



ARTES GRÁFICAS,
COMUNICACIÓN
Y ESPECTÁCULOS
DE MADRID

Propuesta de la sección sindical en CEMUSA sobre gestión directa del mantenimiento y explotación publicitaria de las marquesinas de Madrid.

La explotación de publicidad supone un suculento negocio en el que el Ayuntamiento de Madrid tiene una posición privilegiada a nivel nacional ya que es un enclave estratégico en el sector.

El consistorio carece de la especialización necesaria para su gestión directa en la actualidad. Conocimiento que poseen los trabajadores y trabajadoras que en la actualidad realizan este servicio para la empresa privada. La municipalización de este servicio supondría un aumento de ingresos directos y la garantía de cumplir con las cláusulas sociales que demandamos los trabajadores y propone el actual gobierno municipal.

Hablamos de un servicio público cuya gestión directa aseguraría la continuidad y calidad en el servicio, beneficiándose los usuarios y la ciudadanía en general.

FUNDAMENTACIÓN:

En el Ayuntamiento de Madrid existen 4265 marquesinas en la actualidad, de las cuales 400 están destinadas a publicidad de la administración local y 25 carecen de MUPI para su explotación. Por lo que se dispondrían de 3840 marquesinas disponibles para dicha explotación o 7680 caras publicitarias.

La tarifa publicadas en 2012 por la concesionaria CEMUSA en la ciudad de Madrid es de 167 euros/cara/semana. Esta tarifa en la actualidad varía según el medio que se consulte, llegando a ofrecer circuitos con un precio de 199 euros/cara/semana.

Realizando un cálculo con la tarifa de 2012, con una ocupación de 100% supondría una facturación de 641.280 euros a la semana. En la actualidad las previsiones de ocupación publicitaria no pasan su mejor momento. Haciendo una previsión del 50% de ocupación de las caras disponibles supondría una facturación de 320.640 euros a la semana. En el pliego de condiciones de la concesión se considera una ocupación media en la vida del contrato del 56%.

Esto nos daría una perspectiva de la potencialidad de negocio en este sector para la ciudad de Madrid al año;

Previsión año con 100% de ocupación publicitaria, 66.692.120 euros.

Previsión año con 50% de ocupación publicitaria, 33.346.560 euros.

Previsión año con 20% de ocupación publicitaria, 13.338.624 euros.

(Según estudio sobre mercado publicitario de INFOADEX el año 2012, en plena crisis, la inversión publicitaria en este soporte en la ciudad de Madrid fue de 17.900.000.)

PZA. TIRSO DE
MOLINA, 5-6º DCHA.
28012 MADRID

TFN. 913690 972

FAX: 914200856

GRAFICAS_MADRID@CNT.ES

@CNT_GRAFICAS

GRAFICASMADRID.CNT.ES



**ARTES GRÁFICAS,
COMUNICACIÓN
Y ESPECTÁCULOS
DE MADRID**

Esto da una perspectiva de la capacidad de negocio potencial de la publicidad exterior. Teniendo en cuenta que la tarifa aplicada no es la mas alta, asimilándose a la tarifa que se aplica a ciudades periféricas de la comunidad e incluso por debajo de otras capitales de provincia en la actualidad y la factible recuperación económica.

Respondiendo al carácter social de un servicio público, se podrían estudiar varios circuitos que respondan a la accesibilidad de la PYMES a estos servicios publicitarios, hoy en día inalcanzables con las tarifas actuales. Para ello se podrían realizar circuitos de excelencia, zonas estratégicas del centro de la capital, con tarifas más altas especialmente diseñados para las grandes campañas publicitarias y otros circuitos de cercanía destinados a las empresas locales-regionales, más económicos y accesibles.

En la actualidad la plantilla que esta destinada a esta concesión son 51 trabajadores y trabajadoras. La antigüedad media del personal es de más de quince años desempeñando su trabajo para esta ciudad, por lo que la experiencia de este servicio esta mas que contrastada. Con una edad media comprendida entre los 45 y 55 años, lo que supondría una situación de desamparo si se hace efectivo el despido colectivo.

El sueldo aplicable para un oficial de primera con antigüedad de 20 años, según convenio de publicidad, seria de 24.000 euros brutos sumándole la base de cotización a la seguridad social mas alta supondría 33.120 euros al año. Teniendo en cuenta que 40 de los 51 son oficiales de primera se podría utilizar este ejemplo como sueldo medio para ver la cantidad en sueldos para mantener este servicio, supondría 1.700.000 euros al año.

Calidad del servicio:

La sección sindical lleva tiempo reclamando a la empresa una mejora de la calidad del servicio, limpieza de las marquesinas y fijación de publicidad. Los operarios destinados a esta función es de 19 con una asignación de 225 marquesinas en su ruta. Esto significa que cada marquesina se limpia cada 4 meses de media. La empresa actual le da más importancia a la explotación de la publicidad, dedicando tres días a este fin, dos al cambio de publicidad y uno a la limpieza de su soporte. Dejando solo dos días a la limpieza de las zonas para uso de los usuarios. El empeño de los trabajadores siempre ha sido el aumento de personal para este fin ya que consideramos imprescindible para la ciudadanía.

Esto nos lleva a asegurar que no se cumplen los mínimos que establece el pliego de condiciones para desarrollar este servicio. Si se aumentara el número de trabajadores a 34 para este servicio se reducirían los tiempos y aumentaría la calidad del servicio. Se realizaría el cambio de publicidad en un día de manera casi completa en toda la ciudad, quedando en dos días en algunas rutas. Se reducirían los tiempos de limpieza de las paradas de manera considerable, teniendo tres o cuatro días de limpieza lo que significaría un aumento de la calidad del servicio para los usuarios.

El aumento del personal directo de explotación y mantenimiento, mas la necesidad de incorporar a mas personal en otras funciones que actualmente no están asignados de manera directa a la concesión,

PZA. TIRSO DE
MOLINA, 5-6º DCHA.
28012 MADRID

TFN. 913690 972

FAX: 914200856

GRAFICAS_MADRID@CNT.ES

@CNT_GRAFICAS

GRAFICASMADRID.CNT.ES



**ARTES GRÁFICAS,
COMUNICACIÓN
Y ESPECTÁCULOS
DE MADRID**

personal de administración, comerciales y un departamento de I+D, calculamos que estas necesidades se solventarían con la contratación de 80 trabajadores y trabajadoras en total para este servicio municipal. Lo que supondría un gasto en sueldos que no llegaría a 3 millones de euros.

La diferencia de entre coste de personal y la posible facturación mínima al año, permite un amplio margen para incluir otros gastos con suficiente solvencia.

CONCLUSIONES:

La plantilla, con una experiencia mas que comprobada. podrían ser absorbidos por la administración local con un coste asumible.

El Ayuntamiento de Madrid podría contar con un equipo cualificado para la explotación de la publicidad exterior. Supondría una gestión directa de este servicio con una mayor calidad y con unos beneficios superiores a lo que se obtienen con la concesión actual. La eliminación de intermediarios supondría un aumento de los ingresos.

La gestión pública de un servicio que produce beneficios al consistorio.

La posibilidad de hacer accesible este servicio a las pequeñas y medianas empresas y permitir un conducto para su expansión.

Cumplir con las clausulas sociales del gobierno municipal, garantizando la estabilidad de los puestos de trabajo y la calidad del servicio a los usuarios.

Con el aumento de personal en la gestión aumentaría la calidad del servicio que se ofrece a los clientes.

Es un servicio que pude producir grandes beneficios para todos "ciudadanía, Ayuntamiento y trabajadores". Una inversión que se puede amortizar en medio plazo.

PZA. TIRSO DE
MOLINA, 5-6º DCHA.
28012 MADRID

TFN. 913690 972

FAX: 914200856

GRAFICAS_MADRID@CNT.ES

@CNT_GRAFICAS

GRAFICASMADRID.CNT.ES