra parte se ha iniciado un espacio de coordinación entre Planes y Estrategias municipales con objetivos coincidentes, con el fin de identificar sinergias y posibilidades de colaboración. Hasta la fecha se han realizado dos reuniones de trabajo.

19/07/2017	<p>1º Reunión Interplanos</p> <ul style="list-style-type: none">• Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la ciudad de Madrid (2016-2019)• Plan Estratégico de Derechos Humanos• Estrategia Municipal de Economía Social y Solidaria• Estrategia de Alimentación Saludable y Sostenible
28/11/2017	<p>2º Reunión Interplanos</p> <ul style="list-style-type: none">• Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la ciudad de Madrid (2016-2019)• Estrategia Municipal de Economía Social y Solidaria• Estrategia de Alimentación Saludable y Sostenible

5.3. Sistema de evaluación

- Indicadores de proceso. Con el fin de evaluar el grado de implementación de las

medidas, y el cumplimiento de la programación temporal establecida.

- Indicadores de evaluación. Tomando como punto de partida las herramientas de seguimiento facilitadas por el Secretariado del Pacto de Milán, y en base a la información obtenida en el diagnóstico de situación de la ciudad, se definirá un sistema de indicadores, basados en la información estadística accesible a escala municipal. El objetivo es analizar la evolución de los distintos aspectos relacionados con el sistema alimentario de la ciudad, y sus impactos económicos, sociales y ambientales para compararlos con los resultados esperados. Además de generar un cuerpo de conocimiento específico, esta información permitirá evaluar la repercusión a medio y largo plazo de la puesta en marcha de la Estrategia en el cumplimiento de los objetivos establecidos en la misma, identificar las medidas con mayor impacto, así como los ámbitos que requieren mayor atención.



[Volver al índice](#)

*A PROPUESTA DE LA CONCEJALA PRESIDENTA
Y DEL CONCEJAL PRESIDENTE DE LOS DISTRITOS*

6.- Admitir a trámite y aprobar inicialmente el Plan Especial de Control Urbanístico Ambiental de Usos para la implantación de la actividad de academia en las plantas baja y primera del edificio sito en la Cuesta de San Vicente número 4, promovido por Trazos Infografía, S.L. Distrito de Moncloa-Aravaca.

La mercantil Trazos Infografía, S.L. solicita poder implantar la actividad de academia en las plantas baja y primera del edificio sito en la Cuesta de San Vicente número 4. Distrito de Moncloa-Aravaca.

Del contenido de las actuaciones y del informe de los Servicios Técnicos del Distrito de Moncloa-Aravaca se deduce que el edificio citado se encuentra ubicado en un sector en el que se aplica la Norma Zonal 1, grado 4º, nivel A, cuyo uso cualificado es el residencial si bien se permite como uso autorizable el terciario, en su clase otros servicios terciarios en planta primera, conforme al artículo 8.1.31 de las Normas Urbanísticas del Plan General de Ordenación Urbana de Madrid.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 5.2.7 de las citadas Normas, con carácter previo a la concesión de la licencia urbanística y con objeto de valorar la incidencia sobre el medio ambiente urbano de determinados usos, entre ellos los autorizables, se requiere la aprobación de un Plan Especial de Control Urbanístico Ambiental de Usos.

Conforme a lo dispuesto en el artículo 17.1.d) de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid, corresponde a la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid la admisión a trámite y la aprobación inicial del presente Plan.

En su virtud, vista la propuesta de la Concejala Presidenta del Distrito de Moncloa-Aravaca, que eleva el Delegado del Área de Gobierno de Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social, previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Primero.- Admitir a trámite y aprobar inicialmente el Plan Especial de Control Urbanístico Ambiental de Usos solicitado por TRAZOS INFOGRAFÍA, S.L. para la implantación de actividad de academia en las plantas baja y primera del edificio sito en la Cuesta de San Vicente número 4. Distrito de Moncloa-Aravaca.

Segundo.- Someter el expediente al trámite de información pública por el plazo de un mes, mediante la inserción de anuncio en el "Boletín



Oficial de la Comunidad de Madrid" y en un periódico de los de mayor difusión.

Tercero.- Notificar a las personas interesadas el presente Acuerdo.

[Volver al índice](#)



[Volver al índice](#)

7.- Convalidar el gasto de 9.889,57 euros, a favor de la empresa que figura en el expediente. Distrito de Moratalaz.

El presente Acuerdo tiene por objeto la convalidación del gasto de 9.889,57 euros, IVA incluido, correspondiente a la prestación del servicio de seguridad de las instalaciones adscritas al Distrito de Moratalaz durante el mes de diciembre de 2017.

El órgano competente para convalidar el gasto es la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de acuerdo con el artículo 17.1 g) de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid y el artículo 36.2 de las Bases de Ejecución del Presupuesto General del Ayuntamiento de Madrid.

En su virtud, vista la propuesta del Concejal Presidente del Distrito de Moratalaz, que eleva el Delegado del Área de Gobierno de Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social, previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Aprobar la convalidación del gasto por importe de 9.889,57 euros, IVA incluido, a favor de la mercantil ARIETE SEGURIDAD S.A. (CIF ESA81349474) correspondiente a la prestación del servicio de seguridad de las instalaciones adscritas al Distrito de Moratalaz durante el mes de diciembre de 2017, con cargo a la aplicación presupuestaria 001/214/342.01/227.01 del vigente presupuesto.

[Volver al índice](#)



[Volver al índice](#)

8.- Autorizar el Acuerdo Marco de obras de remodelación y mejora del espacio público en los barrios de La Guindalera y Fuente del Berro. Distrito de Salamanca.

El presente Acuerdo tiene por objeto autorizar el Acuerdo Marco de obras de remodelación y mejora del espacio público en los barrios de La Guindalera y Fuente del Berro del Distrito de Salamanca, con un plazo de ejecución de doce meses a contar desde el día siguiente de la fecha de formalización, y un valor estimado de 3.646.281,00 euros, IVA excluido.

El órgano competente para autorizar la celebración de este Acuerdo Marco es la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de conformidad con lo previsto en el artículo 17.1 e) de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid y en el Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de 29 de octubre de 2015, de organización y competencias de los Distritos.

En su virtud, vista la propuesta del Concejal Presidente del Distrito de Salamanca, que eleva el Delegado del Área de Gobierno de Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social, previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Autorizar el Acuerdo Marco de obras de remodelación y mejora del espacio público en los barrios de La Guindalera y Fuente del Berro del Distrito de Salamanca, con un plazo de ejecución de doce meses, a contar desde el día siguiente de la fecha de formalización, y un valor estimado de 3.646.281,00 euros, IVA excluido.

[Volver al índice](#)



[Volver al índice](#)

ÁREA DE GOBIERNO DE PORTAVOZ, COORDINACIÓN DE LA JUNTA DE GOBIERNO Y RELACIONES CON EL PLENO

9.- Autorizar el Acuerdo Marco de servicios de creación publicitaria declarada de gestión centralizada y de servicios de creación para las campañas institucionales de comunicación del Ayuntamiento de Madrid y sus Organismos Autónomos.

El presente Acuerdo tiene por objeto autorizar el Acuerdo marco de servicios de creación publicitaria declarada de gestión centralizada y de servicios de creación para las campañas institucionales de comunicación del Ayuntamiento de Madrid y sus Organismos Autónomos, con una vigencia de 12 meses siendo la fecha prevista de inicio el 1 de julio de 2018 y con un valor estimado de 1.600.000,00 euros, IVA excluido.

El acuerdo marco racionaliza la contratación de contratos que se califican como de servicios, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 10 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público aprobado por Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, y se adjudicará por procedimiento abierto y tramitación ordinaria atendiendo a una pluralidad de criterios.

El órgano competente para autorizar el acuerdo marco es la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de conformidad con el artículo 17.1. e) de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid y el Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de 29 de octubre de 2015, de organización y competencias del Área de Gobierno de Portavoz, Coordinación de la Junta de Gobierno y Relaciones con el Pleno.

En su virtud, a propuesta de la Delegada del Área de Gobierno de Portavoz, Coordinación de la Junta de Gobierno y Relaciones con el Pleno, previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Autorizar el Acuerdo marco de servicios de creación publicitaria declarada de gestión centralizada y de servicios de creación para las campañas institucionales de comunicación del Ayuntamiento de Madrid y sus Organismos Autónomos, con una vigencia de 12 meses siendo la fecha prevista de inicio el 1 de julio de 2018 y con un valor estimado de 1.600.000,00 euros, IVA excluido.

[Volver al índice](#)



[Volver al índice](#)

ÁREA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y HACIENDA

10.- Cesar y nombrar a miembros del Consejo Rector del Organismo Autónomo Agencia Tributaria Madrid.

La Agencia Tributaria Madrid es un Organismo autónomo municipal, adscrito al Área de Gobierno de Economía y Hacienda, que se rige por el Reglamento Orgánico del Gobierno y de la Administración del Ayuntamiento de Madrid, aprobado por Acuerdo del Pleno de 31 de mayo de 2004, y por sus Estatutos, aprobados por Acuerdo del mismo órgano de 22 de diciembre de 2008.

De conformidad con el artículo 6 de los Estatutos del Organismo autónomo, los miembros del Consejo Rector serán nombrados y, en su caso, cesados por Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid a propuesta del titular del Área a la que figura adscrito el Organismo autónomo, conforme a los criterios que se expresan en dicho artículo.

Con motivo de los cambios organizativos en el Área de Gobierno de Economía y Hacienda, y a petición de Ana Isabel Méndez Carbajal, vocal titular del Consejo Rector de la Agencia Tributaria Madrid, resulta necesario sustituir a su vocal suplente, Ricardo González Rodríguez, por un nuevo vocal suplente.

Asimismo, y por indicación de la Gerencia de la Ciudad, se designa como vocal a Pilar Covadonga Montero Pérez, Subdirectora General de Relaciones de Puestos de Trabajo, en sustitución de Carlos Galindo Meño.

En su virtud, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 87 del Reglamento Orgánico del Gobierno y de la Administración del Ayuntamiento de Madrid y en los artículos 6 y 11 de los Estatutos del Organismo autónomo Agencia Tributaria Madrid, a propuesta del Delegado del Área de Gobierno de Economía y Hacienda, previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Primero.- Cesar como miembro del Consejo Rector del Organismo autónomo Agencia Tributaria Madrid a Ricardo González Rodríguez, como vocal suplente.

Segundo.- Nombrar como miembro del Consejo Rector del Organismo autónomo Agencia Tributaria Madrid a M^a del Mar Martínez de Vera, Secretaria General Técnica del Área de Gobierno de Economía y Hacienda, como vocal suplente.



Tercero.- Cesar como miembro del Consejo Rector del Organismo autónomo Agencia Tributaria Madrid a Carlos Galindo Meño, como vocal titular.

Cuarto.- Nombrar como miembro del Consejo Rector del Organismo autónomo Agencia Tributaria Madrid a Pilar Covadonga Montero Pérez, Subdirectora General de Relaciones de Puestos de Trabajo, como vocal titular.

Quinto.- Quedan en vigor los nombramientos de miembros del Consejo Rector del Organismo autónomo Agencia Tributaria Madrid efectuados con anterioridad al presente Acuerdo y que no han sido afectados por el mismo.

Sexto.- El presente Acuerdo surtirá efectos desde la fecha de su adopción, sin perjuicio de su publicación en el "Boletín Oficial del Ayuntamiento de Madrid".

[Volver al índice](#)



[Volver al índice](#)

11.- Establecer las directrices para la aplicación de la reserva del derecho a participar en la contratación municipal a los Centros Especiales de Empleo y empresas de inserción y fijar el porcentaje mínimo de participación para 2018.

La contratación pública puede desempeñar un papel clave como instrumento a utilizar para el logro del crecimiento inteligente, sostenible e integrado que persigue la Estrategia Europa 2020, como recientemente ha puesto de manifiesto la Directiva 2014/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 26 de febrero de 2014 sobre contratación pública.

El texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, aprobado por Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre (en adelante TRLCSP), regula en su disposición adicional quinta los contratos reservados.

La citada disposición adicional quinta del texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, en su redacción dada por la Ley 31/2015, de 9 de septiembre, contiene un mandato dirigido a los poderes públicos para que fijen porcentajes mínimos de reserva del derecho a participar en los procedimientos de adjudicación de determinados contratos o de determinados lotes a favor de estos dos tipos de entidades que cumplan con los requisitos y condiciones legales establecidos en la normativa correspondiente, o un porcentaje mínimo de reserva de la ejecución de estos contratos en el marco de programas de empleo protegido, con la condición de que al menos el 30 por ciento de los empleados de los Centros Especiales de Empleo, de las empresas de inserción o de los programas sean trabajadores con discapacidad o en riesgo de exclusión social.

El Ayuntamiento de Madrid ha emprendido actuaciones para el desarrollo de políticas activas en el ámbito social y la utilización de la contratación pública como un potente mecanismo de dinamización de acciones en el ámbito social desde una perspectiva integral cuyos ejemplos se aprecian en sendos Acuerdo de 28 de octubre y de 26 de noviembre de 2015, por el que se aprueban distintas medidas para promover el empleo y la participación de las personas con discapacidad y de los colectivos con más dificultades de acceso al empleo, entre las que se incluyen el establecimiento, en un plazo no superior a 12 meses, de cláusulas de reserva de participación en los contratos que suscriba el Ayuntamiento de Madrid.

Mediante Decreto de 19 de enero de 2016 del Delegado de Economía y Hacienda se aprobó la Instrucción 1/2016 relativa a la incorporación de cláusulas sociales en los contratos celebrados por el Ayuntamiento de Madrid, sus organismos autónomos y entidades del sector público municipal, que posibilita entre otras medidas el establecimiento como condición especial de ejecución del contrato que la empresa adjudicataria



subcontrate al menos el 20% del importe del contrato con Centros Especiales de Empleo o empresas de inserción.

Con el fin de que el Ayuntamiento de Madrid diera cumplimiento al mandato legal establecido en la disposición adicional quinta del TRLCSP, fue necesario determinar el porcentaje mínimo de reserva de participación en los procedimientos de adjudicación de determinados contratos o de determinados lotes de los mismos o de la ejecución de una parte de estos contratos a favor de los Centros Especiales de Empleo y empresas de inserción.

Para ello, se dictó el Acuerdo de Junta de Gobierno de 4 de febrero de 2016 materializando el mandato legal previsto en la disposición adicional quinta del TRLCSP y los compromisos deducidos de sendos Acuerdos plenarios de 2015 mencionados. Se incorporó la reserva de mercado y el correspondiente porcentaje en un 0,50 por ciento. Este porcentaje mínimo de reserva se calculó sobre los importes de adjudicación correspondientes a la anualidad del 2014 del conjunto de contratos de servicios celebrados por el Ayuntamiento de Madrid y sus organismos autónomos.

Dicho porcentaje del 0,50 por ciento de reserva se culminó con éxito siendo reservados contratos por importe superior al inicialmente fijado.

En esta misma línea, se dictó el Acuerdo de Junta de Gobierno de 23 de marzo de 2017 cumpliendo el mandato legal previsto en la disposición adicional quinta del TRLCSP. Se incorporó la reserva de mercado y el correspondiente porcentaje en un 0,60 por ciento. Este porcentaje mínimo de reserva se calculó sobre los importes de adjudicación correspondientes a la anualidad del 2015 del conjunto de contratos de servicios celebrados por el Ayuntamiento de Madrid y sus organismos autónomos.

Asimismo, para el año 2017, dicho porcentaje del 0,60 por ciento de reserva se culminó también con éxito siendo reservados contratos por importe superior al previsto en principio.

Asimismo, en línea con el mandato legal, se han fijado las condiciones mínimas que permiten garantizar el cumplimiento de la reserva establecida a favor de dichas entidades, mediante Decreto de 14 de septiembre de 2016 del Delegado del Área de Gobierno de Economía y Hacienda. Así, se aprobó la Instrucción 3/2016 sobre los criterios de actuación para la aplicación de la reserva de contratos prevista en la disposición adicional quinta del TRLCSP, cuyo objetivo continua siendo establecer los criterios de actuación que deberán observarse en el Ayuntamiento de Madrid para dar cumplimiento a lo previsto en la citada disposición adicional de reservar a los centros especiales de empleo y empresas de inserción el derecho a participar en los procedimientos de la adjudicación de los contratos o de determinados lotes de los mismos.



Atendiendo a los datos de reserva de los dos años anteriores, en el escenario presupuestario actual aun estando condicionado el porcentaje de reserva fijado para este ejercicio por la prórroga de presupuesto 2017 se tiene previsto atender a dicha consideración a la hora de fijar un porcentaje al alza, de revisión gradual y con periodicidad anual para su aprobación por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de conformidad con lo anunciado en el Acuerdo de Junta de Gobierno de 4 de febrero de 2016.

En su virtud, en aplicación de lo dispuesto en la disposición adicional quinta del texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, aprobado por el Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 17.1, párrafos b) y e), de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid a propuesta del Delegado del Área de Economía y Hacienda, previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Primero.- Los órganos de contratación del Ayuntamiento de Madrid, así como de sus organismos autónomos y las entidades del sector público municipal, en los términos previstos en el presente Acuerdo, reservarán el derecho a participar en los procedimientos de la adjudicación de los contratos o de determinados lotes de los mismos que pretendan celebrar a los Centros Especiales de Empleo o a empresas de inserción, o la ejecución de una parte de estos contratos en el marco de programas de empleo protegido, a condición de que al menos el 30 por ciento de los empleados de los Centros Especiales de Empleo, de las empresas de inserción o de los programas sean trabajadores con discapacidad o en riesgo de exclusión social.

Segundo.- El porcentaje mínimo de reserva para el 2018, teniendo en cuenta la prórroga del Presupuesto Municipal 2017 se fija como porcentaje mínimo de reserva un 0,70%, calculado sobre los importes de adjudicación de la anualidad correspondiente al 2016 del conjunto de contratos de servicios celebrados por el Ayuntamiento de Madrid y sus organismos autónomos.

Tercero.- En aplicación de la Instrucción 3/2016 de 14 de septiembre relativa a la reserva de contratos prevista en la disposición adicional quinta del texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, la reserva mínima se podrá hacer efectiva, según proceda, de la siguiente forma:

- A través de contrato menor.
- A través de Acuerdos Marco.
- A través de los procedimientos de adjudicación de los contratos regulados en el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector



Público, aprobado por Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre:

- Mediante la reserva de la totalidad del contrato a favor de Centros Especiales de Empleo y empresas de inserción.
- Mediante la división en lotes del objeto del contrato, de forma que uno o varios de los lotes del contrato se reserve a Centros Especiales de Empleo y empresas de inserción.

Queda exceptuada de la reserva la contratación de bienes y servicios realizada a través de la adhesión a los sistemas de contratación centralizada de otras Administraciones Públicas.

A los efectos del cómputo del porcentaje de reserva se tendrá en cuenta el porcentaje de subcontratación que se efectúe con Centros Especiales de Empleo y empresas de inserción en aplicación de la Instrucción 1/2016 relativa a la incorporación de cláusulas sociales en los contratos celebrados por el Ayuntamiento de Madrid, sus organismos autónomos y entidades del sector público municipal, aprobada por Decreto de 19 de enero de 2016 del Delegado del Área de Gobierno de Economía y Hacienda.

Cuarto.- En relación con los contratos objeto de reserva, en el Anexo I del Acuerdo de Junta de Gobierno de 4 de febrero de 2016 se relacionan y mantienen para el presente ejercicio presupuestario con carácter enunciativo y no tasado los objetos contractuales de contratos que podrán ser objeto de reserva a favor de Centros Especiales de Empleo o empresas de inserción.

Los órganos de contratación podrán ampliar la reserva a cualesquiera otros objetos contractuales, dependiendo de la adecuación de las prestaciones a las peculiaridades de los Centros Especiales de Empleo o empresas de inserción.

Quinto.- Para verificar el cumplimiento del porcentaje mínimo de reserva que se ha establecido, los centros directivos remitirán antes del 1 de febrero de cada año al Área de Gobierno de Economía y Hacienda la información relativa a la contratación reservada de los contratos licitados en el ejercicio inmediatamente anterior conforme al modelo que se recoge como Anexo II del Acuerdo de Junta de Gobierno de 4 de febrero de 2016. Desde esta Área se dará traslado de la citada información al Área de Gobierno de Equidad, Derechos Sociales y Empleo competente en la materia.

El titular del Área de Economía y Hacienda comunicará a la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid los datos relativos al cumplimiento del porcentaje mínimo de reserva citado en el párrafo anterior.

Sexto.- Se faculta al titular del Área de Gobierno de Economía y Hacienda para dictar instrucciones de desarrollo que aseguren el



cumplimiento de lo dispuesto en el presente Acuerdo, y que serán de obligado cumplimiento para los órganos de contratación del Ayuntamiento de Madrid y sus organismos autónomos, así como para las entidades del sector público municipal.

Séptimo.- El presente Acuerdo surtirá efectos desde la fecha de su adopción, sin perjuicio de su publicación en el "Boletín Oficial del Ayuntamiento de Madrid".

Octavo.- Del presente Acuerdo se dará cuenta el Pleno a fin de que quede enterado del mismo.

[Volver al índice](#)



[Volver al índice](#)

12.- Autorizar el Acuerdo Marco para el suministro de energía eléctrica renovable para edificios municipales y equipamientos del Ayuntamiento de Madrid y sus Organismos Autónomos.

El presente Acuerdo tiene por objeto la autorización del Acuerdo marco para el suministro de energía eléctrica renovable para edificios municipales y equipamientos del Ayuntamiento de Madrid y sus Organismos autónomos (4 lotes), con un plazo de ejecución de 24 meses, siendo la fecha prevista de inicio el 1 de julio de 2018 y con un valor estimado de 82.641.923,18 euros, IVA excluido.

El órgano competente para autorizar la celebración del Acuerdo marco, es la Junta de Gobierno, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 17.1.e) de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid, y en el Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid de 29 de octubre de 2015, de organización y competencias del Área de Gobierno de Economía y Hacienda.

A propuesta del Delegado del Área de Gobierno de Economía y Hacienda, previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Autorizar el Acuerdo marco para el suministro de energía eléctrica renovable para edificios municipales y equipamientos del Ayuntamiento de Madrid y sus Organismos autónomos (4 lotes).

[Volver al índice](#)



[Volver al índice](#)

ÁREA DE GOBIERNO DE DESARROLLO URBANO SOSTENIBLE

13.- Aprobar la adjudicación de las cuotas indivisas de las parcelas RCL-1B, RPPL-4F y T-1A, de titularidad municipal fiduciaria, del Proyecto de Reparcelación del Área de Planeamiento Específico 08.16 "Arroyo del Fresno", Unidad de Ejecución número 2, a favor de CP Amenabar Promociones, S.L. Distrito de Fuencarral-El Pardo.

El objeto del presente Acuerdo es la aprobación de la adjudicación de las cuotas indivisas de las parcelas RCL-1B, RPPL-4F y T-1A, de titularidad municipal fiduciaria, del Proyecto de Reparcelación del Área de Planeamiento Específico 08.16 "Arroyo del Fresno", Unidad de Ejecución número 2, a favor de CP Amenabar Promociones, S.L. Distrito de Fuencarral-El Pardo.

En virtud del Proyecto de Reparcelación, la finca aportada número 114 (Finca Registral 21.581 del Registro de la Propiedad número 35, de Madrid), calificada de titularidad dudosa fue cancelada, adjudicándose al Ayuntamiento de Madrid, con carácter fiduciario en aprovechamiento urbanístico, por subrogación real, que se materializó en las siguientes cuotas de las parcelas resultantes:

-6,8969 % de la parcela resultante RCL-1B (Inmatriculada en el Registro de la Propiedad número 35 con el número de finca registral 99.714).

-7,8159 % de la parcela resultante RPPL-4F (Inmatriculada en el Registro de la Propiedad número 35 con el número de finca registral 99.738).

-2,0650 % de la parcela resultante T-1A (Inmatriculada en el Registro de la Propiedad número 35 con el número de finca registral 99.725).

C.P. Amenabar Promociones, S.L. ha acreditado haber adquirido dichas cuotas, mediante escrituras públicas otorgadas por los respectivos propietarios en conflicto.

Consta en el expediente informe de la Subdirección General de Gestión Urbanística de la Dirección General de Planeamiento y Gestión Urbanística, en el que se propone que se adjudiquen a favor de C.P. Amenabar Promociones, S.L. las cuotas indivisas de las parcelas resultantes que se han reseñado anteriormente.

De conformidad con lo establecido en el artículo 17.1 d) de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid, corresponde a la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid la adopción del



Acuerdo, como órgano competente para la aprobación de los instrumentos de gestión urbanística.

En su virtud, a propuesta del Delegado del Área de Gobierno de Desarrollo Urbano Sostenible, previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Aprobar la adjudicación de las cuotas indivisas de las parcelas resultantes RCL-1B; RPPL-4F y T-1A de titularidad municipal fiduciaria del proyecto de reparcelación correspondiente al Área de Planeamiento Específico 08.16 "Arroyo del Fresno" Unidad de Ejecución número 2, según el artículo 103 del vigente Reglamento de Gestión Urbanística, aprobado por Real Decreto 3288/1978, de 25 de agosto, a favor de la mercantil "CP Amenabar Promociones, S.L." al haber quedado acreditado mediante escritura pública la transmisión de dichas cuotas por los respectivos propietarios en conflicto a favor de la referida mercantil "CP Amenabar Promociones S.L.", en los términos que constan en el informe emitido por la Subdirección General de Gestión Urbanística el 19 de febrero de 2018.

[Volver al índice](#)



[Volver al índice](#)

14.- Aprobar el proyecto inicial de modificación de la Ordenanza reguladora de la Publicidad Exterior.

El Pleno del Ayuntamiento de Madrid en sesión de 30 de enero de 2009 aprobó la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior con el fin primordial de compatibilizar la actividad publicitaria con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Madrid.

La Ordenanza fue innovadora en numerosos aspectos, tales como la distinción entre actividades publicitarias y actividades de identificación, con diferentes regímenes; la introducción de la posibilidad de autorización individualizada de actuaciones publicitarias con carácter experimental; la regulación de forma pormenorizada de las características de la identificación de establecimientos con especiales exigencias de señalización, como los de carácter sanitario y turístico; la adecuación al Plan General de Ordenación Urbana de 1997 respecto a la zonificación establecida para las áreas y edificios de interés histórico-artístico; y, muy especialmente, la regulación de la intensidad de la iluminación de los soportes.

Sin embargo, pese a que la Ordenanza incorporaba una serie de medidas para el logro de estos objetivos, su aplicación práctica a lo largo de estos últimos años ha puesto de manifiesto la necesidad de introducir modificaciones en algunos aspectos, dada la complejidad de algunas de las actuaciones reguladas en la misma y de los notables avances tecnológicos que se han producido en materia de publicidad exterior.

El proyecto cuya aprobación inicial se propone pretende adaptarse plenamente a la normativa europea en materia de servicios ya que aún persistían en su articulado algunas restricciones en la regulación de las actuaciones publicitarias en suelo de titularidad privada, como por ejemplo, las relativas a las posibilidades de instalación de publicidad en edificios de uso dotacional privado.

También, la modificación responde a motivaciones en materia de protección medioambiental y del patrimonio histórico-artístico, como consecuencia de la incorporación de nuevas técnicas y medios de publicidad exterior, al tiempo que pretende dar cobertura a actuaciones que no encuentran regulación en la Ordenanza actual, así como recoger lo dictaminado por los Tribunales en relación con diversos artículos, clarificar conceptos, y satisfacer las demandas formuladas tanto desde diversas empresas y asociaciones del sector, como del propio Ayuntamiento.

No obstante, la modificación no atañe al contenido del mensaje que se quiera publicitar, ya que ello excede de las competencias municipales en materia de publicidad exterior.



Constan en el expediente los informes preceptivos.

De conformidad con lo establecido en los artículos 17.1.a) y 48.3.a) de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid, la competencia para la adopción del presente Acuerdo corresponde a la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid.

A propuesta del Delegado del Área de Gobierno de Desarrollo Urbano Sostenible, previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Primero.- Aprobar el proyecto inicial de modificación de la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, aprobada por Acuerdo del Pleno del Ayuntamiento de 30 de enero de 2009, en los términos que figuran en el documento anexo a este Acuerdo.

Segundo.- Someter el expediente, de conformidad con lo previsto en el artículo 48.3. a) de Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid, al trámite de alegaciones durante un plazo de 30 días naturales, contados desde el día siguiente al de la publicación del anuncio correspondiente en el "Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid".

Tercero.- Si no se presentan alegaciones, el proyecto se entenderá aprobado con carácter definitivo y se remitirá al Pleno para su tramitación, conforme al artículo 48 de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid, y el Reglamento Orgánico del Pleno.



MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En el año 2009 se aprobó la Ordenanza reguladora de la Publicidad Exterior, con el fin primordial de compatibilizar la actividad publicitaria con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Madrid. Aunque dicha Ordenanza ha sido pionera en muchos aspectos, su puesta en práctica a lo largo de estos últimos años ha puesto de manifiesto la necesidad de introducir modificaciones a lo largo de su articulado que además de satisfacer las demandas formuladas tanto desde diversas empresas y asociaciones del sector, como del propio Ayuntamiento, recogen lo dictaminado por los Tribunales en varias Sentencias recaídas en relación con diversos artículos, clarifican conceptos, y regulan actuaciones que en el año 2009 prácticamente no existían, sin que dichas modificaciones tengan repercusión económica alguna para el Ayuntamiento.

ARTICULADO

Artículo Único: La Ordenanza reguladora de la Publicidad Exterior queda modificada como sigue.

Uno: El artículo 1 queda redactado de la siguiente manera:

“Artículo 1. *Objeto y definiciones.*

1.- La presente Ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones y actividades de publicidad exterior, cualquiera que sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje, con el fin primordial de compatibilizar esta actividad con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Madrid, como ciudad inclusiva y no discriminatoria, teniendo en consideración los objetivos de prevención y corrección de la contaminación lumínica y visual, el fomento de la utilización de fuentes de energía renovable y la reducción de la intrusión luminosa en el entorno doméstico, así como el fomento de una sociedad igualitaria.

2.- A efectos de esta Ordenanza se entiende por:

a) Publicidad: de conformidad con el artículo 2.1 de la ley General de Publicidad, es toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.



b) Publicidad exterior: la que es visible desde las vías y espacios públicos siendo susceptible de atraer la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen en medios privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o discurran por lugares o ámbitos de utilización común.

c) Vía pública: todo espacio de titularidad pública por el que transitan o en el que permanecen los ciudadanos.

d) Acciones publicitarias: presentaciones, promociones, acciones de comunicación, campañas publicitarias y actuaciones publicitarias no convencionales con actores y/o público mediante prácticas mercadotécnicas denominadas de street marketing que se realicen en la vía pública o en espacios de titularidad privada visibles desde la vía pública y cuya ejecución no requiera la utilización de soportes publicitarios fijos, con independencia de la exhibición expresa o no de marcas.

Las acciones publicitarias pueden ser efímeras, si su duración es igual o inferior a tres días, o de patrocinio, sin límite de duración, siempre que se ajusten a lo dispuesto en el artículo 11.

e) Street marketing: conjunto de acciones y técnicas no convencionales de publicidad exterior, que incorporen juegos, animaciones, espectáculos, presentaciones y otras actuaciones de similar naturaleza, que tengan por objeto generar un mayor impacto publicitario, estableciendo un contacto directo e interactivo con el público.

f) Instalación publicitaria: conjunto de soportes instalados en un determinado emplazamiento.

g) Órgano municipal competente: el que ostente la competencia en materia de publicidad exterior conforme a la organización de los servicios administrativos y al régimen municipal vigente de delegaciones y desconcentraciones.

h) Licencia publicitaria: licencia urbanística que habilita a su titular para la realización de las obras de instalación de los soportes y el ejercicio de la actividad de publicidad exterior visible desde la vía pública.

i) Licencia de identificación: licencia urbanística que habilita a su titular para la realización de las obras de instalación de los soportes y la exhibición de la identificación de la actividad que se ejerce en el establecimiento o de la denominación del propio edificio visible desde la vía pública.

j) Autorización de acción publicitaria: Autorización administrativa que habilita a su titular para la realización de una acción publicitaria efímera o municipal en suelo de titularidad y uso privado visible desde la vía pública.

k) Autorización especial: Autorización administrativa que habilita a su titular para la realización de una acción publicitaria municipal o efímera en dominio público municipal o en suelo de titularidad privada de uso público visible desde la vía pública.



l) Autorización singular publicitaria: Autorización administrativa que habilita a su titular para la realización de las obras de instalación de elementos y el ejercicio de la actividad de publicidad exterior visible desde la vía pública, no contemplados en esta Ordenanza.

m) Autorización singular identificativa: Autorización administrativa que habilita a su titular para la realización de las obras de instalación de soportes y el ejercicio de la actividad de identificación visible desde la vía pública, no contemplados en esta Ordenanza.

n) Vías con circulación superior a 50 Km/h: se definen como aquéllas en las que la velocidad máxima de circulación autorizada, conforme a la señalización específica correspondiente, sea superior a 50 kilómetros/hora, así como los enlaces que den acceso a las mismas con independencia de la velocidad permitida.

3.- No están sujetos a esta Ordenanza las actividades que carezcan de naturaleza publicitaria de conformidad con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, cuando se efectúen en vía pública por entidades sin ánimo de lucro, partidos políticos y otras entidades vecinales y asociativas para informar, difundir y promocionar sus actos propios de carácter social, político, cultural, deportivo, de participación ciudadana, de fomento de valores cívicos y conductas humanitarias, de concienciación y sensibilización social y similares. En estos casos junto con la imagen del organizador, podrá exhibirse la marca de entidades patrocinadoras y/o colaboradoras, de modo que su presencia sea inequívocamente patrocinar el evento y no publicitar la marca. La suma de las superficies de las marcas no podrá exceder del veinticinco por ciento (25%) de la imagen del evento y/o del organizador.

El reparto de prensa gratuita se regula por su normativa específica. Las actividades realizadas durante las campañas electorales se ajustarán a las disposiciones previstas en materia electoral.

La señalización de edificios y dotaciones, en la vía pública, realizada por empresas concesionarias en cumplimiento de sus obligaciones, no es objeto de regulación por esta Ordenanza.

Las banderas representativas de los diferentes países, organismos oficiales, instituciones públicas nacionales e internacionales y similares, no tienen carácter publicitario y, en consecuencia, no estarán sometidas a lo dispuesto en esta Ordenanza.”

Dos: El artículo 2 queda redactado de la siguiente manera:

“Artículo 2. Medios de expresión publicitaria no autorizados.

1.- Se prohíbe expresamente.

a) La fijación de publicidad o propaganda mediante carteles, pegatinas, etiquetas, proyecciones y otros procedimientos similares y la realización de inscripciones y



dibujos con motivos publicitarios, salvo en el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras, sobre paramentos de edificios e instalaciones, pavimentos, muros, monumentos, obras públicas, arbolado, elementos de mobiliario urbano, señalización vertical informativa y de tráfico, alumbrado, regulación del tráfico, registros de instalaciones o cualquier otro servicio público.

b) La colocación de carteles indicativos o de señalización direccional con mención de marcas, distintivos, logotipos, nombres comerciales o de establecimientos, productos, promociones, etc. en vía pública y la utilización del arbolado, de señales de circulación, de los armarios, de los báculos y columnas de alumbrado público y de semáforos o de cualquier otro elemento de regulación del tráfico, así como de los rótulos viarios con esta finalidad.

c) Reparto o entrega en vía pública de folletos, anuncios, pegatinas o cualquier otra clase de producto publicitario, excepto el que se realice de forma controlada y dirigida a los participantes en el marco de una acción publicitaria.

d) Abordar a los viandantes que transitan en la vía pública ofreciendo información de un producto o servicio, con una finalidad publicitaria de conformidad con lo previsto en el artículo 2.1 de la Ley General de Publicidad.

2.- Se prohíbe la publicidad en cualquier tipo de vehículo o remolque, en circulación o estacionado, excepto la que se realice amparada en un contrato administrativo y en aquellos vehículos que, una vez estacionados, se transformen en instalaciones eventuales y accesorias para el desarrollo de una acción publicitaria. En aquellos vehículos que pertenezcan a actividades económicas podrá figurar un elemento de identificación, nombre y/o logotipo de la razón social de la empresa o de su titular o de la marca comercial del producto, sin mención de promociones de productos y servicios.

La instalación de publicidad en vehículos auto-taxis se regulará por su normativa municipal específica.

3.- La utilización de medios publicitarios sonoros está expresamente prohibida dentro del ámbito general de esta Ordenanza, rigiéndose su régimen disciplinario y sancionador por la normativa específica de protección del medio ambiente urbano frente a la contaminación acústica. Se podrá utilizar sonido en el marco de acciones publicitarias, previo informe favorable del órgano con competencias en materia de contaminación acústica.”

Tres: El artículo 3 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 3. Autorizaciones singulares y otros medios de expresión publicitaria.

1.- Se podrán conceder autorizaciones singulares definidas en el artículo 1.2., que amporen:

a) Actuaciones y elementos publicitarios tales como:



- La instalación de soportes publicitarios con pantallas de tecnología led o análoga.
- La instalación de elementos con volumen o cualquier otra clase de efectos añadidos en los soportes publicitarios.
- La difusión de acontecimientos relevantes de carácter institucional, cultural, deportivo, social y otros de singular importancia en edificios con independencia de la zona en la que se encuentren y de su nivel de catalogación, podrá realizarse mediante proyecciones luminosas. El plazo máximo de las proyecciones será de cinco días pudiendo superar, excepcionalmente, los límites de luminancia establecidos en el artículo 7. Al final de la emisión podrán exhibirse las marcas o logotipos de los patrocinadores o colaboradores del evento, de modo que su presencia sea inequívocamente patrocinar el evento y no publicitar la marca.

b) Actuaciones y elementos identificativos tales como:

- La identificación de edificios que por sus características técnicas y diseños arquitectónicos lo requieran, y con independencia de la zona en la que se encuentren.
- La instalación de pantallas de tecnología led o análoga, en establecimientos no incluidas en el artículo 29, sin que en ningún caso puedan utilizarse en sustitución de los elementos de señalización e identificación de actividades y establecimientos regulados en el Título VII.

2.- Las autorizaciones que se concedan para instalar pantallas de tecnología led o análoga en el ámbito de los focos o escenas encendidas tendrán este carácter singular, y conllevarán la reserva de espacios para la promoción de la ciudad de Madrid o de acontecimientos en los que participe directamente. “

Cuatro: Se modifican los apartados 1 y 2 del artículo 4, que quedan redactados del siguiente modo:

“Artículo 4. *Ámbitos territoriales de actuación.*

1.- Se establece la siguiente calificación tipológica del suelo del término municipal:

- Zona 1: Comprende la totalidad del suelo clasificado como No Urbanizable, los Sistemas Generales y Dotaciones Locales.
- Zona 2: Comprende los ámbitos comprendidos en:
 - a) Recinto Histórico de Madrid declarado Bien de Interés Cultural por decreto 61/1993, de 20 de mayo, en la categoría de Zona Arqueológica.
 - b) Área de Planeamiento Específico del Centro Histórico -APE 00.01 o APECH-.



- c) Área de Planeamiento Específico de los Cascos Históricos de los Distritos Periféricos de Fuencarral; El Pardo; Aravaca; Carabanchel Bajo; Carabanchel Alto; Hortaleza; Villaverde; Villa de Vallecas; Vicálvaro; Canillejas y Barajas.
- d) Área de Planeamiento Específico de las Colonias Históricas establecidas en el PGOUM.

Se distinguen las siguientes subzonas:

- Zona 2.1. de Especial Protección que comprende el ámbito del Recinto Histórico de Madrid; los ámbitos comprendidos en las áreas de planeamiento específico de las Colonias Históricas y de los Cascos Históricos de los Distritos Periféricos.
- Zona 2.2. Comprende el ámbito del área de planeamiento específico del Centro Histórico -APE 00.01- no incluido en la zona 2.1.
- Zona 3. Comprende el resto del suelo clasificado como urbano.
- Zona 4. Comprende el suelo clasificado como urbanizable.

2.- Se establecen como vías especiales las denominadas vías con velocidad superior a 50 Km/H que se definen en el artículo 1.2. n).”

Cinco: Se modifica el apartado 1 b), el 3 y se suprime el apartado 4 del artículo 5, quedando redactados del siguiente modo:

“Artículo 5. *Clases y características de los soportes publicitarios.*

1.- Los soportes publicitarios se clasifican en función de los materiales utilizados y su relación con la luz sin que ambos grupos sean excluyentes entre sí.

b) En relación a la luz se distingue entre:

Soporte opacos: son aquellos que no disponen de sistemas de iluminación.

Soportes iluminados: son los soportes opacos que reciben la luz de forma externa.

Soportes luminosos: son aquellos que proyectan la luz desde su interior, ya sea frontalmente o por su parte posterior, en cuyo caso recibirán la denominación de retroiluminados.

3.- Los soportes rígidos que se destinen a recibir papel pegado deberán contar con un marco perimetral que impida el deslizamiento de los adhesivos utilizados.”

Seis: Se modifica la redacción del apartado 1 del artículo 6, quedando redactado de la siguiente manera:

“Artículo 6. *Emplazamientos y superficie publicitaria.*

1.- Emplazamiento es cada uno de los ámbitos físicos susceptibles de ser utilizados para la instalación de los soportes publicitarios o identificativos regulados en esta Ordenanza. Cada emplazamiento publicitario es único, solo podrá instalarse un tipo



de soporte publicitario con excepción de las lonas sobre estructura de andamio dado su carácter temporal, y no podrá ser objeto de segregación parcial a efectos de su explotación publicitaria.”

Siete: Se modifican los apartados 2 a), b) y c) y el 4 b) y c) del artículo 7, cuya redacción queda como sigue:

“Artículo 7. *Condiciones de iluminación.*

2.- Se fijan las siguientes condiciones de la iluminación para los soportes con iluminación.

- a) La instalación eléctrica cumplirá con las determinaciones establecidas en la normativa de aplicación.
- b) No se permitirá la iluminación de los soportes publicitarios utilizando energía producida por cualquier grupo autónomo de combustión interna, excepto para aquellas actuaciones publicitarias sujetas a autorización especial cuando resulte estrictamente necesario para su realización.

Con carácter general se utilizará, siempre que la instalación lo permita, dispositivos de ahorro energético y fuentes de energía renovables.

c) La iluminación proyectada, sobre cualquier tipo de soporte, deberá tener siempre una orientación descendente con una sola línea de proyectores en la parte superior. La proyección de luz no podrá sobrepasar los límites de su superficie.

4.- A los soportes con tecnología de iluminación digital – sistemas de diodos emisores de luz u otros similares- se les aplicará el siguiente régimen.

- b) La orientación del haz de luz siempre será descendente para evitar la contaminación lumínica. En la licencia publicitaria o identificativa se fijarán las condiciones técnicas de la iluminación y las del horario de cada instalación de acuerdo con el proyecto técnico presentado.
- c) En el supuesto de que los mensajes publicitarios o identificativos transmitidos mediante imágenes puedan afectar al tráfico rodado y a sus instalaciones y elementos de señalización será preceptivo el informe favorable del órgano municipal con competencias en materia de movilidad.”

Ocho: Se modifica el artículo 8, cuya redacción queda como sigue:

“Artículo 8. *Protección del entorno.*

1.- Cualquier actuación publicitaria o identificativa deberá realizarse de forma que su impacto visual y ambiental sea mínimo. Por ello, no podrá producir daños en el entorno, ni será autorizable su alteración mediante podas o talas de arbolado, desplazamiento de tierras o escombros, modificación de elementos arquitectónicos, etc.



- 2.- No se autorizarán, en ningún caso, actuaciones publicitarias o identificativas que produzcan distorsiones perjudiciales para el paisaje urbano o natural ni las que por su ubicación o diseño puedan perjudicar o comprometer la adecuada visibilidad de los viandantes, del tráfico rodado y de su señalización.
- 3.- Cuando por los servicios técnicos municipales se considere necesario para lograr la debida integración de la actuación publicitaria o identificativa en el ambiente urbano, se podrá exigir, previa justificación, la utilización de materiales, técnicas o diseños específicos, e informes de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio y del paisaje urbano.
- 4.- La gestión de los residuos generados deberá realizarse de acuerdo con lo dispuesto en la normativa estatal, autonómica y local reguladora de la limpieza de espacios públicos y de la generación, tratamiento y eliminación de residuos.”

Nuevo: Se modifica el artículo 9 que queda redactado como sigue:

“Artículo 9. *Protección del patrimonio.*

- 1.- Se prohíbe, con carácter general, la instalación de cualquier elemento publicitario en los Bienes declarados de Interés Cultural y en sus entornos de protección; en los edificios, parques y jardines, establecimientos comerciales y elementos urbanos incluidos en los Catálogos de Protección con nivel 1 de protección, así como en los Cementerios Históricos protegidos por el planeamiento específico, salvo cuando se encuentren incluidos en focos o escenas encendidas o cuando se trate de soportes publicitarios que, por su valor histórico y cultural, conforman el paisaje urbano de la ciudad, en cuyo caso, se requerirá informe favorable de las comisiones competentes en la protección del patrimonio y del paisaje urbano.
- 2.- Toda actuación publicitaria que afecte a elementos catalogados, con menor nivel de protección que el señalado en el párrafo anterior, o a las áreas declaradas de interés histórico, artístico, paisajístico y natural, estará sometida a las condiciones y limitaciones necesarias para garantizar su integración en el ambiente urbano, su correcta armonización con el entorno y la ausencia de interferencias en la contemplación del bien protegido. Se respetarán los valores paisajísticos y el mantenimiento de las líneas compositivas de los edificios, sin ocultar sus elementos decorativos y ornamentales. Se podrán imponer dimensiones distintas a las permitidas con carácter general, en función de las características compositivas del edificio y la necesidad de evitar los impactos negativos.
- 3.- Salvo las excepciones que las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio y del paisaje urbano puedan admitir en función de las especiales características de cada emplazamiento, las instalaciones publicitarias se realizarán con elementos sueltos -letras, logotipos-, debiendo minimizarse el impacto de los elementos de anclaje y sujeción.
- 4.- Todo lo anterior, sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley 3/2013 de 18 de junio, de Patrimonio Histórico de la Comunidad de Madrid.”



Diez: Se modifican los apartados 1 y 2 y se elimina el apartado 3 del artículo 10, que queda redactado como sigue:

“Artículo 10. Publicidad en dominio público.

1.- La publicidad que se instale en cualquier tipo de vehículo municipal; los soportes instalados en parcelas y edificios municipales de uso dotacional y los soportes situados o que vuelen sobre suelo de titularidad municipal, salvo los flexibles sobre estructuras de andamios con motivo de realización de obras, será objeto de licitación pública y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación.

2.- La instalación de publicidad en los mercados municipales, los quioscos de prensa y en las terrazas de veladores se regulará por su normativa municipal específica.”

Once: Se modifican los apartados 1 y 2, se elimina el apartado 3 y se modifica el 4 que pasa a ser el 3 del artículo 11, que queda redactado como sigue:

“Artículo 11. Autorizaciones especiales.

1.- Las acciones publicitarias municipales serán objeto de autorización especial y podrán ser:

- De carácter institucional: acciones de tipo, cultural, deportivo o de singular importancia para la ciudad de Madrid, promovidas y costeadas exclusiva o mayoritariamente por el Ayuntamiento de Madrid.
- De interés institucional: acciones de tipo, cultural, deportivo o de singular importancia para la ciudad de Madrid, en las que el Ayuntamiento participa y autoriza la presencia de la marca municipal. Dicho interés será debidamente justificado por el órgano municipal solicitante mediante el correspondiente informe.

De conformidad con la Ordenanza Fiscal reguladora de la tasa por Utilización Privativa o Aprovechamiento Especial del Dominio Público Local para el Desarrollo de Acciones Publicitarias Especiales, las acciones de carácter institucional no están sujetas a la tasa.

2.- Se podrá autorizar la utilización de los báculos y columnas de alumbrado público, como soporte divulgativo o informativo de carácter institucional, con ocasión de acontecimientos y programas de tipo cultural, deportivo u otros de singular importancia, así como para actuaciones de este mismo tipo que sean de interés institucional y como tales sean debidamente justificadas por el órgano municipal competente. Su utilización, será igualmente autorizada durante las campañas electorales, ajustándose a las disposiciones previstas en la legislación electoral.

Sin perjuicio de lo dispuesto en las condiciones que se establezcan en su contratación, la exhibición de contenidos de interés institucional en mobiliario urbano con publicidad, será justificada por el órgano municipal competente.



3.- Las actuaciones publicitarias efímeras, cuando se ejecuten en dominio público municipal o en suelo de titularidad privada de uso público, requieren para su realización la previa obtención de autorización especial.”

Doce: Se modifica el artículo 12, que queda redactado como sigue:

“Artículo 12. *Actuaciones no permitidas.*

Excepto en los supuestos regulados en los dos artículos anteriores, se prohíbe la utilización del dominio público con fines publicitarios.”

Trece: El apartado 3 del artículo 15 queda redactado como sigue:

“Artículo 15. *Características.*

3.- Sólo podrá instalarse el soporte publicitario sobre la coronación de la última planta de cada edificio, entendiéndose ésta como el plano del peto de protección de cubierta, o en su defecto, el de la cara superior del remate del forjado de la última planta, cuando la cubierta carezca de utilización, a excepción de las instalaciones generales del edificio tales como equipos de aire acondicionado, casetas de ascensores, tendederos o antenas.

Cuando las góndolas de limpieza de fachadas o las instalaciones generales del edificio situadas en la cubierta impidan la colocación del rótulo en las condiciones señaladas en el párrafo anterior, se permitirá su instalación en los elementos que sirvan de protección de dichas instalaciones.”

Catorce: Se modifica en el apartado 1 las letras c), d), g) y se suprime la letra f) de modo que la letra g) pasa a ser la letra f) del artículo 16, que queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 16. *Condiciones de la instalación.*

c) Su altura no podrá exceder del diez por ciento (10%) de la del edificio con un máximo de cinco metros y medio (5,50 m), medidos desde la línea de remate del peto de protección, barandal u otros elementos que impidan su visualización.

d) La superficie publicitaria del rótulo será la comprendida en el rectángulo que circunscriba la totalidad de los elementos del mensaje y será como máximo de setenta metros cuadrados (70 m²), sin que la superficie opaca del mismo pueda superar catorce metros cuadrados (14 m²) y las instalaciones carecerán de fondos visibles.

f) En la subzona 2.2 y en la zona 3 el ancho mínimo de calle será de doce metros (12 m). En las vías con velocidad superior a 50 Km/h, la distancia mínima desde el edificio donde se instale el soporte a la vía será de veinte metros (20 m).”



Quince: Se modifican los apartados 1 a) y 3 y se añade un párrafo a continuación del apartado 1 b) del artículo 18, que quedan redactados del siguiente modo:

“Artículo 18. Ámbito de aplicación.

“1.- Se admite la colocación de soportes publicitarios en las medianeras situadas en los siguientes ámbitos:

a) En la zona 2 sólo se autorizarán dentro del ámbito de la subzona 2.2.

b) En toda la zona 3.

La instalación de soportes publicitarios en la subzona 2.2 y fuera de este ámbito en los edificios catalogados deberá contar con informe favorable de las comisiones competentes en la protección del patrimonio histórico, artístico y natural, salvo que se ajuste a los criterios recogidos en el ANEXO III.

3.- En vías con velocidad superior a 50 Km/h, el edificio en el que se sitúe la publicidad deberá estar a un mínimo de veinte metros (20 m) de distancia de la vía.”

Dieciséis: Se modifica el artículo 21, que queda redactado como sigue:

“Artículo 21. Ámbito de aplicación.

1.- Se consideran como emplazamientos susceptibles de instalación de soportes publicitarios para el anuncio de productos que se comercialicen en el establecimiento, las partes ciegas de las fachadas de edificios de uso exclusivo terciario comercial situados en la zona 2, previo informe favorable de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural, y en las zonas 3 y 4 y de uso exclusivo industrial situadas en zonas 3 y 4.

2.- En vías con velocidad superior a 50 Km/h, el edificio en el que se sitúe la publicidad deberá estar a un mínimo de veinte metros (20 m) de distancia de la vía.

3.- En los edificios o establecimientos en los que se desarrollen actividades educativas, culturales, de espectáculos o de singular interés público, situados en las zonas 1, 2 y 3, con independencia de su nivel de catalogación, se podrán instalar en las partes ciegas de la fachada soportes flexibles paralelos o perpendiculares a la misma, para la identificación del edificio o establecimiento, o la difusión de sus actividades, siempre que no se modifiquen sus elementos arquitectónicos. Cuando las características del edificio lo requieran se podrán instalar con esta finalidad soportes flexibles o rígidos en el cerramiento de la parcela o en el espacio libre de la misma. Los situados en la zona 2 requerirán para su aprobación informe favorable de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural.



4.- Los anuncios de venta y alquiler de edificios, bien de forma global o bien mediante piezas independientes una vez terminada su construcción, y los anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas, se podrán instalar en la fachada de los edificios situados en todas las zonas establecidas en la Ordenanza.”

Diecisiete: Se modifican los apartados 1 y 3 y se introduce un nuevo apartado 4, pasando el actual como apartado 5 en el artículo 22, que quedan redactados como sigue:

“Artículo 22. *Condiciones.*

1.- La superficie máxima publicitaria de los soportes rígidos y de los soportes flexibles en las zonas 2, 3 y 4 no podrá exceder del cuarenta por ciento (40%) de la parte ciega de la fachada.

3.- Para la autorización de estos soportes se exigirá su adaptación al edificio y a su entorno. Por parte de los servicios municipales se podrán establecer, previa justificación, condiciones específicas para dicha adaptación.

4.- Para el anuncio de la venta o alquiler de edificios, bien de forma global o bien mediante piezas independientes una vez terminada su construcción, podrá colocarse un único elemento opaco flexible por edificio, donde solo podrá figurar la empresa promotora y los datos de contacto como teléfono, correo electrónico o página web, de acuerdo con las siguientes opciones (FIGURA 1 ANEXO II):

a) Horizontalmente, en la fachada de la última planta del edificio, o en los petos de cubierta estableciéndose el siguiente régimen de alturas, sin contar las plantas bajo rasante:

- Hasta 7 plantas: 150 cm.
- Hasta 15 plantas: 170 cm.
- Hasta 20 plantas: 200 cm.

No obstante, la altura del anuncio se reducirá en aquellos casos en los que la superficie ciega de la última planta o la del peto, frente o lamas de cubierta sobre los que se instale sea inferior a la altura máxima permitida.

b) Verticalmente, en las zonas ciegas de la fachada, sin tapar huecos, respetando un marco perimetral de 25 cm como mínimo.

c) En los locales comerciales situados en planta baja del propio edificio mientras se encuentren vacíos se podrá instalar un elemento transparente adherido a los huecos de fachada o soporte flexible en el caso de estar los huecos tabicados.

Con independencia de las opciones anteriores, simultáneamente se podrá colocar un soporte en el acceso al edificio, bien de la misma anchura que el hueco de acceso y sobre el dintel del mismo, o bien dentro del hueco en las zonas no practicables de la carpintería.”



Dieciocho: Se modifica el apartado 1 y se añade un apartado 5 en el artículo 24, que quedan redactados como sigue:

“Artículo 24. Ámbito de aplicación.

1.- En todas las zonas establecidas en la presente Ordenanza, las obras susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán todas las definidas en el PGOU, y en el caso de los soportes flexibles sobre estructura de andamio solo aquellas en las que esté justificada la instalación de la misma.

5.- No tendrán la consideración de lonas publicitarias aquellas que no contengan ningún tipo de publicidad tales como aquellas que reproduzcan la imagen de la fachada del edificio.”

Diecinueve: Los apartados 1 y 2 del artículo 25 quedan redactados del siguiente modo:

“Artículo 25. Condiciones de los soportes.

1.- Los soportes publicitarios rígidos en obras, tipo carteleras luminosas o iluminadas y opacas, deberán instalarse en la alineación oficial o en el cerramiento de la obra, en caso de estar autorizado, sin volar sobre la vía pública. Su altura máxima será de cinco metros y medio (5,50 m) sobre la rasante del terreno en la alineación oficial y la superficie publicitaria máxima será de doscientos cuarenta metros cuadrados (240 m²) por cada cien metros (100 m) de línea de fachada del solar, debiendo mantener una distancia mínima de diez centímetros (10 cm) entre soportes.

Se podrán utilizar directamente los cerramientos de obras para instalar anuncios cuyo contenido se limite a dar a conocer la apertura de un nuevo establecimiento o actividad con indicación de su denominación y logotipo, cuya superficie no podrá superar un tercio de la superficie del cerramiento.

En las vías con velocidad superior a 50 km/h, la distancia mínima desde el soporte publicitario a la vía, será de veinte metros (20 m) y la altura del mismo no superará los cinco metros y medio (5,50 m) sobre la rasante del terreno.

2.- Los soportes publicitarios flexibles sobre estructuras de andamio cubrirán la totalidad de la superficie del andamio teniendo como limitación la altura del edificio y la longitud de fachada. En la parte inferior de la lona se reservará una franja corrida a lo largo de toda la lona de 150 centímetros (150 cm) de altura, en la que figurarán los elementos de identificación de los establecimientos existentes en el edificio cuya localización quede afectada por la instalación del soporte y las de la empresa publicitaria, quedando prohibida la colocación de otros soportes rígidos o flexibles.

No se considerará publicitaria la colocación de la franja continua de 150 centímetros (150 cm) de altura en la parte inferior del andamio, en la que figuren únicamente los elementos de identificación de los establecimientos existentes. Del mismo modo tampoco tendrá la consideración de publicitaria la colocación de una franja continua



de las mismas características en la que figure la identificación de la empresas constructoras, las instaladoras del andamio y las de sistemas de seguridad, que deberá situarse en la parte inferior del andamio o en su caso, sobre la franja de identificación de los establecimientos (FIGURA 2 ANEXO II).

En edificios declarados Bien de Interés Cultural o en sus entornos de protección, la publicidad deberá quedar integrada en la representación de la imagen del propio edificio o de su entorno, de modo que dicha representación tenga mayor protagonismo que la publicitaria, y requerirá informe previo favorable de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio”.

Veinte: Se modifica el apartado 3 del artículo 26, que queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 26. Definiciones y ámbitos de aplicación.

3.- Los solares y terrenos sin uso susceptibles de servir como emplazamientos publicitarios son los situados, dentro de la zona 1 en las dotaciones locales y en los sistemas generales hasta el inicio de las obras que materialicen la ejecución del planeamiento, y en las zonas 3 y 4.”

Veintiuno: Se modifica el apartado 2 y se suprime el apartado 3, renumerándose el resto del artículo 27, quedando redactado como sigue:

“Artículo 27. Condiciones de los soportes en solares y terrenos sin uso.

2. Se instalarán sobre el cerramiento del solar, sin volar sobre la vía pública y siempre en la alineación oficial. No obstante, en aquellos supuestos en los que la realidad física no se corresponde con la alineación definida en el planeamiento vigente, los soportes se instalarán sobre el cerramiento del solar existente (FIGURA 3 ANEXO II).

Cuando la alineación forme esquina, se admitirá que el soporte no se instale sobre el cerramiento siempre que sus extremos se apoyen en dicha alineación (FIGURA 4 ANEXO II).

Los soportes se situarán sobre el cerramiento de separación con la vía pública y no sobre los linderos de las fincas colindantes. Sólo se autorizarán cuando el cerramiento esté previamente realizado, excepto en la zona 4.

Veintidós: Se modifican los apartados 1, 2 y 4 a) y e) del artículo 28, que quedan redactados como sigue:

“Artículo 28. Condiciones de los soportes en solares o terrenos sin uso, colindantes con vías con velocidad superior a 50 km/h.

1.- En los emplazamientos definidos en el artículo 26, que sean colindantes con vías con velocidad superior a 50 Km/h y discurran por tramos urbanos, ninguno de los



elementos del soporte publicitario deberá estar a una distancia inferior a veinte metros (20 m) de la vía.

Para la consideración del emplazamiento como colindante con vía de circulación con velocidad superior a 50 Km/h se atenderá a la realidad física del emplazamiento con independencia del planeamiento aprobado, condición que se perderá en el momento en que se inicien las obras de materialización del mismo.

2.- La instalación deberá cumplir las condiciones generales establecidas en el artículo 27 salvo las especialidades establecidas en los apartados siguientes, en función de la zonificación establecida en la Ordenanza, la calificación tipológica del suelo y de la vía con velocidad superior a 50 km/h.

4.- En la zona 4 los soportes se regularán de acuerdo con las siguientes condiciones, sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa reguladora de las carreteras de ámbito estatal y autonómico.

a) La superficie publicitaria máxima se establecerá según la proporción de ciento veinte metros cuadrados (120 m²) por cada cien metros (100 m) lineales de fachada del terreno a la vía con velocidad superior a 50 Km/h, debiendo mantener una distancia mínima de diez centímetros (10 cm) entre soportes.

e) La altura del soporte publicitario sobre la rasante del terreno en la alineación de la vía con velocidad superior a 50 Km/h y la distancia de la parte más próxima del mismo al fin del dominio público de la vía o a la alineación oficial, cumplirán la siguiente relación proporcional: $h = 0,5 \times d - 4$. En ningún caso el soporte podrá superar la cota máxima de veintiún metros (21 m) de altura y deberá situarse a una distancia mínima de veinte metros (20 m) (FIGURA 5 ANEXO II)."

Veintitrés: Se modifican los apartados 1 y 5 y se introduce el apartado 6 del artículo 29, que quedan redactados como sigue:

"Artículo 29. Características generales de los elementos de identificación.

1.- Son aquellos que tienen por fin exclusivo la identificación de actividades y establecimientos, la denominación de un edificio, y de una calle y/o de su numeración. No podrán contar con publicidad comercial distinta a aquella que haga referencia a la actividad desarrollada en el local, de acuerdo con la denominación social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios, a la que se dedique.

5.- Los rótulos y otros elementos de identificación, regulados en el Capítulo II del presente Título no podrán instalarse en edificios declarados Bien de Interés Cultural, salvo las excepciones que las comisiones competentes en la protección del patrimonio histórico, artístico y natural puedan establecer en razón a sus especiales características y su integración en el entorno.



6.- Podrán instalarse pantallas con tecnología led o análogas, para la identificación de un local o establecimiento y el anuncio de los productos o servicios que se comercializan en el mismo, siempre que la actividad se encuentre debidamente autorizada, y de acuerdo con los siguientes criterios:

a) La instalación de pantallas en edificios declarados Bien de Interés Cultural o en sus entornos de protección se autorizará con carácter singular.

b) La instalación de pantallas cuya superficie de la pantalla sea mayor de treinta metros cuadrados (30 m²) se autorizará con carácter singular.

c) Con carácter general, se instalarán en el interior de los locales situados en planta baja de los edificios, a una distancia mínima de sesenta centímetros (60 cm) de los vidrios.

En los locales que también desarrollen su actividad en la planta inmediatamente superior a la baja, y siempre y cuando su configuración exterior conforme un conjunto diferenciado del resto de la fachada, podrán instalarse en ambas plantas.

d) En cada local o establecimiento sólo podrá instalarse una pantalla por planta y fachada.

e) La distancia entre píxeles, denominada pixel pitch, no podrá ser superior a cuatro milímetros (4 mm), debiendo realizarse las labores de mantenimiento que eviten la existencia de píxeles muertos o atascados.

f) La luminancia se ajustará a lo dispuesto en el artículo 7 de la Ordenanza. La instalación deberá contar con un sensor crepuscular.

g) La pantalla podrá permanecer encendida desde el inicio de la actividad hasta las 22:00 horas, no obstante si se produjesen molestias derivadas de la iluminación el horario de funcionamiento podrá reducirse.

h) El régimen de distancias será el establecido para las muestras con iluminación en el artículo 32.

i) Se podrán emitir imágenes sin movimiento de acuerdo con lo siguiente:

- El intervalo mínimo de rotación será de 7 segundos.
- Las imágenes no podrán producir deslumbramiento, ni inducir a la confusión con señales de tráfico.
- No está permitido el uso de sonido.”

Veinticuatro: El artículo 30 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 30. *Muestras.*

Son los elementos paralelos al plano de fachada del local, realizados en cualquier clase de material rígido, situados en planta baja y primera de los edificios pudiendo ser opacas o contar con iluminación.



La instalación de muestras en zona 2 y fuera de este ámbito en los edificios catalogados deberá contar con informe favorable de las comisiones competentes en la protección del patrimonio, salvo que se ajuste a los criterios recogidos en el ANEXO III.”

Veinticinco: El artículo 31 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 31. *Muestras opacas.*

1. - En la zona 2 y en edificios catalogados situados fuera de la misma, se admiten las soluciones que a continuación se describen (FIGURA 6 ANEXO II):

a) Sobre el dintel de los huecos de fachada del local, únicamente en planta baja, en cuyo caso, deberán realizarse en forma de logotipo, marca o texto compuesto por letra suelta unida o no entre sí, y podrán tener, como máximo, una longitud total que no supere la del dintel correspondiente y una altura de como máximo cuarenta y cinco centímetros (45 cm) y con un saliente de cinco centímetros (5 cm).

b) En el interior de los huecos de fachada del local, en planta baja y primera, en cuyo caso, deberán realizarse en forma de logotipo, marca o texto compuesto por letra suelta unida o no entre sí. La altura máxima de las muestras será de sesenta centímetros (60 cm) en planta baja y de cuarenta centímetros (40 cm) en planta primera, sin que puedan sobresalir del hueco, debiendo quedar retranqueadas en el interior del mismo, diez centímetros (10 cm) con respecto al plano de fachada. En el supuesto de que en los huecos de fachada del local no haya posibilidad de retranqueo, la muestra se instalará en el cristal de la ventana mediante grabación, serigrafía, elemento transparente superpuesto o similar.

c) Las placas que se sitúen en las jambas de los portales ocuparán una dimensión máxima de un cuadrado de veinte centímetros (20 cm) de lado y cinco milímetros (5 mm) de grosor.

d) En los macizos de fábrica entre huecos de planta baja, únicamente en forma de logotipo, marca o texto compuesto de letra suelta inscribible en un polígono de superficie no mayor a cero coma treinta metros cuadrados ($0,30 \text{ m}^2$) y un saliente de cinco centímetros (5 cm).

e) Se podrán adosar a las marquesinas con una altura máxima igual al espesor de las mismas y cinco centímetros (5 cm) de grosor.

2.- En las restantes zonas además de las soluciones anteriores se admiten las siguientes (FIGURA 7 ANEXO II):

a) Sobre el dintel de los huecos de fachada del local y sin cubrir éstos, únicamente en planta baja, podrán ocupar una franja corrida de anchura inferior a sesenta centímetros (60 cm) con un saliente de hasta diez centímetros (10 cm). Deberán quedar a una distancia superior a cincuenta centímetros (50 cm) del hueco de acceso al portal del edificio, debiendo dejar totalmente libre el dintel del mismo.



- b) En el interior de los huecos de fachada del local, en planta baja y primera, en cuyo caso, la altura máxima será de sesenta centímetros (60 cm) en planta baja y de cuarenta centímetros (40 cm) en planta primera, sin que puedan sobresalir del hueco, debiendo quedar retranqueadas en el interior del mismo diez centímetros (10 cm) con respecto al plano de fachada. En el supuesto de que en los huecos de fachada del local no haya posibilidad de retranqueo, la muestra se instalará en el cristal de la ventana mediante grabación, serigrafía, elemento transparente superpuesto o similar
- c) Se podrán adosar a las marquesinas con una altura máxima igual al espesor de las mismas y cinco centímetros (5 cm) de grosor.
- d) Las placas que se sitúen en las jambas de los portales ocuparán la dimensión máxima de un cuadrado de veinticinco centímetros (25 cm) de lado y cinco milímetros (5 mm) de grosor.”

Veintiséis: El artículo 32 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 32. *Muestras con iluminación.*

1.- Son condiciones comunes a la instalación de muestras con iluminación en todas las zonas las siguientes:

- a) Irán situadas a una distancia de al menos diez metros (10 m) de huecos de ventanas de edificios de uso residencial u hospitalario si las luces son oblicuas o veinte metros (20 m) si las luces son rectas.
- b) Se situarán a una altura superior a tres metros (3 m) sobre la rasante de la calle o terreno. Cuando la iluminación se realice mediante sistemas de iluminación exteriores, los tres metros (3 m) se medirán a dicho sistemas.
- c) No se permite la instalación de muestras con iluminación en las jambas de los portales, macizos de fábrica entre huecos de planta baja ni cantos de marquesinas.
- d) Las muestras con iluminación situadas sobre el dintel de los huecos tendrán un saliente máximo de quince centímetros (15 cm).

2. - En la zona 2 y en edificios catalogados situados fuera de la misma, se admiten las soluciones que a continuación se describen (FIGURA 8 ANEXO II):

- a) Sobre el dintel de los huecos de fachada del local, únicamente en planta baja, en cuyo caso, su longitud no superará la del dintel correspondiente y su altura será de como máximo cuarenta y cinco centímetros (45 cm). En este supuesto, se realizarán en forma de logotipo, marca o texto compuesto por letra suelta unida o no entre sí, pudiendo ser luminosos o iluminados.
- b) En el interior de los huecos de fachada del local, en planta baja y primera, en cuyo caso, la altura máxima será de sesenta centímetros (60 cm) en planta baja y de cuarenta centímetros (40 cm) en planta primera, sin que puedan sobresalir del hueco, debiendo quedar retranqueadas en el interior del mismo, diez centímetros (10 cm) con respecto al plano de fachada. En este supuesto, se realizarán en forma de logotipo, marca o texto compuesto por letra suelta unida o no entre sí, pudiendo ser



luminosos, iluminados o calados sobre superficie opaca con iluminación interior. La superficie opaca será como mínimo del sesenta por ciento (60%) de la superficie total del soporte.

3.- En las restantes zonas además de las soluciones anteriores se admiten las siguientes (FIGURA 9 ANEXO II):

a) Sobre el dintel de los huecos de fachada del local, únicamente en planta baja, con una longitud total que no supere la del dintel correspondiente y una altura máxima de sesenta centímetros (60 cm). Deberán quedar a una distancia superior a cincuenta centímetros (50 cm) del hueco de acceso al portal, debiendo dejar totalmente libre el dintel del mismo.

b) En el interior de los huecos de fachada del local, en planta baja y primera, en cuyo caso, la altura máxima será de sesenta centímetros (60 cm) en planta baja y de cuarenta centímetros (40 cm) en planta primera, sin que puedan sobresalir del hueco, debiendo quedar retranqueadas en el interior del mismo, diez centímetros (10 cm) con respecto al plano de fachada.”

Veintisiete: Se modifica el apartado 2 del artículo 33 que queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 33. *Banderines.*

2- La instalación de banderines en zona 2 y fuera de este ámbito en los edificios catalogados deberá contar con informe favorable de las comisiones competentes en la protección del patrimonio, salvo que se ajuste a los criterios recogidos en el ANEXO III.”

Veintiocho: Se modifica el apartado 1 y el apartado 2 a) y c) del artículo 34, que queda redactado como sigue:

“Artículo 34. *Toldos y otros elementos flexibles y banderolas.*

1.- Toldos y otros elementos flexibles. Se permite el anuncio del nombre del establecimiento en la falda de los toldos o en la franja inferior del elemento flexible que puedan instalarse cumpliendo las condiciones generales previstas en las Normas Urbanísticas para este tipo de elementos. En planta de pisos no tendrán una anchura mayor que la del hueco, recogándose en el interior.

Los toldos se realizarán con materiales flexibles, no admitiéndose rígidos, rectos o fijos.

En los edificios situados en la zona 2 solo se autorizan en planta baja y primera y siempre con la misma longitud que el hueco, pudiendo admitirse mayores tamaños en planta baja cuando las características de la portada lo justifiquen arquitectónica y estéticamente.



La instalación de toldos en zona 2 y fuera de este ámbito en los edificios catalogados deberá contar con informe favorable de las comisiones competentes en la protección del patrimonio, salvo que se ajuste a los criterios recogidos en el ANEXO III.”

2.- Banderolas.

- a) Las dimensiones máximas de las banderolas serán de cincuenta centímetros (50 cm) de anchura y ciento veinte centímetros (120 cm) de longitud. En planta primera la longitud no podrá exceder la altura de los huecos de la fachada correspondiente.
- c) Las banderolas se integrarán en la fachada y su entorno, en planta baja deberán dejar una altura libre desde el plano de la acera de doscientos veinticinco centímetros (225 cm).”

Veintinueve: El artículo 36 queda redactado de la siguiente manera:

“Artículo 36. *Definición y clases.*

Se entiende por rótulos de identificación los elementos que, situados en las fincas sobre las que tengan título legal suficiente, sirvan para indicar la denominación del propio edificio o de las personas físicas o jurídicas o el ejercicio de actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a las que se dedican sin que, en ningún caso, puedan tener finalidad publicitaria.

1.- Rótulos en coronación.

- a) Se podrán instalar en los edificios de las zonas 1, 2 y 3.
- b) Solo podrá identificarse una actividad por edificio. Podrá autorizarse con carácter singular la instalación como máximo de dos rótulos, en el caso de que coexistan varias actividades en el mismo edificio, o tratándose de una misma actividad, la tipología edificatoria y/o su situación impidan su adecuada visualización.
- c) A los rótulos de identificación que se sitúen en coronación de edificios se les aplicarán las condiciones establecidas en cuanto a dimensiones y características en los artículos 15 y 16.

2. Rótulos en fachada.

Podrá colocarse un elemento de identificación opaco, luminoso o mediante grabación, serigrafía o elemento transparente superpuesto, en la fachada superior de la última planta del edificio, mediante letras sueltas con una altura no superior a ciento veinte centímetros (120 cm). La instalación de soportes luminosos estará sujeta al cumplimiento del régimen de distancias establecido para los rótulos en coronación.

3.- Carteles de identificación en solares o terrenos sin uso y colindantes con vías con velocidad superior a 50 km/h.



Se podrán instalar en solares y terrenos sin uso regulados en el Título VI de esta Ordenanza, carteles identificativos con la denominación de las personas físicas o jurídicas o el ejercicio de actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a las que se dedican sin que, en ningún caso, puedan tener finalidad publicitaria, no pudiendo sobrepasar los veinticuatro metros cuadrados (24 m²) por emplazamiento y cumpliendo las demás determinaciones contenidas en dicho Título.

En los emplazamientos situados en zona 4, podrán instalarse un solo soporte por emplazamiento que no supere los veinticuatro metros cuadrados (24 m²) de superficie, que deberá cumplir lo establecido en el artículo 28 para las condiciones de su instalación.

4.-Hitos identificativos y directorios.

En cada edificio de uso exclusivo no residencial se podrá instalar un hito de identificación del propio edificio y/o de la actividad en el espacio libre de parcela y dentro de la alineación oficial. Su altura será como máximo de doce metros (12 m), sin superar la altura del edificio. En el caso de identificar varias actividades que se ejerzan en el mismo edificio tendrán la denominación de directorio.

Su diseño y composición deberán integrarse en el proyecto de edificación sin que su instalación pueda suponer, en ningún caso, un peligro para las instalaciones y edificios existentes en la propia parcela, para las edificaciones colindantes y vías de circulación de vehículos. En el supuesto de colindar con vías con velocidad superior a 50 km/h, deberán respetar el régimen de distancias establecido en el artículo 28.”

Treinta: Se modifican los apartados 1, 3, 6 y 9 y se introduce un apartado 4 en el artículo 37, de modo que el apartado 4 pasa a ser el 5, el apartado 5 pasa a ser el 6, el apartado 6 pasa a ser el 7, el apartado 7 pasa a ser el 8, el apartado 8 pasa a ser el 9 y el apartado 9 pasa a ser el apartado 10, quedando redactado de la siguiente manera:

“Artículo 37. *Objeto, contenido y tipos de intervención.*

1.- La realización de cualquier clase de actividad o acción publicitaria, aunque no esté contemplada expresamente en esta Ordenanza, queda sometida a la previa obtención de licencia urbanística, autorización administrativa, declaración responsable o comunicación, sin perjuicio de las demás licencias y autorizaciones que sean pertinentes con arreglo a la legislación sectorial aplicable.

3.- La actividad publicitaria y la identificación de actividades y establecimientos quedan sujetas a la obtención de licencia urbanística cuando se desarrollen mediante la instalación de soportes con estructuras y materiales que puedan estar anclados al pavimento, instalados sobre fachadas, ser autoportantes o cualquier otra modalidad, así como cuando requieran por sus características técnicas y de seguridad la redacción de un proyecto técnico.



Su tramitación se realizará de acuerdo con las determinaciones previstas en la normativa municipal en materia de licencias urbanísticas en atención al uso afectado y al ámbito de aplicación de dicha normativa, así como en la legislación urbanística de la Comunidad de Madrid.

4. La inexactitud, falsedad u omisión, de carácter esencial, en cualquier dato, manifestación o documento que se acompañe o incorpore a una declaración responsable o comunicación, o la no presentación ante la Administración competente de la declaración responsable o comunicación, conlleva la imposibilidad de continuar con el ejercicio del derecho o actividad afectada desde el momento en que se tenga constancia de tales hechos, sin perjuicio de las responsabilidades penales, civiles o administrativas a que hubiera lugar.

La resolución de la Administración Pública, que previa audiencia del interesado, declare tales circunstancias podrá determinar la obligación del interesado de restituir la situación jurídica al momento previo al reconocimiento o al ejercicio del derecho o al inicio de la actividad correspondiente, así como la imposibilidad de instar un nuevo procedimiento con el mismo objeto durante un período máximo de un año.

7.- La realización de las actuaciones singulares, debido a su impacto y repercusión en el paisaje urbano, quedan sujetas a autorización al concurrir razones de interés general, requiriéndose informe previo favorable del Grupo Técnico de Publicidad. Si requiere la utilización de estructuras o soportes que por sus características técnicas y de seguridad precisen de la redacción de un proyecto técnico, deberán cumplirse las condiciones técnicas exigidas para las licencias urbanísticas.

10.- Las siguientes instalaciones no requerirán la previa obtención de licencia, autorización, declaración responsable ni comunicación:

- a) Instalación de los anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas.
- b) Instalación de los elementos de identificación en el cristal interior de los huecos de fachada de edificios de uso no residencial mediante grabación, serigrafía o elemento transparente superpuesto.
- c) Instalación de las muestras en el cristal interior de los huecos de fachada de planta baja y primera mediante grabación, serigrafía elemento transparente superpuesto o similar.
- d) La instalación de elementos transparentes adheridos a los huecos de fachada o soportes flexibles en el caso de estar los huecos tabicados, en los locales comerciales situados en planta baja del propio edificio mientras se encuentren desocupados para el anuncio de su venta o alquiler.

Treinta y uno: Se modifican los apartados 1 y 2 del artículo 38, se introduce un apartado 4, pasando el apartado 4 a ser el apartado 5, con una nueva redacción en sus apartados a), c) y d), y el apartado 5 pasa a ser el 6, en el siguiente sentido:

“Artículo 38. Vigencia de las licencias, autorizaciones y de las actuaciones de publicidad.



1.- Por su especial naturaleza y trascendencia en el paisaje urbano, las autorizaciones y licencias para instalaciones publicitarias, rótulos y otros elementos de identificación regulados en el Capítulo II del Título VII de esta Ordenanza, tienen carácter temporal, siendo su plazo de vigencia de cinco años desde la fecha de su concesión.

2.- La vigencia de la licencia para instalación de soportes publicitarias en obras queda vinculada a la duración de éstas, salvo la licencia para instalación de soportes publicitarias flexibles sobre estructura de andamios por razón de obras cuya duración inicial será, como máximo, de 6 meses renovables, por una sola vez, por el mismo plazo inicial y no se concederá una nueva licencia hasta transcurridos diez años, con independencia de la realización de nuevas obras durante ese periodo.

No se concederá licencia para instalar un soporte publicitario flexible sobre estructura de andamio a las personas físicas o jurídicas que hayan sido sancionados por la comisión de una infracción consistente en la instalación de un soporte publicitario flexible sobre estructura de andamio sin el correspondiente permiso municipal o sin ajustarse a sus condiciones, en el plazo de 1 año computado desde el día siguiente al que adquiera firmeza la sanción.

4.- Las licencias para la instalación de venta o alquiler de edificios bien de forma global o bien mediante piezas independientes una vez terminada su construcción tendrán una vigencia de un año, renovable por una sola vez por el mismo plazo inicial.

5.- La vigencia de las autorizaciones, declaraciones responsables y comunicaciones previas estará vinculada al plazo de duración que se establezca en cada una de las siguientes actuaciones:

a) Actuaciones singulares: su duración se determinará en cada supuesto concreto, sin que en ningún caso puedan superar los periodos máximos de vigencia establecidos para las licencias publicitarias e identificativas.

c) Acciones publicitarias efímeras: se estará en función del plazo de ejecución que no podrá exceder de tres días consecutivos como máximo, sin que pueda repetirse la acción en el mismo Distrito en el plazo de 3 meses.

d) Proyecciones luminosas: se autorizarán de acuerdo a la duración del acontecimiento que promocionen con un máximo de 5 días.”

Treinta y dos: El artículo 39 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 39 Renovación de las licencias.

1.- Las licencias publicitarias se podrán renovar sucesivamente cada cinco años y por un plazo máximo igual al inicialmente acordado.

2.- Las licencias de identificación reguladas en el Capítulo II del Título VII, se podrán renovar por periodos de cinco años, si bien estará condicionada al ejercicio de la actividad por el titular de la misma, debiendo solicitarse una nueva licencia en caso de



transmisión o modificación de la licencia de actividad, siempre que ello suponga la alteración del nombre, marca comercial, logotipo o cualquier otro elemento de identificación de la actividad o establecimiento.

3.- Las renovaciones se concederán expresamente por el órgano municipal competente. Se solicitarán por su titular con anterioridad a la conclusión del plazo de vigencia, debiendo presentarse con la solicitud de renovación la siguiente documentación:

- a) Fotografías actualizadas del emplazamiento en soporte digital JPG.
- b) Certificado de facultativo competente en el que conste que la instalación se ajusta a la licencia concedida y se mantienen las condiciones de seguridad y estética previstas en el proyecto inicial o prescritas en la licencia.
- c) Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil exigido, en su caso, para la concesión de la licencia.
- d) Acreditación del pago de las tasas correspondientes.

En caso de no ser presentados los documentos anteriores o éstos presentaran deficiencias, se otorgará un plazo diez días para que se subsane la deficiencia o se presente la nueva documentación requerida, con advertencia de que, si así no se hiciera, se le tendrá por desistido de su petición.

Si una vez comprobadas las instalaciones se advirtieran deficiencias o incumplimiento de las condiciones y prescripciones bajo las que se concedió, no procederá la renovación de la licencia solicitada.

Las licencias publicitarias e identificativas se renovarán periódicamente sin perjuicio de la obligación del titular de adaptarse a las nuevas determinaciones que se aprueben por disposiciones de carácter general o a las modificaciones de la propia Ordenanza, una vez finalizada la vigencia del plazo inicialmente autorizado o de la renovación.”

Treinta y tres: El apartado 3 artículo 40 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 40. *Transmisión de las licencias y autorizaciones.*

3.- No serán transmisibles las autorizaciones de acciones publicitarias o especiales por vincular directamente al titular con la actuación a realizar.”

Treinta y cuatro: El apartado 2 del artículo 41 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 41. *Procedimiento de tramitación de licencias y autorizaciones.*

2.- Las solicitudes de autorización previstas en esta Ordenanza que no requieran la utilización de estructuras y soportes fijos se tramitarán conforme al procedimiento establecido en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Común de las Administraciones Públicas, sin perjuicio de las peculiaridades y requisitos que por razón de su contenido específico se establezcan en la presente Ordenanza o en cualquier otra normativa sectorial que pudiera ser de aplicación.”



Treinta y cinco: El artículo 42 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 42. *Iniciación.*

Los procedimientos de tramitación de las licencias urbanísticas publicitarias y de identificación así como de las autorizaciones especiales y de actuación de publicidad exterior reguladas en la presente Ordenanza, se iniciarán mediante la presentación de la solicitud en formulario normalizado, acompañada de una memoria explicativa, en la que se expongan todos los extremos relativos al desarrollo de la actuación que se pretenda, tales como el medio de transmisión del mensaje publicitario, condiciones técnicas y de iluminación, especialmente, las relativas al cumplimiento de los valores máximos de luminancia, dimensiones, determinación de las características del emplazamiento, horarios, determinación de la ocupación de dominio público, y demás características de la actividad publicitaria y de identificación de las actividades y establecimientos, aportándose cuantos permisos o autorizaciones sean necesarios de acuerdo con la normativa sectorial de aplicación.”

Treinta y seis: Se modifica en el apartado 1 la letra f) y se introduce una nueva letra i) en el artículo 43, quedando redactado del siguiente modo:

“Artículo 43. *Documentación.*

f) Para las solicitudes de publicidad en obra el petitionerio aportará los datos concretos del expediente de licencia de obras u orden de ejecución que permita su localización, o si lo prefiere fotocopia de la misma.

En el supuesto de la instalación de soportes publicitarios flexibles sobre estructura de andamio por razón de obras, se presentará autoliquidación de la tasa de andamio con publicidad únicamente los meses en los que se exhiba publicidad.

i) Certificado de la entidad aseguradora de que el importe de la póliza prevista en el artículo 46 es suficiente para cubrir los posibles daños a personas o cosas.”

Treinta y siete: El artículo 46 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 46. *Seguro de responsabilidad civil.*

El titular de la licencia, o autorización publicitaria o identificativa, antes de su retirada, deberá aportar justificante de pago y póliza de seguro de responsabilidad civil, en importe suficiente, a juicio de la aseguradora, para cubrir los posibles daños a personas o cosas.

Asimismo deberán disponer de póliza, las actuaciones sujetas a declaración responsable o comunicación, extremo que el interesado declarará en la correspondiente solicitud.”

Treinta y ocho: Se modifica el párrafo segundo del artículo 48 que queda redactado del siguiente modo:



“Artículo 48. *Identificación de la instalación.*

En los rótulos en coronación deberá incluirse en el rectángulo que circunscriba la totalidad de los elementos del mensaje, la identificación sin computar a efectos de superficie publicitaria, con una superficie máxima del diez por ciento (10%).”

Treinta y nueve: El apartado 3 del artículo 53 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 53. *Protección de la legalidad.*

3. Cuando la actuación publicitaria se realizase sin presentar la declaración responsable o comunicación se adoptarán las medidas previstas en el artículo 69 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.”

Cuarenta : El artículo 54 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 54. *Restablecimiento de la legalidad.*

Las medidas de restablecimiento de la legalidad y el ejercicio de las facultades y prerrogativas en defensa del patrimonio municipal son independientes de la imposición de sanciones que procedan por la comisión de las infracciones tipificadas en la presente Ordenanza y en la legislación urbanística y patrimonial.

La responsabilidad administrativa derivada del procedimiento sancionador es compatible con la exigencia al infractor de la restauración de la legalidad urbanística, la reposición de la situación alterada por el mismo a su estado originario, así como con el resarcimiento de los daños y perjuicios causados.

Transcurridos los plazos sin que el interesado lleve a cabo la actuación requerida, el órgano municipal competente acordará la retirada o desmontaje de la instalación publicitaria con reposición de la situación alterada a su estado originario, siendo a cargo del interesado el coste de todas las medidas adoptadas.

Cuando la actuación publicitaria se desarrolle, sin la debida autorización, se podrá realizar la retirada inmediata del material publicitario utilizado.

Asimismo, el reparto de folletos o de cualquier producto publicitario sin autorización podrá dar lugar a su retirada inmediata por la Policía Municipal.

A los vehículos que transmitan mensajes publicitarios dentro del término municipal se les aplicarán las medidas establecidas en los artículos 40 y 41 la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid y en los artículos 61.16 y 91 de la Ordenanza de Movilidad de la Ciudad de Madrid, pudiendo ser retirados de la vía pública por los efectivos de la Policía Municipal y los Agentes de Movilidad encargados de la vigilancia del tráfico, para evitar la utilización de las vías públicas con fines publicitarios.”



Cuarenta y uno: Se modifican las letras a), c), d) y e) y se añaden las letras n), ñ) y o) del artículo 57, quedando redactado del siguiente modo:

“Artículo 57. *Infracciones muy graves.*

a) La instalación de soportes identificativos o publicitarios o la realización de actividades publicitarias sin la correspondiente licencia, autorización o presentación de declaración responsable, o sin ajustarse a las condiciones establecidas en las mismas, en ámbitos incluidos en las zonas 1 y 2 establecidas en el artículo 4 de esta Ordenanza.

c) La instalación de publicidad en edificios catalogados con nivel 1.

d) La instalación de soportes publicitarios, sin la correspondiente licencia o autorización o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, en edificios catalogados con nivel 2 de protección y con nivel 3 de protección parcial, relativa a la fachada.

e) La instalación de soportes publicitarios o de identificación sin la correspondiente licencia urbanística o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, sin respetar las distancias establecidas respecto a las vías con circulación superior a 50 km/h.

n) La utilización de un autobús, como medio publicitario para la transmisión de un mensaje bien sea en circulación o estacionado.

ñ) La utilización de la marca corporativa del Ayuntamiento de Madrid sin la correspondiente autorización.

o) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.”

Cuarenta y dos: Se modifica la letra a) y se introducen las letras q) y r) en el artículo 58, quedando redactado del siguiente modo:

“Artículo 58. *Infracciones graves.*

a) La instalación de soportes publicitarios o la realización de actividades publicitarias sin la correspondiente presentación de comunicación, declaración responsable, o sin contar con las autorizaciones o licencias preceptivas o contraviniendo las condiciones de las otorgadas, cuando no se consideren muy graves.

q) El incumplimiento de lo dispuesto en el apartado 1 del artículo 2 de la Ordenanza, en ámbitos incluidos en las zonas 1 y 2 establecidas en el artículo 4 de la misma.

r) La reincidencia en la comisión de infracciones leves.”



Cuarenta y tres: Se modifica la letra i) y se introducen dos nuevas letras, de modo que la letra j pasa a ser la letra l) en el artículo 59, que queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 59. *Infracciones leves.*

- i) La utilización de cualquier clase de vehículo o remolque, a excepción de los autobuses, como medio publicitario para la transmisión de un mensaje bien sea en circulación o estacionado.
- j) El incumplimiento de lo dispuesto en el apartado 1 del artículo 2 de la Ordenanza, en ámbitos incluidos en la zona 3 y 4 establecida en el artículo 4 de la misma.
- k) La falta de retirada del documento de licencia o autorización en el plazo de un mes contado partir de la recepción de la notificación de concesión de la misma.
- l) Cualquier otra acción u omisión que, contraviniendo lo dispuesto en la presente Ordenanza, no esté calificada como grave o muy grave.”

Cuarenta y cinco: El artículo 64 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 64. *Procedimiento sancionador.*

Los procedimientos administrativos sancionadores por infracciones tipificadas en la presente Ordenanza se tramitarán de conformidad con lo dispuesto en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y, en lo que no se oponga a la legislación básica, con lo dispuesto en el Reglamento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora por la Administración de la Comunidad de Madrid, aprobado por Decreto 245/2000, de 16 de noviembre.”

Cuarenta y seis: Se modifica el apartado 1 del artículo 66 quedando redactado del siguiente modo:

“Artículo 66. *Multas coercitivas.*

1.- Si los infractores no procedieran al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente Ordenanza, sin perjuicio de la sanción que se pudiera imponer, el órgano competente podrá acordar la imposición de multas coercitivas con arreglo a los artículos 103 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y 52.2 de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y Régimen Especial de Madrid, una vez transcurridos los plazos establecidos en el requerimiento correspondiente.

La cuantía de cada una de las multas no superará un tercio de la multa fijada por infracción cometida, con límite máximo de tres mil euros (3.000 euros) y sus actualizaciones anuales conforme a la evolución anual del IPC.”

Cuarenta y siete: Se modifica el párrafo primero de la Disposición Adicional Única que pasa a ser la primera y queda redactada del siguiente modo:



“Disposición adicional primera. *Convenios*.

En el ámbito de la presente Ordenanza el Ayuntamiento de Madrid podrá, mediante la formalización de convenios o realización de programas con Organismos Públicos, Entidades, Colegios o Asociaciones Profesionales representativos de determinados sectores de actividad con características especiales de implantación, de utilización de imágenes corporativas o por prestación de servicios comunes, establecer condiciones particulares para la determinación del plazo voluntario de adecuación a las condiciones establecidas, la homologación o determinación de las características técnicas y estéticas de los elementos de identificación y señalización de actividades y establecimientos, tales como los servicios de carácter sanitario, farmacéutico, de hospedaje, bancario y otros. La formalización del Convenio no exime de la tramitación de las correspondientes licencias o autorizaciones.”

Cuarenta y ocho: Se introduce una disposición adicional segunda con la siguiente redacción:

“Disposición adicional segunda. *Protección del patrimonio*.

No será necesario someter a informe de la Comisión de Protección del Patrimonio Histórico, Artístico y Natural, las actuaciones que se ajusten a los Criterios Generales aprobados por la misma que se encuentran contenidos en el ANEXO III.”

Cuarenta y nueve: Se introduce un apartado 4 en la Disposición Transitoria Primera, que queda redactada del siguiente modo:

“Disposición transitoria primera. *Régimen y adecuación de las licencias*.

4.- La instalación de pantallas de tecnología digital en establecimientos deberá adaptarse a la nueva regulación en el plazo máximo de veinticuatro (24) meses desde la entrada en vigor de la modificación de la Ordenanza.”

Cincuenta: La Disposición Final Primera queda redactada del siguiente modo:

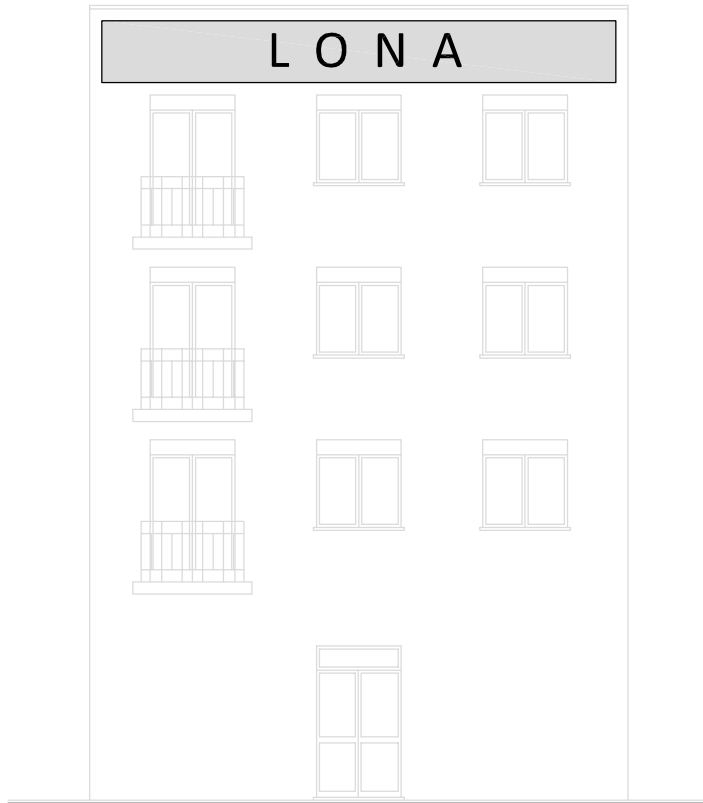
“Disposición final primera. *Interpretación de la ordenanza*.

Se faculta al titular del Área con competencias en materia de publicidad exterior para dictar Instrucciones con el fin de interpretar y resolver cuantas cuestiones surjan de su aplicación.”

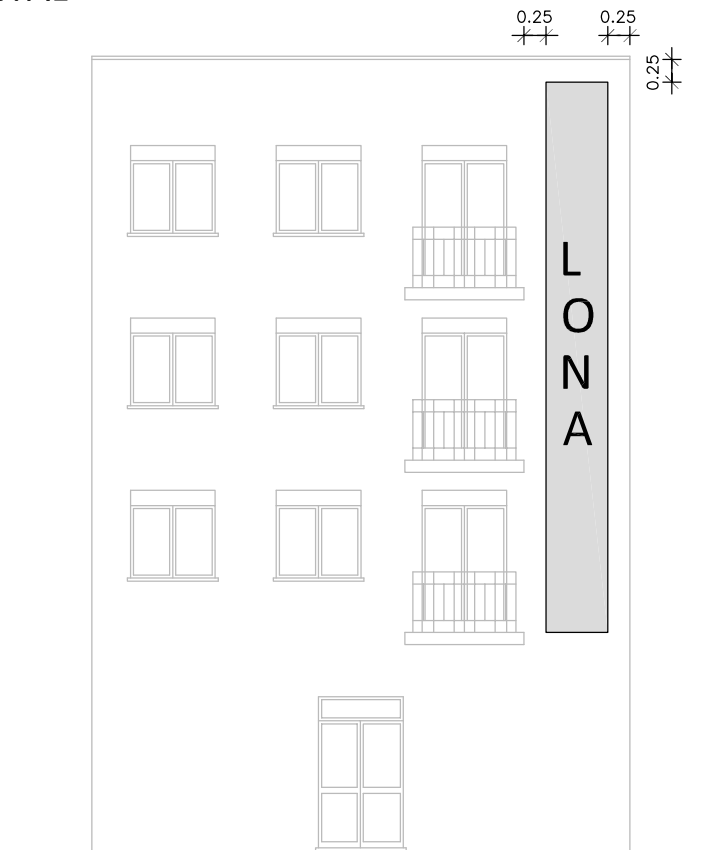
Cincuenta y uno: Por último, se incluyen un ANEXO II y un ANEXO III, en los que se representan gráficamente distintas actuaciones para facilitar su comprensión y se recogen los criterios de la Comisión de Protección del Patrimonio Histórico, Artístico y Natural respectivamente, y el ANEXO de delimitación de recinto histórico de Madrid y del APE 00.01 incluidos en las zonas 2.1 y 2.2 del artículo 4 de la ordenanza, pasa a ser el ANEXO I.

A N E X O - I I

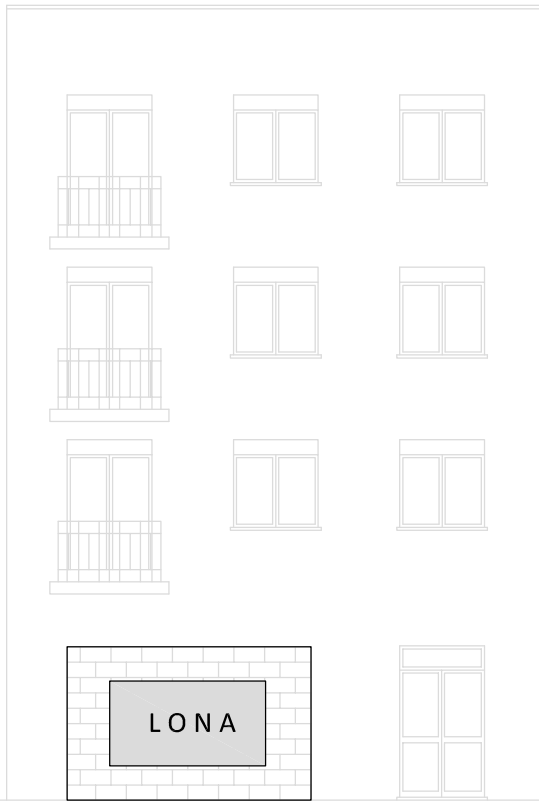
FIGURA 1



a) SOPORTE FLEXIBLE EN DISPOSICIÓN HORIZONTAL

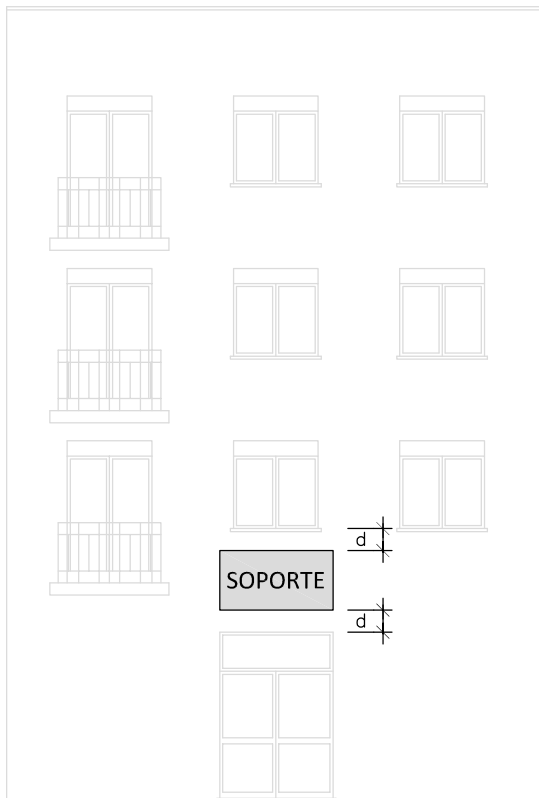


b) SOPORTE FLEXIBLE EN DISPOSICIÓN VERTICAL



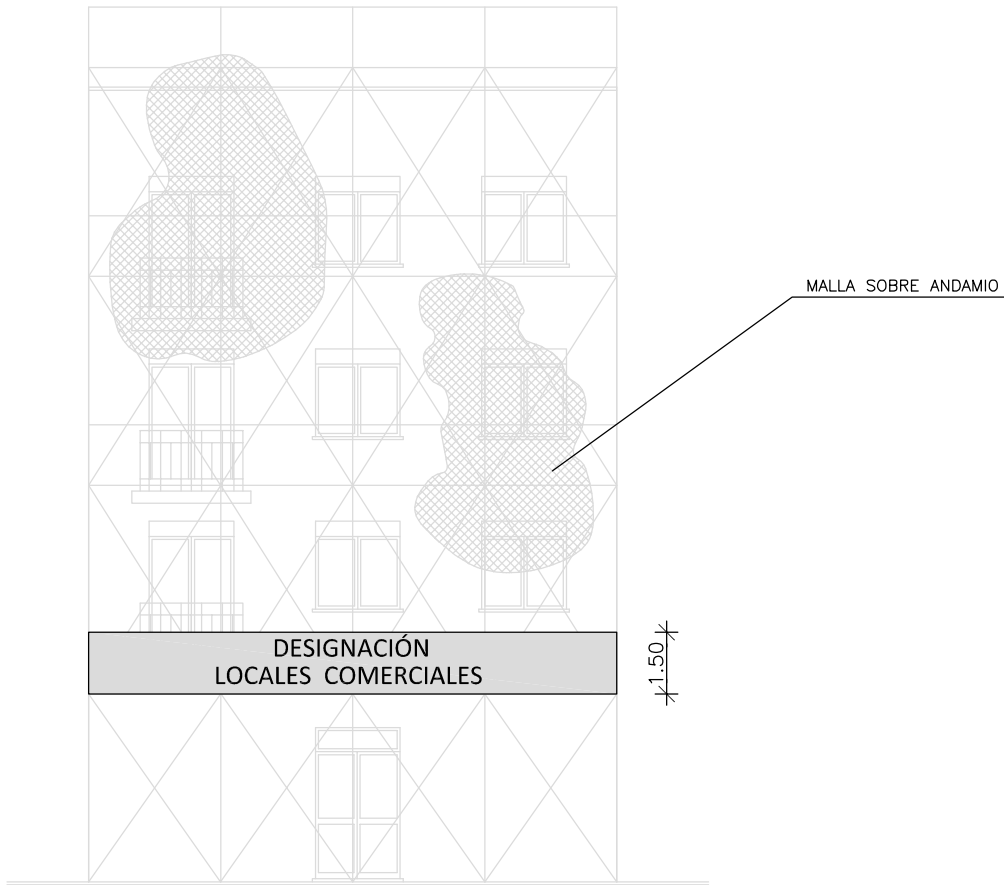
c) SOPORTE FLEXIBLE
HUECOS TABICADOS

c) ELEMENTO TRANSPARENTE
ADHERIDO SOBRE VIDRIO

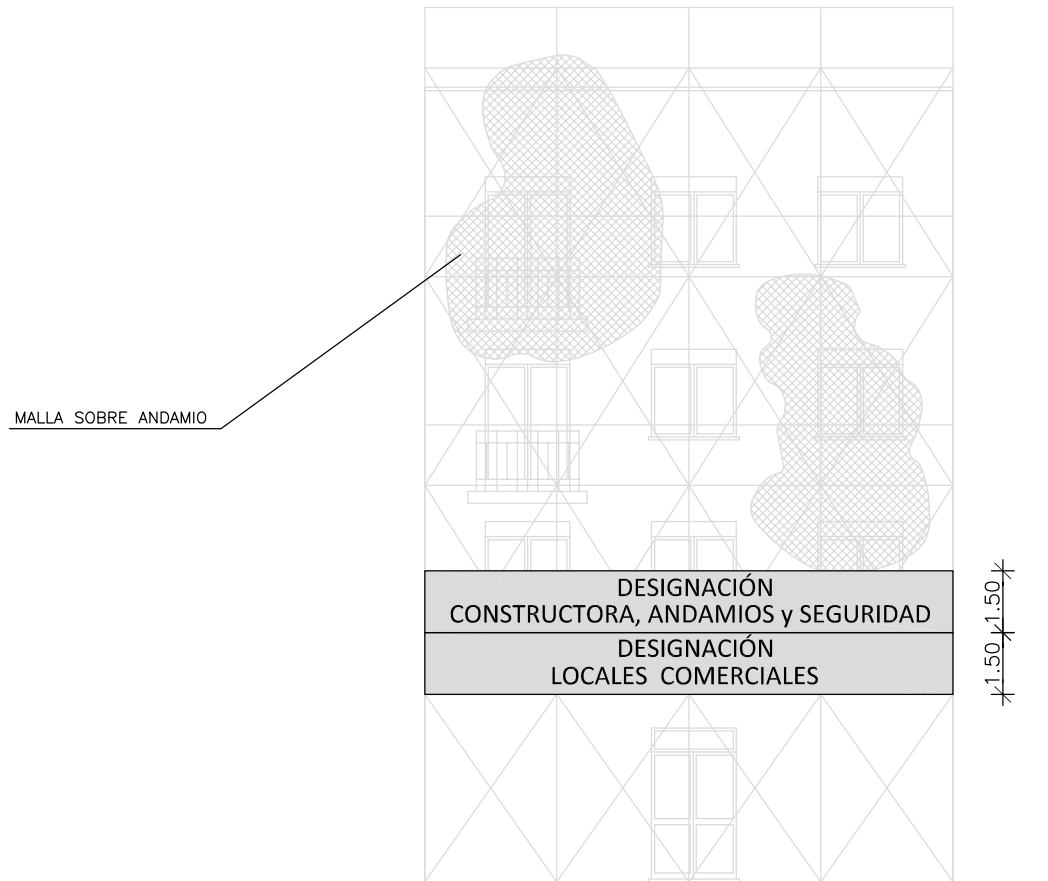


d) SOPORTE SOBRE DINTEL

d) SOPORTE DENTRO DEL HUECO

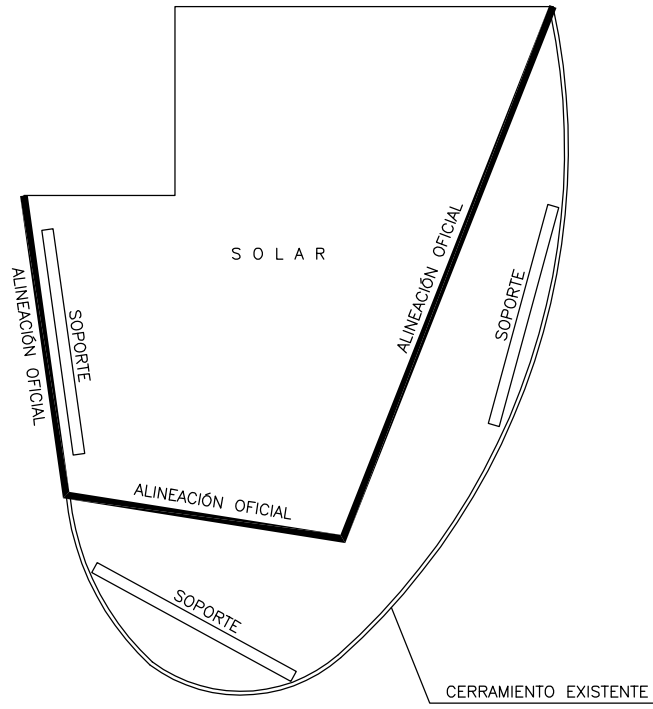


OPCION 1



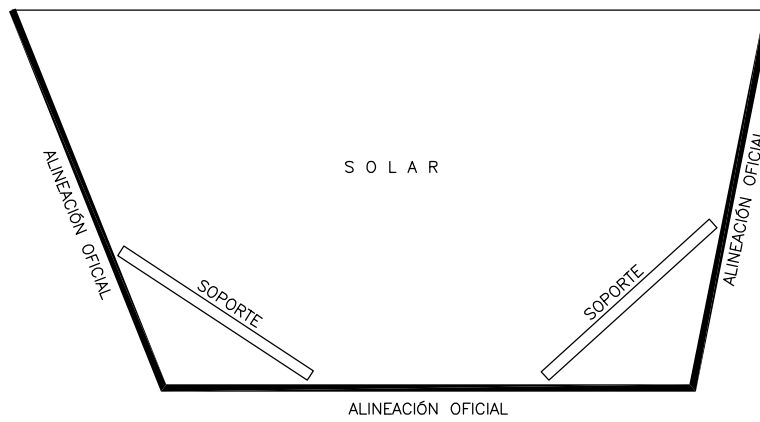
OPCION 2

FIGURA 3



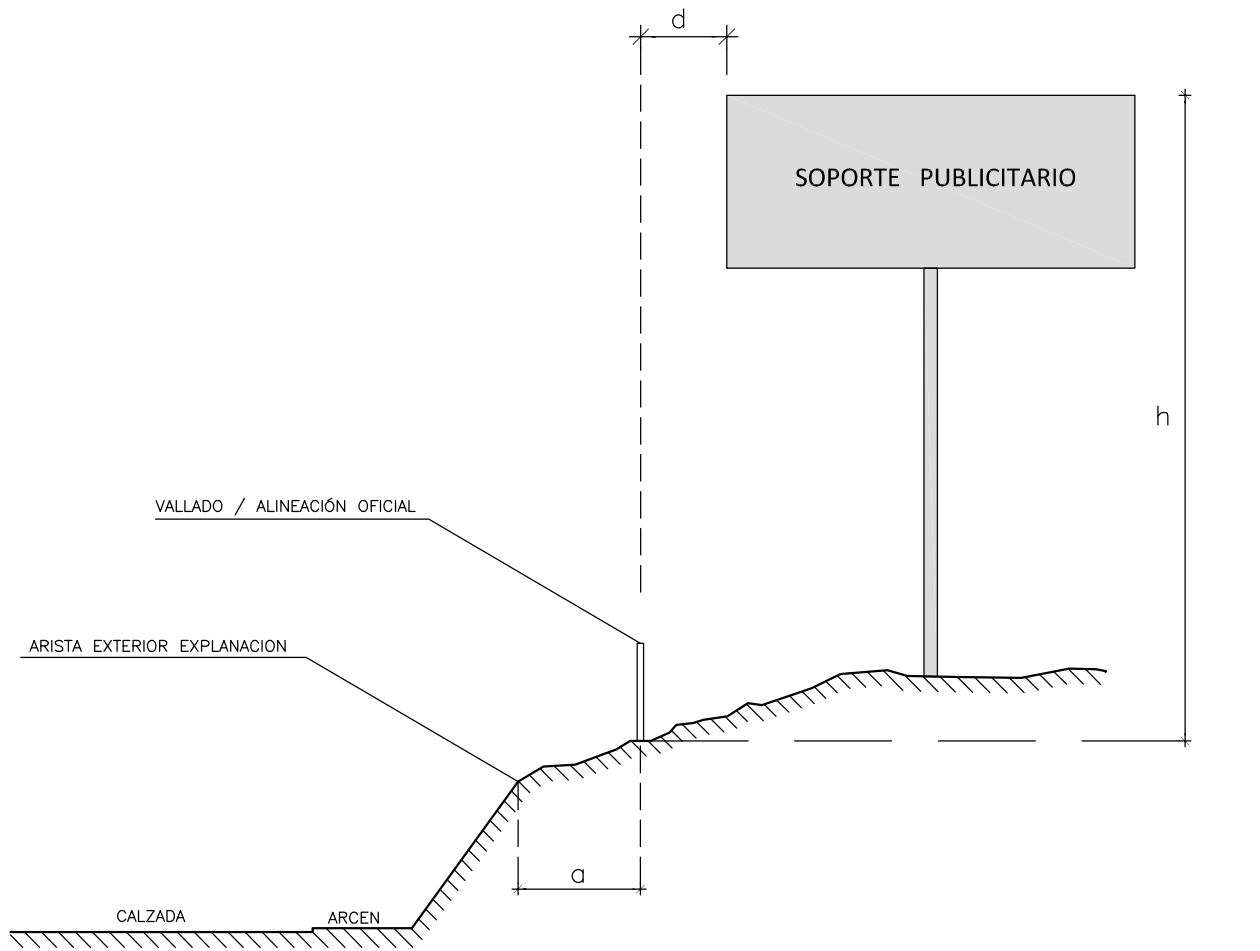
SOPORTES FUERA DE LA ALINEACIÓN OFICIAL

FIGURA 4



SOPORTES EN ALINEACIÓN OFICIAL EN ESQUINA

FIGURA 5



a = artículo 29 ley 37/2015 de carreteras

- 8m autopistas y autovías.
- 3m carreteras convencionales, multicarril y vías de servicio.

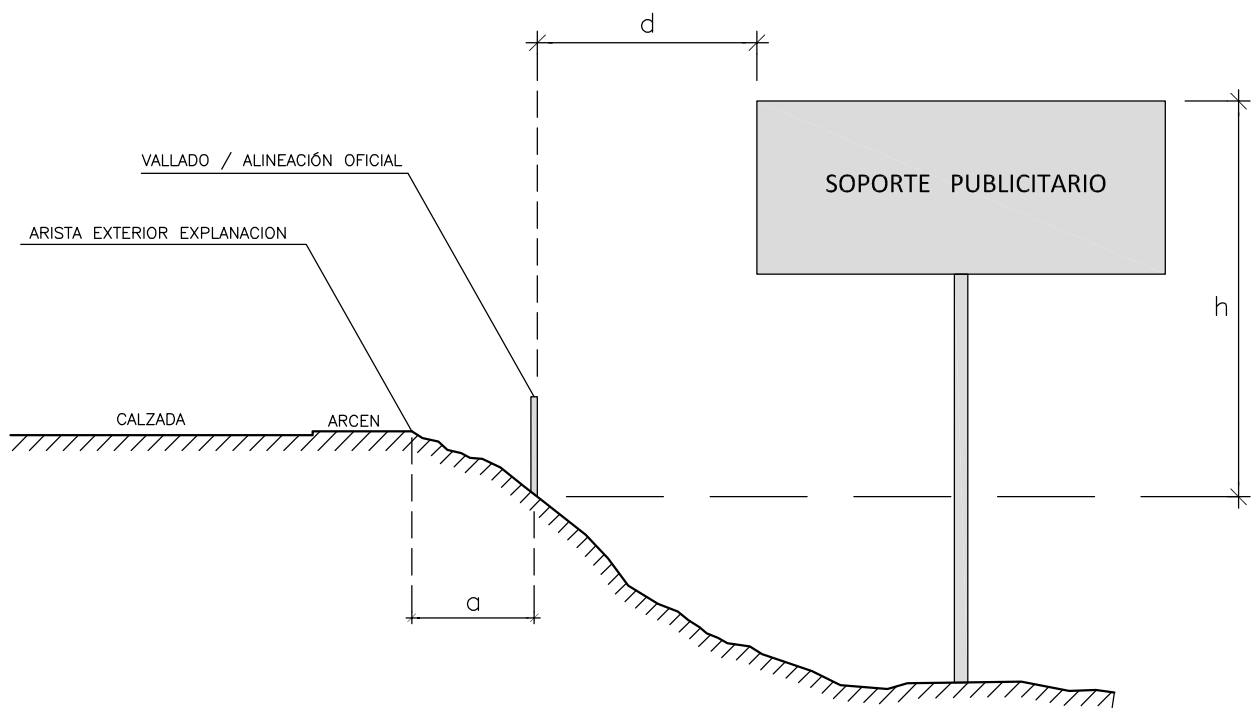
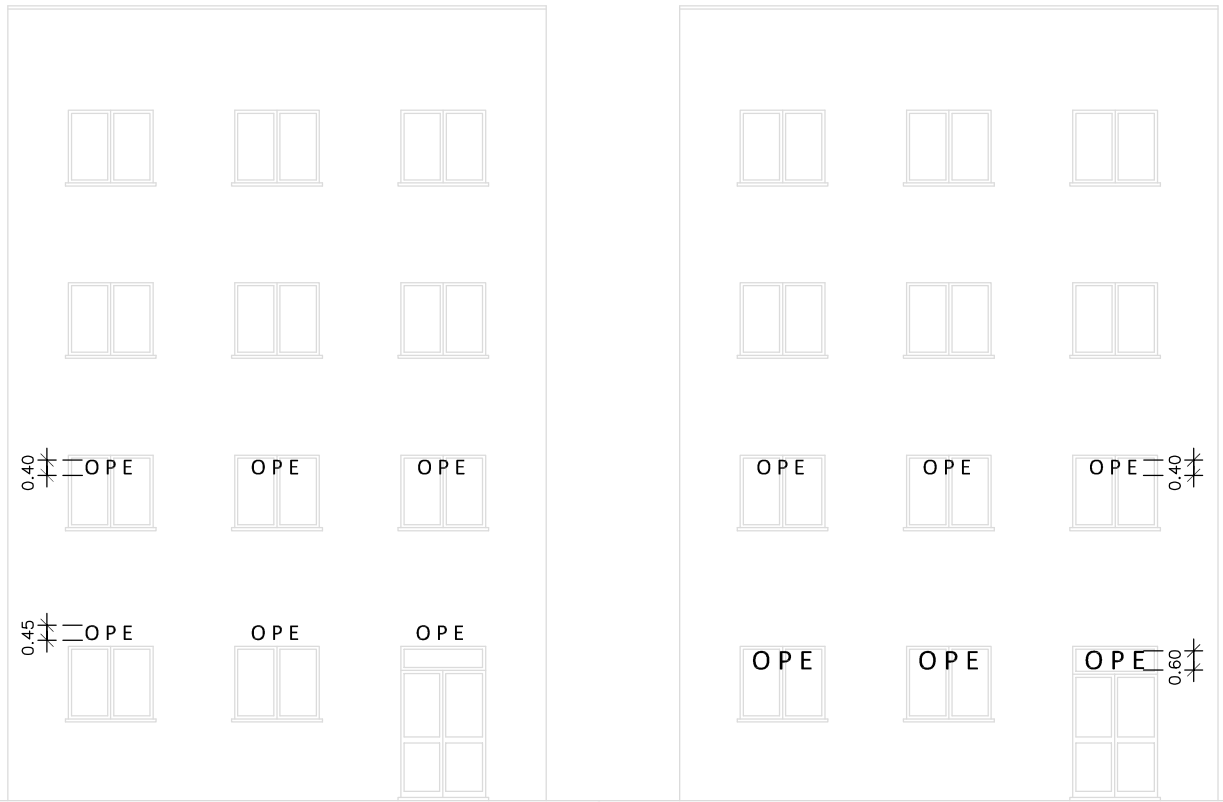


FIGURA 6



MUESTRAS OPACAS ZONA 2

FIGURA 7



MUESTRAS OPACAS RESTO DE ZONAS

FIGURA 8



MUESTRAS CON ILUMINACIÓN ZONA 2


 TEXTO CALADO
O P E LETRA SUELTA

FIGURA 9



MUESTRAS CON ILUMINACIÓN RESTO DE ZONAS



ANEXO III CRITERIOS GENERALES DE LA CPPHAN DE APLICACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA OPE

Criterios cuya aplicación en edificios incluidos en el ámbito del APE 00-01 Centro Histórico APes de cascos históricos periféricos, APes de colonias históricas o catalogados fuera de estos ámbitos supone la no necesidad de someterlos a informe de la Comisión para la Protección del Patrimonio Histórico, Artístico y Natural CPPHAN.

1.- ACTUACIONES EN FACHADA

Además de cumplir las características y condiciones marcadas en la Ordenanza de Publicidad Exterior (OPE), se establecen estos criterios:

INSTALACIÓN DE ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS.

1.1. Muestras en fachada:

Se instalarán:

- a) Preferentemente sobre el dintel del hueco sin sobresalir del ancho.
- b) En una sola línea sobre la fachada.
- c) El color corporativo sólo podrá emplearse en las letras sueltas y en el logo no permitiéndose fondos opacos de color distinto a la fachada. Alternativamente, y en caso de no poder colocarse sobre el dintel, se pueden instalar en el interior del hueco con el retranqueo -mínimo 10 cm en aplicación de la OPE- en la parte superior del hueco o sobre las rejillas de ventilación, siempre con letras sueltas, en una sola línea y sin fondos opacos. El color corporativo sólo podrá emplearse en las letras sueltas. En establecimientos comerciales catalogados se deberá recuperar además la tipología del local manteniéndose la grafía, la iconografía y el color de las muestras y banderines protegidos. El resto de propuestas que no cumplan los criterios anteriores deberán ser sometidas a criterio de la Comisión.

1.2. Instalación de toldos con identificación:

Los toldos deberán ser de color liso y armonizando con el entorno en tonos preferentemente claros. La identificación del establecimiento se colocará en el faldón o en la parte inferior del toldo o del elemento flexible en caso de no tener éste faldón. El color corporativo solo puede utilizarse en las letras identificativas.

2. PUBLICIDAD EN PAREDES MEDIANERAS.

- a) El anuncio deberá centrarse y enmarcarse en la fachada.
- b) Se colocará preferiblemente en las partes superiores de la medianera.
- c) En la zona 2.2 de la Ordenanza de Publicidad Exterior no se permiten retroiluminados. Las obras de adecuación de la fachada medianera se harán con materiales y colores similares a la fachada principal del edificio o al entorno donde se ubica.
- d) Se debe dar un tratamiento geométrico a la medianería del inmueble, centrándose el cartel siguiendo las líneas de impostas de la fachada principal marcándose los despieces y, en definitiva, efectuando un estudio de adecuación constructiva y compositiva para su tratamiento como fachada e integrada en el tratamiento global de todo el paramento, de forma que se mejoren las condiciones estéticas del conjunto.



[Volver al índice](#)

ÁREA DE GOBIERNO DE MEDIO AMBIENTE Y MOVILIDAD

15.- Aprobar las condiciones generales de organización y funcionamiento del servicio público municipal de transportes de personas por cable denominado "Teleférico de Rosales", gestionado de forma directa, mediante sociedad mercantil municipal.

El Pleno del Ayuntamiento de Madrid, en su sesión de 31 de enero de 2018, aprobó, de conformidad con lo previsto en el artículo 11.1.I) de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid, en relación con lo establecido en el artículo 85.2.A) d) de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local, la gestión directa por la Empresa Municipal de Transportes de Madrid, S.A. del servicio público del "Teleférico de Rosales y sus instalaciones asociadas", situado en el Barrio de Argüelles, del Distrito Moncloa-Aravaca, lo que requiere la aprobación de las condiciones de organización y funcionamiento para la gestión del citado servicio por la empresa municipal.

De conformidad con el artículo 17.1.b), de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid, corresponde a la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid la competencia para su aprobación.

En su virtud, a propuesta de la Delegada del Área de Gobierno de Medio Ambiente y Movilidad, previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Primero.- Aprobar las condiciones generales de organización y funcionamiento del servicio público municipal de transportes de personas por cable denominado "Teleférico de Rosales", gestionado de forma directa mediante sociedad mercantil municipal, que figuran como Anexo al presente Acuerdo.

Segundo.- El presente Acuerdo surtirá efectos a partir del día siguiente al de su adopción.



CONDICIONES GENERALES DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO PÚBLICO MUNICIPAL DE TRANSPORTES DE PERSONAS POR CABLE DENOMINADO “TELEFÉRICO DE ROSALES”.

I – Objeto.

Las presentes Condiciones generales tienen por objeto regular la organización y funcionamiento del servicio público municipal de transporte de personas por cable, denominado “Teleférico de Rosales”, cuya gestión directa tiene atribuida la Empresa Municipal de Transportes de Madrid, Sociedad Anónima, en adelante EMT.

Asimismo regula, conforme a lo previsto en los artículos 40.2 y 41.1 de la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres, los derechos y obligaciones de los usuarios de dicho transporte que deberán ser observados obligatoriamente por la EMT, sus empleados y por los usuarios o cualquier otra persona que se pueda encontrar en las instalaciones del teleférico, o en sus accesos, junto con las demás disposiciones de carácter general que sean de aplicación, y especialmente con las normas dictadas el efecto por el Ayuntamiento de Madrid.

II – Disposiciones Generales

1. EMT explotará el servicio público de transporte de personas por cable “Teleférico de Rosales” (en adelante El Teleférico), de titularidad municipal, cuyas instalaciones, compuestas por las infraestructuras y subsistemas afectas a la prestación del citado servicio, están integradas por la terminal motora situada en la Estación del Paseo de Pintor Rosales nº 1 y en el lateral del Parque del Oeste; la terminal tensora ubicada en la Estación del Cerro Garabitas de la Casa de Campo; ochenta cabinas de transporte con capacidad para seis viajeros cada una, y demás infraestructuras asociadas.
2. Asimismo explotará como una actividad accesoria a la del Teleférico, los locales asociados al mismo que serán, previa tramitación del correspondiente procedimiento conforme a la Ley de Contratos del Sector Público vigente, dedicados a la actividad de restauración, ocio, cultura y/o de otras compatibles con el entorno. Las condiciones de organización y funcionamiento de estos locales se regularán por lo establecido en las distintas normativas aplicable a este tipo de



establecimientos, y por las que, específicamente se aprueben por el Ayuntamiento de Madrid.

3. A este servicio público de transporte en Teleférico y a las instalaciones del mismo le será de aplicación además de lo dispuesto en las presentes Condiciones generales, lo establecido al efecto en el punto 2 del artículo 1º en relación con la Disposición adicional tercera de la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres, así como cualquier otra normativa estatal o autonómica de carácter sectorial que afecte a esta modalidad de transporte o a sus instalaciones. Especialmente, el Real Decreto 596/2002, de 28 de junio, por el que se regulan los requisitos que deben cumplirse para la proyección, construcción, puesta en servicio y explotación de las instalaciones de transporte de personas por cable y el Decreto 7/1990, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Explotación para las Instalaciones del Transporte por Cable de la Comunidad de Madrid, o normas que les sustituya.
4. EMT asumirá frente a los usuarios del servicio la posición de titular del Teleférico.
5. EMT velará por el cumplimiento de estas Condiciones así como del resto de las obligaciones que se deriven de las disposiciones vigentes que sean de aplicación, y pondrá en conocimiento del Ayuntamiento de Madrid, o de cualquier otra autoridad competente, la trasgresión de las mismas.
6. Un ejemplar de las presentes Condiciones deberá estar en lugar visible y a disposición de los usuarios, o en su defecto un extracto de las mismas.
7. Los usuarios y otras personas que se puedan encontrar en las instalaciones del teleférico o en sus accesos habrán de respetar y acatar las indicaciones que reciban de los empleados de la empresa destinadas a velar por el cumplimiento de estas condiciones y de cualquier otra disposición de la autoridad competente y de las que fuera necesario adoptar puntualmente para una correcta prestación del servicio público.
8. Los agentes de la Autoridad podrán acceder en cualquier momento a la instalación para llevar a cabo sus funciones reglamentarias, especialmente, cuando por motivos justificados, sean requeridos por algún empleado de la EMT.
9. El acceso al Teleférico implica la disponibilidad de cabinas libres para el transporte de pasajeros entre ambas terminales.
10. La ocupación de las cabinas será la más adecuada para que tanto las operaciones de entrada y salida se efectúen con la mayor comodidad y en el menor tiempo posible. El pago se realizará con anterioridad en la taquilla, salvo que el viajero disponga de un título de transporte válido para su utilización.



La capacidad máxima de las cabinas es de 6 personas, 450 kg máximo, pero con las siguientes condiciones: 5 adultos y 1 niño, o 5 niños y 1 adulto. No permitiéndose que una cabina transporte un número de viajeros superior a su capacidad máxima.

11. En el caso de que las condiciones atmosféricas sean desfavorables, por motivos de seguridad, EMT podrá, interrumpir e incluso suspender definitivamente el servicio sin previo aviso.
12. Se impedirá el acceso a las instalaciones a personas embriagadas, drogadas o en otras condiciones que puedan ir en detrimento de su propia seguridad o de la del servicio, así como causar molestias a los demás usuarios.
13. Los menores de 14 años tienen que viajar acompañados de, al menos, un adulto. A partir de los 14 años, pueden viajar solos, un máximo de 5 niños en cada cabina.
14. El personal de EMT en el ejercicio de sus funciones tendrá preferencia en la utilización de las instalaciones, debiendo acreditar su condición.

Gozarán asimismo de esta preferencia, aquellas personas que aun no siendo empleados directos de EMT, realicen en esos momentos actos de servicio de socorro, de vigilancia, de interés público general o relacionados con la seguridad y buen funcionamiento de las instalaciones.

III – Títulos de Transporte

1. Obligación de portar título válido de transporte.

Todo usuario deberá estar provisto, desde el inicio de su viaje, de un título de transporte válido, que deberá someter al control de entrada, de acuerdo con sus características, y conservar a disposición de los empleados de EMT que puedan requerir su exhibición.

2. Validez y utilización de los títulos de transporte.

1 Los títulos de transporte válidos para esta instalación serán los que en cada momento hayan sido aprobados por el Ayuntamiento de Madrid, o en su caso por la autoridad competente, para su utilización según figuren en el vigente cuadro tarifario.

2. Los títulos de transporte serán de utilización personal, salvo en el caso de que las propias condiciones del título permitan su uso plural, en cuyo caso deberá quedar siempre en posesión de la última persona que descienda de la cabina.

3. Serán en todo caso títulos de transporte válidos los que expida EMT como consecuencia, entre otros, de acuerdos o convenios alcanzados con sus empleados u otras empresas.

3. .Comprobación del título de transporte.

El usuario deberá comprobar en el momento de su adquisición, que el título de transporte adquirido es el adecuado y, en su caso, que la devolución de moneda recibida es la correcta. En el supuesto de utilización de títulos de validez temporal, el usuario vendrá obligado a validar el título en los equipos de cancelación existentes y a comprobar, en su caso, que la cancelación u operación de control ha sido realizada correctamente y corresponde a los datos del viaje que realiza.

Se establecerán descuentos a los siguientes colectivos:

- Menores de 4 años, gratuito.
- Niños mayores de 4 años y menores de 12, así como personas mayores de 65 años un descuento de un 8.3% en la tarifa de Ida/vuelta,
- Personas de Movilidad Reducida, gratis el acompañante.
- Descuentos a colegios: si el grupo es de 10 personas o más, se ofrece un descuento de un 16,6% y por cada 10 viajes 2 gratis para profesores ya que los menores de 14 años no pueden viajar solos en la cabina.
- Descuento de grupos; para grupos de más de 20 personas, se ofrece un viaje gratis y un descuento de un 8,3% en el billete de ida/vuelta.
- Se podrán formalizar o establecer contratos o convenios con cualquier tipo de entidades, estableciendo en los mismos las condiciones de uso del Teleférico, con un descuento máximo del 33%.

Las ofertas anteriores no son acumulables.

4. Caducidad de los títulos de transporte y utilización incorrecta o fraudulenta de éstos.

Los títulos de transporte serán retirados por el personal facultado por EMT cuando sean utilizados de forma incorrecta o fraudulenta, así como cuando sean utilizados una vez caducado su plazo de validez, entregando al usuario un justificante de dicha retirada donde figurará el motivo de la misma. Tendrá carácter de utilización incorrecta el incumplimiento de la obligación de validar los títulos de transporte a que se refiere el artículo anterior.



5. Obligación de abonar el recargo extraordinario.

1. Los usuarios que carezcan de título de transporte válido sometido al control de entrada o debidamente validado, estarán obligados a abonar en concepto de recargo extraordinario de carácter tarifario por el servicio utilizado o que se pretendiera utilizar, un importe igual al resultado de multiplicar por 20 el importe correspondiente al billete de un solo viaje o billete sencillo.
2. De no hacerse efectivo dicho pago al personal facultado por EMT, ésta cursará al Ayuntamiento de Madrid la oportuna denuncia a efectos de incoación del correspondiente procedimiento sancionador.

6 Cobro del recargo extraordinario.

La Empresa, por medio de personal designado por ella, está facultada para percibir el importe que hayan de abonar los viajeros por los recargos previstos en el artículo anterior, del que se entregará un recibo de pago. Asimismo, EMT resolverá las reclamaciones que se produzcan relativas a la imposición o cobro de este recargo extraordinario.

IV – Derechos y Obligaciones

IV.1 Derechos de los usuarios

1. Los usuarios, como destinatarios del servicio de Teleférico prestado por EMT, gozan de los derechos establecidos por todas y cada una de las disposiciones vigentes dictadas con carácter general en materia de transportes; en la legislación sobre consumidores y usuarios y, específicamente, de los contemplados en este apartado así como de los que resultan de las restantes disposiciones de estas Condiciones generales.
2. Los usuarios tendrán el derecho genérico a ser transportados en las condiciones de oferta del servicio establecidas, en cabinas que cumplan la legislación de seguridad correspondiente, y comandadas desde las terminales por personal adecuadamente formado y en posesión de la autorización administrativa que les habilite para ello.
3. En especial, son derechos de los usuarios los siguientes:
 - a) Utilizar el servicio de Teleférico con el solo requisito de portar un título de transporte válido, pudiendo elegir libremente entre los diferentes títulos en vigor en cada momento, conforme con las tarifas vigentes.



- b) Recibir un trato correcto por parte del personal de EMT, que deberá atender las peticiones de ayuda e información que les sean solicitadas por los usuarios, en asuntos relacionados con el servicio.
- c) Solicitar y obtener en los lugares que se determinan en el epígrafe V.13 de las presentes Condiciones generales, hojas de reclamaciones, en las que podrán exponer cualquier reclamación o sugerencia sobre la prestación del servicio.
- d) Efectuar reclamaciones ante EMT, sin perjuicio de la posibilidad de utilización de otras vías, y a recibir contestación a aquéllas en el plazo de un mes desde su presentación.
- e) Ser informado sobre las características de prestación del servicio de Teleférico, en los términos previstos en el epígrafe V de estas Condiciones.
- f) Que el estado de las cabinas sea el adecuado para que su utilización se realice en las debidas condiciones de comodidad, higiene y seguridad.
- g) Estar amparado por los Seguros Obligatorios afectos a esta instalación.
- h) Obtener el reintegro del importe del viaje, en los términos del apartado 22. de las presentes Condiciones.
- i) Portar objetos o bultos de mano, siempre que no supongan molestias o peligro para otros usuarios, a juicio del personal adscrito a la instalación.
- j) Que por EMT se adopten las medidas necesarias para garantizar el acceso a las instalaciones del Teleférico a las personas con movilidad reducida, que, en todo caso, podrán acceder a las cabinas atendiendo las recomendaciones que, en cada caso, determine el personal de la instalación.
- k) Las personas invidentes o afectadas por deficiencias visuales de carácter grave o severo, acompañadas de perros guía, podrán acceder con éstos a las cabinas, en los términos establecidos en la Ley 2/2015, de 10 de marzo, de la Comunidad de Madrid, de Acceso al Entorno de Personas con Discapacidad que precisan el Acompañamiento de Perros de Asistencia.
- l) Apearse en la terminal de llegada en que se produce la salida o permanecer en el interior de la cabina sin bajarse retornando a la terminal en la que subieron con anterioridad, si el título de viaje adquirido le faculta para ello.
- m) Que en la media hora anterior a la de finalización del horario establecido para la prestación del servicio, se expendan títulos de transporte de solo ida o ida y vuelta, sin descender de la cabina. Así como que en el último cuarto de hora



del citado horario de finalización, se expenda exclusivamente billete de ida desde cualquiera de las terminales del Teleférico.

- n) Acceder a la cabina con una bicicleta sin abono de suplemento ni reserva previa. Una vez en la taquilla del teleférico, notificará al personal del mismo con el fin de adecuar una cabina para tal efecto.

IV. II Obligaciones de los usuarios

Obligaciones Generales.

1. Será obligación principal de los usuarios la observancia de todas y cada una de las disposiciones de las presentes Condiciones que les afecten. Además, deberán atender las indicaciones que sobre el servicio y sus incidencias, realicen los empleados de EMT, que están facultados para exigir el cumplimiento de lo dispuesto en las mismas.
2. Los usuarios se abstendrán en todo caso de comportamientos que impliquen peligro para su integridad física, la de los demás viajeros o la de los empleados de la EMT, así como de aquellos otros comportamientos que puedan considerarse molestos u ofensivos para el resto de los usuarios o trabajadores. Igualmente quedan prohibidas las acciones que puedan implicar deterioro o causar suciedad en las cabinas o en cualquier forma perjudiquen las instalaciones e infraestructuras del servicio de Teleférico. En todo caso, se deberán seguir las instrucciones que puedan dar los empleados de EMT adscritos a este servicio.

Obligaciones Específicas.

Serán además obligaciones de usuarios:

- a) Portar título de transporte válido sometido a control de entrada en los términos establecidos en estas Condiciones, debiendo conservarlo en su poder durante todo el trayecto y a disposición de los empleados de la EMT.
- b) Ascender o descender de las cabinas, cuando éstas se encuentren detenidas en la zona de ascenso o descenso en la terminal, respetando para subir el turno que le corresponda según el orden de llegada, absteniéndose de ascender cuando haya sido advertido por el personal de la EMT que la cabina está completa.
- c) Las personas de movilidad reducida seguirán las instrucciones del personal de la EMT, en lo que al acceso a las cabinas se refiere, en los términos establecidos en las presentes Condiciones.
- d) No llevar bultos que se opongan a lo establecido en el epígrafe IV, apartado 1.3 i).



- e) No viajar con animales, salvo perros guías en el caso de invidentes, o pequeños animales domésticos, siempre y cuando los mismos sean transportados por sus dueños en receptáculos idóneos, y no produzcan molestias por su olor o ruido, o en general al confort de los restantes usuarios y no contravengan lo dispuesto en el apartado anterior.
- f) Tratar las cabinas así como las instalaciones con el mayor cuidado, absteniéndose de manipular, sin causa justificada, cualquier dispositivo, en particular los de seguridad y socorro instalados en las cabinas para utilizar en caso de emergencia.
- g) No escribir, pintar, ensuciar o dañar en cualquier forma el interior y exterior de las cabinas. No tirar o arrojar desperdicios.
- h) Abstenerse de comer dentro de las cabinas.
- i) No fumar, ni consumir bebidas alcohólicas, drogas tóxicas, estupefacientes o sustancias psicotrópicas.
- j) Abstenerse de distribuir pasquines, folletos y cualquier clase de propaganda o publicidad.
- k) No viajar en los sitios no habilitados para ello.
- l) No provocar el balanceo de las cabinas.
- m) Cualquier otra que resulte de lo dispuesto en las presentes Condiciones.

V. Obligaciones de la Empresa municipal gestora

1. Información.

La Empresa se ocupará de que los usuarios sean informados sobre las características de prestación del servicio de Teleférico, así como de las incidencias que afecten a su desarrollo. Dicha información será también facilitada mediante los procedimientos que en cada momento se articulen. El Ayuntamiento de Madrid y la EMT, en el ámbito de sus respectivas competencias, velarán para asegurar el adecuado desarrollo de este derecho de los usuarios.

2. Terminales.

En las terminales de Rosales y Casa de Campo figurará el horario diario de inicio del primer y último viaje en cada una de ellas, expresado en horas y minutos, así como las fechas de cumplimiento de los mismos. De igual modo se publicará en la página Web de la empresa (www.emtmadrid.es y en www.telefericomadrid.es) el calendario de apertura anual.



En función de las características del servicio, la EMT ampliará progresivamente esta información con planos o con cualquier otro tipo de información adicional, recabando la colaboración del Ayuntamiento de Madrid, en el ámbito de sus competencias.

En las instalaciones figurarán expuestas las tarifas vigentes en cada momento, con los precios y condiciones de su uso, así como el importe del recargo extraordinario de carácter tarifario previsto en estas Condiciones para el usuario que carezca de título de transporte válido, además de un extracto de las disposiciones de aquellas y de las condiciones generales de contratación, informándole de la existencia de Hojas de Reclamaciones.

3. Cabinas.

Las cabinas portarán tanto en su exterior como en su interior los elementos de identificación que reglamentariamente se establezcan.

4. Cambio de tarifas.

Cuando se autorice un cambio de tarifas por modificación de los precios, de los tipos de títulos o de sus condiciones de utilización, se anunciará oportunamente a los usuarios. Se informará asimismo en la página Web de la EMT y en las estaciones, de las condiciones para el canje de los títulos válidos en poder de los usuarios que no hayan sido agotados antes de la fecha límite de su validez, en el caso de que se autorice dicho canje.

5. Modificación o suspensión del servicio.

Las modificaciones o suspensiones del servicio de carácter substancial deberán ser puestas en conocimiento de los usuarios con ocho días al menos de antelación siempre que sean conocidas por EMT. En cuanto a las demás modificaciones o suspensiones, con carácter general, el plazo será de cuatro días. Dicha información se articulará en función de la importancia de cada incidencia y EMT adoptará las medidas convenientes para que aquella información sea conocida por los usuarios afectados. Quedarán excluidas de dichos plazos las modificaciones y suspensiones que sobrevengan de forma no previsible.

Las últimas cabinas saldrán, desde cada estación, 15 minutos antes del horario de cierre. Por ejemplo, si el horario de cierre es a las 21:00 horas, se tiene que estar en la zona de embarque de las cabinas a las 20:40 o 20:45 horas máximo, para poder volver a la estación de origen.

6. Condiciones de seguridad e higiene.

Tanto las cabinas como las instalaciones fijas a disposición y para la ayuda de los usuarios se deberán mantener por EMT en buen estado, de tal forma que su utilización se produzca en las debidas condiciones de seguridad e higiene.



7. Limpieza de las cabinas.

Las cabinas, antes de su entrada en servicio, serán objeto de las limpiezas periódicas necesarias para el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo anterior. De igual modo, se realizará su desinfección y desinsectación en los plazos establecidos por la normativa vigente.

8. Seguridad de las cabinas.

Las cabinas afectas se atenderán a legislación vigente, habrán de encontrarse en correcto estado de funcionamiento y estar al corriente del cumplimiento de las inspecciones técnicas obligatorias.

9. Obligaciones de los empleados.

1. Los empleados de EMT mantendrán en todo momento un trato correcto con los viajeros, atendiendo con amabilidad y corrección las peticiones de ayuda, de información o de reclamación que les sean solicitadas.
2. Los empleados prestarán atención al cumplimiento íntegro de lo dispuesto en estas Condiciones Por ello, será obligación de EMT hacer cumplir a sus empleados las prescripciones de las mismas, así como cuantas otras obligaciones respecto a los viajeros resulten de su normativa interna.

10. Promoción de la accesibilidad y supresión de barreras.

1. EMT esta obligada al cumplimiento de la normativa sobre accesibilidad en los transportes públicos, contenida en el título II, capítulo III, de la Ley 8/1993, de 22 de junio, de Promoción de la Accesibilidad y Supresión de Barreras Arquitectónicas, y en los Reglamentos que la desarrollen. Cuando se adquieran cabinas nuevas o se modifiquen las existentes, se deberá tener en cuenta el cumplimiento de esta normativa, en lo que resulte de aplicación.
2. Los niños que utilicen carritos de bebe no podrán viajar en coches, sillas o carritos desplegados, el carrito se puede llevar en la cabina plegado o dejarse en las zonas habilitadas para tal fin en cada terminal. El adulto que les acompañe será el responsable de que los niños cumplan las medidas de seguridad.

En cualquier caso, tanto en la Estación de Casa de Campo como en la de Rosales, se dispone de un "aparcamiento de cochecitos" gratuito con cadena y llave para que se pueda dejar el coche en la estación.



11. Daños a los viajeros.

1. La EMT tendrá concertados los seguros que obligatoriamente estén establecidos con el fin de indemnizar debidamente los daños personales y materiales imputables a la propia empresa que se produzcan a los usuarios, los que serán a cargo del seguro concertado por la compañía, salvo en caso de responsabilidad del perjudicado o de tercero.
2. Cuando se produzcan daños personales o materiales a los usuarios en el interior de las cabinas, aquéllos deberán comunicar tal circunstancia a los empleados de la instalación. Para que sea exigible la reparación o indemnización deberá acreditarse fehacientemente la producción del daño durante el trayecto.

12. Devolución del importe del billete.

1. Cuando se produzca suspensión o interrupción del servicio, EMT vendrá obligada, según se establece en este artículo a devolver el importe del billete. Para obtener la devolución, los viajeros que renuncien a seguir viaje deberán presentar un título de transporte válido, sometido al control de entrada correspondiente.
2. La devolución deberá solicitarse inmediatamente después de producirse la anomalía, ante el personal de EMT, que tramitará la reclamación. La devolución, cuando proceda, se efectuará en las oficinas del teleférico y consistirá en el pago del importe o valor facial de un viaje del título de transporte de que sea portador.
3. No procederá el derecho a devolución cuando exista la posibilidad de continuar el viaje en la siguiente cabina.
4. A los efectos de este artículo, no se entenderá suspensión o interrupción del Servicio cuando éste se produzca por causas ajenas a la voluntad de la EMT, como por ejemplo por causas meteorológicas.

13. Hojas de Reclamaciones.

1. EMT pondrá a disposición de los usuarios que lo soliciten Hojas de Reclamaciones en las terminales de venta de títulos y en sus oficinas, en los que podrán exponer las procedentes reclamaciones siempre que acrediten su condición de usuario mediante la exhibición del título de transporte válido e identificándose mediante su Documento Nacional de Identidad, Pasaporte o Tarjeta de Residencia en vigor. Dichas Hojas, visadas por el Ayuntamiento de Madrid, estarán numeradas correlativamente con las copias necesarias que garanticen la correcta tramitación de la misma, figurando en éstas detalladamente tanto las instrucciones de cumplimentación como las de tramitación de las reclamaciones.



Se establecerán fórmulas, en su tramitación, que garanticen la comodidad de los usuarios y la celeridad de la resolución; entre otras, la de correo concertado.

2. La reclamación se realizará de forma que no afecte a la prestación del servicio, evitando sus interrupciones. En todo caso, la atención del personal de EMT a las reclamaciones que se le formulen se hará de forma que no altere ni menoscabe la normalidad de la prestación del servicio ni perjudique al resto de los viajeros; si se dieran estas circunstancias, la reclamación se presentará en sus oficinas o a través de alguna de las fórmulas a las que se refiere el último párrafo del apartado anterior.
3. Formulada la reclamación por el usuario y recibida la misma en la EMT, se remitirá al Ayuntamiento de Madrid en el plazo de quince días, en unión del informe o alegaciones que la empresa estime pertinentes sobre los hechos relatados por el reclamante.

VI – Infracciones y Sanciones

1. Al incumplimiento por los usuarios de las obligaciones que les correspondan, conforme a las reglas de utilización del servicio de Teleférico establecidas en las presentes Condiciones de conformidad con lo dispuesto en los artículos 40.2 y 41.1 de la Ley 16/1987, de 30 julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres (LOTT) le será de aplicación lo dispuesto en el artículo 142.14 de la citada Ley, en concordancia con el artículo 199.20 del Reglamento de Ordenación de Transportes Terrestres, aprobado por Real Decreto 1211/1990 de 28 de septiembre (ROTT).
2. Las infracciones referidas en el punto anterior serán sancionadas con arreglo a lo previsto en el artículo 143.1.a) de la LOTT en concordancia con el artículo 201.1.a) del ROTT.



[Volver al índice](#)

16.- Asignar la denominación “Jardín de Manuel Jiménez” a la zona verde situada en la plaza de Mercurio. Distrito de Barajas.

El Acuerdo tiene por objeto, asignar la denominación “Jardín de Manuel Jiménez” a la zona verde situada en la Plaza de Mercurio, según la propuesta aprobada por el Pleno de la Junta Municipal del Distrito de Barajas, con fecha 14 de febrero de 2018.

Corresponde a la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid la aprobación del nombre de vías y espacios urbanos, de conformidad con el artículo 4.4 de la Ordenanza Reguladora de la Denominación y Rotulación de Vías, Espacios Urbanos, así como Edificios y Monumentos de Titularidad Municipal y de la Numeración de Fincas y Edificios, aprobada por Acuerdo del Pleno, de 24 de abril de 2013.

En su virtud, a propuesta de la Delegada del Área de Gobierno de Medio Ambiente y Movilidad, previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Primero.- Asignar la denominación “Jardín de Manuel Jiménez” a la zona verde situada en la Plaza de Mercurio. Distrito de Barajas.

Segundo.- Publicar el presente Acuerdo en el “Boletín Oficial del Ayuntamiento de Madrid” y proceder a su inscripción en el Callejero Oficial.

[Volver al índice](#)



[Volver al índice](#)

SECRETARIA DE LA JUNTA DE GOBIERNO

A PROPUESTA DEL GERENTE DE LA CIUDAD

17.- Cesar, a petición propia, a Juan José Benito González como Director General de Recursos Humanos.

El artículo 17.1.h) de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid, dispone que corresponde a la Junta de Gobierno el nombramiento y cese de los titulares de los órganos directivos.

El artículo 49 del Reglamento Orgánico del Gobierno y de la Administración del Ayuntamiento de Madrid, aprobado por Acuerdo plenario de 31 de mayo de 2004, establece que los Directores Generales serán nombrados y cesados por la Junta de Gobierno.

En su virtud, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 17.1.h) de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid y en el artículo 49 del Reglamento Orgánico del Gobierno y de la Administración del Ayuntamiento de Madrid, de 31 de mayo de 2004, a propuesta del Gerente de la Ciudad, que eleva la Secretaria de la Junta de Gobierno, previa deliberación, la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid

ACUERDA

Primero.- Cesar, a petición propia, a Juan José Benito González, como Director General de Recursos Humanos, agradeciéndole los servicios prestados.

Segundo.- El presente Acuerdo surtirá efectos desde la fecha de su adopción, sin perjuicio de su publicación en el "Boletín Oficial del Ayuntamiento de Madrid".

[Volver al índice](#)