



Madrid

Informe Ocio 2002



INDICE

- 1. INTRODUCCION**
- 2. METODOLOGIA**
- 3. RESUMEN EJECUTIVO**
- 4. EL MERCADO MADRILEÑO DE OCIO EN LA ACTUALIDAD**
 - 4.1 EVOLUCION E INFLUENCIA EXTRANJERA
 - 4.2 TENDENCIAS
- 5. GRANDES PROYECTOS ACTUALES Y FUTUROS**
 - 5.1 PARQUES TEMATICOS
 - ESTUDIOS DE CASO**
 - 5.1.1 Estudio de caso 1: PARQUES REUNIDOS**
 - 5.1.2 Estudio de caso 2: WARNER BROTHERS MOVIEWORLD**
 - 5.1.3 Estudio de caso 3: XANADU**
 - 5.2 CENTROS COMERCIALES Y DE OCIO
 - ESTUDIOS DE CASO**
 - 5.2.1 Estudio de caso 1: HERON CITY**
 - 5.2.2 Estudio de caso 2: MORALEJA GREEN**
 - 5.2.3 Estudio de caso 3: PLANET OCIO**
 - 5.2.4 Estudio de caso 4: PRINCIPE PIO**
 - 5.3 CANDIDATURA PARA LOS JUEGOS OLIMPICOS 2012
 - 5.4 CINE
 - ESTUDIOS DE CASO**
 - 5.4.1 Estudio de caso 1: YELMO CINEPLEX**
 - 5.4.2 Estudio de caso 2: KINEPOLIS**
- 6. SEGMENTOS EN FASE DE CRECIMIENTO**
 - 6.1 TURISMO RURAL
 - 6.2 GIMNASIOS/"FITNESS CENTRES"
- 7. OTRAS OPORTUNIDADES PARA EL INVERSOR**

- 7.1 OCIO ON-LINE
- 7.2 JUEGO
- 7.2.1 Casino Gran Madrid
- 7.2.2 Segundo Casino en la Comunidad de Madrid – Aranjuez
- 7.2.3 Juego Electrónico

8. VENTAJAS DE MADRID

- 8.1 MERCADO INMOBILIARIO
- 8.1.1 Centro de la ciudad
- 8.1.2 Espacio para oficinas en el centro de la ciudad
- 8.1.3 Operación Chamartín y la ‘Ciudad Deportiva’
- 8.1.4 Fuera de la ciudad
- 8.2 MERCADO LABORAL
- 8.3 INCENTIVOS

9. COMO EMPEZAR – DONDE IR Y QUE HACER

10. DIRECCIONES UTILES

- 10.1 General
- 10.2 Centros Comerciales
- 10.3 Juegos Olímpicos
- 10.4 Turismo Rural y Ocio al Aire Libre
- 10.5 Clubs Sociales y Deportivos sólo para socios
- 10.6 Gimnasios y “Fitness Centres”
- 10.7 Ocio on-line
- 10.8 Mercado Inmobiliario
- 10.9 Otras

1. INTRODUCCION

La Comunidad de Madrid está atravesando una fase de cambio y transformación muy rápidos que la están convirtiendo en una de las regiones europeas más dinámicas, innovadoras y favorables. Cualquiera que sea la medida económica que se aplique, Madrid deja atrás a las demás regiones españolas con las que tradicionalmente compite. Basta con comentar que recibe más del 70% de la inversión extranjera directa en España.

La región presume de tener multitud de parques y zonas recreativas que son la envidia de las principales ciudades del mundo. Con el 63% de la población por debajo de 45 años, cultos y mucho más viajados que las anteriores generaciones, los madrileños se caracterizan por una mentalidad de “trabajar mucho y divertirse mucho”. Aunque prestan una gran atención a la calidad del tiempo de ocio, los madrileños son siempre receptivos a nuevas formas de ocio y diversión.

Este es un mercado abierto, lleno de oportunidades para los inversores, desde salas multicine hasta actividades como el “paint ball”; desde el establecimiento de nuevos centros, a través de franquicias, hasta el suministro de productos y servicios a los operadores ya existentes.

El objetivo de este informe es ofrecer una visión general de dichas oportunidades, con datos y cifras de interés, así como un estudio más detallado de algunos casos concretos.

Además, se presentará una sinopsis de los diferentes organismos públicos y privados que trabajan conjuntamente en el desarrollo de la región.

2. METODOLOGÍA

Al estudiar el sector de ocio en cualquier mercado y, en concreto, en un mercado con una oferta de ocio tan amplia y variada como Madrid, es difícil saber por dónde empezar. Teniendo en cuenta que el objetivo final de este informe es el posible inversor en la Comunidad de Madrid, hemos intentado concentrarnos en aquellos segmentos que han sido los más activos en el desarrollo de nuevos negocios, en los últimos años, así como en destacar aquellas áreas donde existen claras oportunidades de negocio.

Por esta razón, la mayor parte del informe está dedicado a los parques temáticos y centros de ocio que, a menudo, coinciden con los centros comerciales. Se han identificado varios factores como fundamentales a la hora de crear oportunidades de negocio en un futuro inmediato. Hemos explorado estos factores y son:

- la candidatura de Madrid como sede de los Juegos Olímpicos de 2012
- el paisaje: montañas y embalses
- mayor prosperidad en la última década
- predisposición de la población hacia el juego y apuestas
- gran receptividad de la población hacia las nuevas tendencias

Por último, no hace falta decir que, muchas veces, es difícil saber dónde termina el sector de ocio y empieza el de turismo. Este informe intenta llenar el vacío en temas específicos de ocio que pudiera haber en el, por otra parte, excelente material elaborado por la Dirección General de Turismo. Aquellos inversores interesados en datos relacionados directamente con el turismo en la Comunidad de Madrid encontrarán toda la información en:

Turmadrid

Duque de Medinaceli, 2

28014 Madrid

teléfono: +34 914 294 951

fax: +34 914 294 487

website: www.comadrid.es/turismo

3. RESUMEN EJECUTIVO

- Con la llegada a Madrid de dos grandes proyectos de ocio familiar – Warner Bros. Movieworld y Xanadú – se cambia radicalmente el perfil de la oferta regional de ocio y del visitante turístico.
- La provisión de nuevas infraestructuras de acceso a los municipios de San Martín de la Vega y Arroyomolinos, como resultado de los dos grandes proyectos arriba mencionados, crea oportunidades de negocio auxiliar en las zonas periféricas del sur de la región.
- Existen oportunidades puntuales de implantación en el complejo Xanadú.
- El segmento de los centros comerciales y de ocio ha experimentado una rápida expansión por todas las zonas de la región. A pesar de esto, los promotores inmobiliarios consideran que el mercado aún no está maduro y que siguen existiendo oportunidades para nuevas implantaciones de complejos de este estilo.
- A pesar de contar con la infraestructura de ocio más amplia de Madrid, aún existe una oportunidad puntual de implantación en Las Rozas, concretamente en el centro Heron City.
- Si Madrid tiene éxito con su candidatura a ser región anfitriona de los Juegos Olímpicos de 2012, será necesario desarrollar nuevas infraestructuras e instalaciones, creando así múltiples posibilidades de inversión y negocio desde obras de ingeniería civil hasta servicios de catering y traducción.
- Los inversores en el segmento no consideran que el mercado de los cines esté saturado. Los habitantes de Madrid aún demuestran interés por el cine y la demanda de multicines con salas pequeñas y cómodas, sobre todo en las afueras de la ciudad, parece seguir superando la oferta.
- El segmento de turismo rural ofrece diversas posibilidades al inversor, entre las cuales hay que destacar:
 - el establecimiento de alojamientos rurales
 - el desarrollo de proyectos recreativos rurales para aprovechar fondos europeos a través del programa LEADER
 - el suministro de productos y equipos auxiliares a actividades de deporte rural
 - el desarrollo de cursos de idioma impartidos en entornos rurales
- La oferta actual de gimnasios y “fitness centres” no satisface la demanda.
- En 2001, el 12% de las ventas de música en España se realizó a través de internet.
- El mercado del juego es importante, variado y abierto a nuevas tendencias. Existen oportunidades concretas de inversión en el Hipódromo.

4 EL MERCADO MADRILEÑO DE OCIO EN LA ACTUALIDAD

4.1 EVOLUCION E INFLUENCIA EXTRANJERA

La emigración del campo a la ciudad, que se produjo durante la posguerra española, obligó a un cambio en la infraestructura existente y trajo consigo la aparición de nuevas oportunidades para los operadores de ocio. El tiempo libre y el dinero eran más escasos que hoy día y el ocio se concentraba en el fútbol, cine, teatro, toros y el típico paseo (aún en la actualidad un pasatiempo popular entre los madrileños).

Incluso hasta los años 80, Madrid era relativamente poco conocido entre los turistas extranjeros. La imagen de España eran las playas del Mediterráneo. Ahora las cosas han cambiado. En 2001, la región de Madrid recibió más de 5.5 millones de visitantes, esto significa un aumento del 1,5% comparado con el año 2000, a pesar de los efectos negativos que ha tenido el 11 de Septiembre sobre el turismo mundial. Caracterizado hasta hace poco por el turismo de negocios, Madrid está experimentando un cambio sustancial en el perfil de sus visitantes. Con la inauguración de los dos mayores parques temáticos, Warner Bros. Movieworld y Xanadú, en 2002 y 2003 respectivamente, la diversión familiar se ha convertido en uno de los principales elementos de la oferta de ocio.

Aparte del turismo, la región de Madrid también está de moda a la hora de establecer un negocio y esto tiene un efecto directo sobre la oferta de ocio. El gran número de empresas multinacionales que hay en la región ha hecho crecer la población extranjera y ha supuesto la proliferación no sólo de colegios internacionales sino también de clubs de golf y restaurantes étnicos. Hay 3 campos de golf de fama mundial a tan sólo 20 minutos en coche del centro de la ciudad: La Moraleja, Club de Campo y Puerta de Hierro. En la región existen en total 21 campos de golf y la demanda continúa siendo superior a la oferta.

Como se verá en las diferentes secciones de este informe, los operadores extranjeros ya están actuando en el mercado del ocio en la Comunidad de Madrid y esta situación parece que continuará ya que, con la candidatura para los Juegos Olímpicos de 2012, crecerá su importancia como centro de ferias y congresos, así como la riqueza y variedad de su oferta cultural.

4.2 TENDENCIAS

La tendencia más evidente en los últimos años ha sido la instalación de centros comerciales y de ocio, complejos multicine y centros puramente de ocio en las afueras de las ciudades. Tan pronto como se han desarrollado dichos centros, su evolución se ha decantado más por los Centros de Diversión Familiar que por meros centros comerciales. Tres factores fundamentales en el éxito de estos centros son la situación, variedad e innovación.

Los centros de más éxito se han convertido actualmente en centros multi-funcionales. Esto se observa claramente en el caso del Parque de Atracciones, originalmente un simple parque de atracciones permanente y en la actualidad un complejo de negocios y ocio, con instalaciones para conferencias.

Instalar salas de juegos por ordenador en los centros comerciales y de ocio se está convirtiendo en otra tendencia a tener en cuenta. Esta es sin duda una de las principales atracciones del proyecto Príncipe Pío.

Madrid es el segundo mayor destino mundial como centro de conferencias, después de Londres. En 2001, la región atrajo a 520.000 delegados a los eventos internacionales de negocios que se celebraron aquí. El impacto de estos visitantes sobre la industria del ocio es importante y marca una tendencia a desarrollar instalaciones para cubrir esta demanda. El golf, por ejemplo, es muy popular entre los hombres de negocio y, en la actualidad, existen 21 campos de golf oficialmente reconocidos cuyos detalles se pueden encontrar al final de este informe, en la sección de contactos útiles.

Es fácil elegir entre los 12.250 bares y 7.420 restaurantes de la región. ¿Calidad? Hay controles de higiene y calidad constantemente y se aplican multas importantes para aquellos que no cumplan la normativa. Por regla general, se puede comer y beber a casi cualquier hora del día, especialmente en la capital. Más información en:

Turmadrid: www.comadrid.es/turismo

Federación Española de Hostelería y Restauración: www.fehr.es

Asociación Madrileña de Empresarios de Restaurantes y Cafeterías: www.amerc.es

Los parques de atracciones móviles infantiles se han convertido en otra posible oportunidad de negocio. En los barrios más populares de Madrid capital así como en pueblos y ciudades de alrededor todavía funcionan, gestionados por familias, pequeños parques de atracciones. Una versión actualizada de esta forma de diversión tradicional está siendo desarrollada por los organizadores de eventos infantiles que recorren las provincias ofreciendo toboganes, futbolines humanos, karts ligeros y castillos hinchables. La gestión suele correr a cargo de familias particulares pero, normalmente, son los ayuntamientos, colegios, clubs de tenis o de golf quienes organizan estos eventos infantiles.

5. GRANDES DESARROLLOS ACTUALES Y FUTUROS

Al observar a gran escala las oportunidades de inversión en Madrid, es imposible ignorar la importancia del papel jugado por el Gobierno Autónomo. El Gobierno Regional proporciona muchas veces la infraestructura necesaria para los grandes proyectos, tal es el caso de la carretera de acceso a Xanadú. A veces invierte directamente como accionista, como en el caso de Warner Bros. Movieworld. Continuamente, aunque de forma indirecta, está implicado en proyectos para hacer de la región un destino más atractivo, eficaz y de bajo coste para los operadores extranjeros.

En temas de desarrollo y marketing de los terrenos e infraestructura de la región, ninguna organización juega un papel tan importante como Arpegio, una entidad pública de la Consejería de Obras Públicas, Urbanismo y Transporte de la Comunidad de Madrid. Arpegio ha intervenido en todas las fases del desarrollo de la Ciudad de la Imagen, Warner Bros. Movieworld y Xanadú, por nombrar sólo tres proyectos de ocio. Más información en la página web: www.arpegio.com

5.1 PARQUES TEMÁTICOS

Aunque no es un parque temático en sí mismo, el Parque de Atracciones de Madrid, situado en la Casa de Campo, en la zona oeste de la ciudad, abrió el camino a todos los demás. El Parque de Atracciones se inauguró en 1967 y el holding Parques Reunidos se creó más tarde para gestionar los intereses de este parque de atracciones así como otros más en toda España. En Madrid, Parques Reunidos tiene financiación privada, principalmente a través de Mercapital, una empresa de capital riesgo con amplia experiencia en la industria del ocio. El Parque de Atracciones está actualmente llevando a cabo un importante programa de inversión para modernizar sus instalaciones y diversificarse. Recientemente, se ha desmarcado un poco de la oferta tradicional con la promoción de un centro de conferencias y la celebración de importantes eventos, tales como el centenario del Real Madrid Club de Fútbol.

Con el fin de competir con los nuevos parques temáticos como Warner Bros. Movieworld y Xanadú, el Parque de Atracciones se ha visto obligado a hacerse más creativo, flexible y multi-funcional en su oferta.

La inauguración de Warner Bros. Movieworld en San Martín de la Vega, en abril de 2002, ha tenido tanto impacto publicitario que está afectando a la industria del ocio a todos los niveles: local, regional, nacional e internacional.

ESTUDIOS DE CASO

5.1.1 Estudio de caso 1: PARQUES REUNIDOS

Parques Reunidos (P.R.) es el líder español de los operadores de atracciones de ocio al aire libre. Fundada en 1967 y con 2.000 empleados actualmente, la empresa opera cuatro de las principales atracciones de la Comunidad de Madrid. Su principal accionista es Mercapital, una empresa de capital riesgo. Otros accionistas son Grupo Planeta, Grupo de Agostini y Nutrexp.

P.R. es el único operador español que ha ganado una oferta pública para desarrollar y gestionar, bajo la forma de "joint-venture", el proyecto de parque temático a gran escala 'Oceanográfica', la próxima atracción de Valencia.

Además de mejorar sus atracciones ya existentes – "Aquopolis" (parque acuático) en Villanueva de la Cañada, el Zoo-Aquarium, el Parque de Atracciones y el Teleférico, estas tres últimas en los límites de la ciudad - Parques Reunidos está en proceso de lanzar una nueva "Aquopolis" en San Fernando de Henares.

El Parque de Atracciones, el primer parque de ocio que tuvo Madrid, recibió 1.5 millones de visitantes en 2001. Durante 2002, acogerá las celebraciones del centenario del Real Madrid Club de Fútbol, esto permitirá aumentar el número de visitantes en unos 200.000, es decir, un 13%.

En los últimos años, la compañía ha invertido 64.3 millones de Euros en remodelar y diversificar sus programas, con el fin de atraer a un público más amplio y aumentar el número de visitantes durante la temporada baja. Asimismo, se está promocionando como lugar para convenciones, conferencias y lanzamiento de productos.

En una entrevista publicada en el periódico El País (el 8 de febrero de 2002), el Director de Desarrollo, J. Colldefors, habló de las recientes inversiones y la celebración de eventos importantes en el recinto del Parque de Atracciones, tales como el centenario del Real Madrid. Según sus comentarios, éstas forman parte de la estrategia a largo plazo de la empresa para "convertir el Parque de Atracciones en el parque metropolitano de Madrid, aprovechando su proximidad e integrándolo en la vida de la ciudad".

A 500 metros del Parque de Atracciones se encuentra el Zoo-Aquarium, también de Parques Reunidos. La empresa está invirtiendo en él un total de 7.21 millones de Euros en un programa de remodelación que concluirá en 2003.

Este programa ha sido diseñado para convertir el Zoo-Aquarium en una atracción de todo el año, con especial atención a la educación y proponiendo actividades interactivas para los estudiantes durante el curso escolar.

5.1.2 Estudio de caso 2: WARNER BROTHERS MOVIE WORLD MADRID

En la primavera de 2002 “la magia de Hollywood llega a Madrid” o mejor dicho a San Martín de la Vega, una pequeña población situada a unos 25 kilómetros al sur de Madrid. Con una extensión de 250 hectáreas, sus gestores intentarán atraer a 2.3 millones de visitantes al año y emplearán directamente unos 1.600 trabajadores.

Considerado como uno de los parques temáticos más espectaculares del mundo, entre sus principales atracciones se encuentran:

- Una recreación de Hollywood a lo largo de cinco zonas principales donde los visitantes podrán disfrutar de los mejores espectáculos basados en las películas de Warner Bros, Cartoon Network y Looney Tunes Cartoons (Bugs Bunny, Daffy Duck, etc) y D.C. Comics (Batman, Superman etc.).
- Fantásticos jardines.
- Cinco montañas rusas.
- Tres atracciones acuáticas.
- Magníficos espectáculos con efectos especiales.

El acceso a Warner Bros Park ha sido mejorado con la ayuda del Gobierno Regional en dos frentes principalmente, la construcción de una línea de cercanías desde la Estación de Atocha (duración 20 minutos) y una nueva conexión desde la autopista que permitirá reducir el trayecto desde Madrid a sólo 15 minutos. Esta mejora adicional de la infraestructura de la región contribuye a aumentar las posibilidades de la candidatura de Madrid para los Juegos Olímpicos de 2012.

De la inversión inicial de 380 millones de Euros, un 40% corresponde al gobierno regional que bajo el nombre de la empresa Arpegio ha cedido los terrenos. Otros inversores son: Caja Madrid, Fadesa, El Corte Inglés, Ferrovial y Dragados. Por su parte, Warner Bros ha dado su nombre y experiencia al proyecto. El activo papel jugado por el Gobierno Regional ha sido fundamental a la hora de atraer a Warner Bros a Madrid.

5.1.3 Estudio de caso 3: XANADÚ

Descrito por The Mills Corporation como un feliz matrimonio entre parque temático y centro comercial y de ocio, Xanadú es la primera incursión en Europa de Mills. Su llegada bajo el nombre comercial de “Shoppertainment” ofrece “lo más imaginativo y elegante de los centros comerciales y de ocio de Europa”. Se inaugurará en la primavera de 2003 con una superficie total de 184.000 metros cuadrados de superficie bruta alquilable (SBA), de los cuales su centro de gravedad será la Cúpula de Nieve de 18.000 metros cuadrados, una pista de nieve cubierta muy ecológica y de alto nivel. Esta atracción se verá respaldada por 20 clientes “ancla” y unas 200 tiendas, restaurantes y centros de ocio. Se calcula que dará trabajo a unas 4.000 personas.

The Mills Corporation incorpora muchos aspectos del ocio a sus tiendas ya existentes, por ejemplo desfiles de moda en tiendas de ropa, acuarios en tiendas de caza y pesca, pistas de hielo en tiendas de deportes, etc. Este tipo de actividades está previsto también en Xanadú Madrid, junto con cines, bares, restaurantes, simuladores, salas de baile, etc. El proyecto también incluye actividades deportivas, tanto al aire libre como en pista cubierta, entre ellas habrá escalada de rocas, carreras de bicicleta de montaña, patinaje sobre hielo, etc. Se construirán también dos hoteles, uno de ellos pensado fundamentalmente para las familias.

El principal cliente “ancla” será El Corte Inglés que contará con un hipermercado y tiendas en una superficie de 35.000 metros cuadrados. The Mills Corporation ha conseguido atraer hasta la fecha a clientes como Zara, H&M y Benetton y está haciendo todo lo posible por atraer a clientes extranjeros. Las solicitudes sobre posibilidades de inversión pueden dirigirse a: Departamento de Marketing, Mills Corporation. Teléfono: + 34 91 647 9015. Contacto: Jorge Rodríguez Losada.

Xanadú planea revolucionar las actividades de ocio ofreciendo deportes de invierno durante todo el año. De hecho, el departamento de marketing de la empresa considera que el mes de agosto, normalmente de poca actividad en Madrid, podría convertirse en su temporada alta. Al ser la Cúpula de Nieve su principal atracción conviene extenderse sobre sus características antes de mencionar las otras actividades de este complejo.

La Cúpula de Nieve contará con tres pistas de esquí (que la convertirán en la más grande pista cubierta de Europa), zonas separadas para “snowboard”, zona infantil vigilada y una réplica de un pueblo alpino con tiendas y restaurantes. Madrid Xanadú tiene la patente para “Acer Snowmec”, un proceso de nieve artificial en el que sólo se utiliza aire y agua, sin productos conservantes ni contaminantes. Así mismo es un proceso que ahorra energía dado que por cada diez partes de nieve sólo se utiliza una de agua, por su parte el tiempo de “refrigeración” es de sólo dos horas diarias para mantener la nieve en las mejores condiciones. También utilizan un sistema de reciclaje de aire caliente muy ecológico para calentar las otras áreas del complejo de Xanadú.

Su situación en Arroyomolinos, 22 kilómetros al suroeste de Madrid, ofrece las siguientes ventajas:

- Espacio suficiente para ofrecer, al finalizar la Fase 1, un total de 8.500 plazas de aparcamiento gratuito.
- Excelente acceso por carretera, con tres entradas y su propia carretera de circunvalación de 5 kilómetros.
- La apertura en la primavera de 2003 coincidirá con la finalización de la nueva carretera radial 5 y la M-50.
- El 80% de los visitantes potenciales tardará menos de una hora en llegar en coche.

El impacto medioambiental de Xanadú será mínimo. Estéticamente, incluso realzará la belleza del paisaje de la zona. MACE Management ha aprovechado la superficie ondulada del terreno para construir la pista de esquí, con el resultado de que sólo el 20% del emplazamiento será de construcción y en ningún caso su altura excederá de 25 metros. Esto proporcionará al complejo grandes espacios abiertos que serán cuidadosamente ajardinados y donde se plantarán numerosos árboles, especialmente en la zona de aparcamiento y en las áreas que bordean el Parque del Río Guadarrama, recientemente considerado área protegida.

Xanadú está financiado por Hypo Vereinsbank, el segundo mayor banco alemán, con una inversión de 360 millones de Euros lo que significa un voto de confianza para este ambicioso proyecto.

¿Porqué Madrid?

Mills buscaba una región europea relativamente moderna, con centros comerciales y de ocio, alto poder adquisitivo, población en aumento y que fuera un importante destino turístico tanto a nivel nacional como internacional.

Otro factor decisivo ha sido el apoyo prestado al proyecto por el Gobierno Regional y el ayuntamiento de Arroyomolinos lo que está permitiendo el desarrollo urbanístico de la zona suroeste de Madrid, una de las de mayor crecimiento en la actualidad.

Mills Global Services of Spain, S.L.

Madrid Xanadú

Ctra. N-V, Km 23,5

Arroyomolinos 28939 (Madrid)

Tel +34 91 647 94 00

Fax +34 91 647 94 01

www.madridxanadu.com

5.2 CENTROS COMERCIALES Y DE OCIO

A finales de 2001 había en España 425 centros comerciales y de ocio, de los cuales 120 están en la Comunidad de Madrid y ocupan un área total de 1.740.728 metros cuadrados de superficie bruta alquilable (SBA). Muchos de ellos empezaron simplemente como tiendas y sólo recientemente el ocio se ha convertido en parte integrante de la “experiencia global de ir de compras”/“the total shopping experience”.

El principal cliente, por ejemplo El Corte Inglés, ha sido tradicionalmente respaldado por salas multicine así como por bares y restaurantes temáticos, una combinación de mucho éxito todavía en el mercado español, según un reciente estudio de Healey & Baker. Al mismo tiempo, la región de Madrid ha sido testigo de un aumento en la diversidad de la oferta de ocio con el fin de satisfacer la demanda de los consumidores. Actualmente hay una fuerte tendencia a atraer al consumidor mediante boleras, gimnasios y pistas de hielo. Esta gran variedad en la oferta ha conducido a la total integración de los Centros de Diversión Familiar, no sólo en los nuevos desarrollos sino también en aquellos complejos en vías de remodelación.

Según Stuart McDonald, Director Adjunto de Knight Frank, las tendencias en cuanto a centros comerciales y de ocio se originan en EE.UU., cruzan el Atlántico hacia los países del norte de Europa y más tarde se trasladan a los países del sur, tales como España. En este sentido, a menudo hay un desfase de seis a siete años entre el desarrollo de una “novedad” en EE.UU. y su llegada a España. La ventaja de este retraso es que España recibe la versión probada y mejorada para el mercado local en términos de situación, distribución y concentración.

En la actualidad, el principal criterio a tener en cuenta para centros comerciales y de ocio es su situación. La proximidad al hogar y/o centro de trabajo es el factor determinante para visitar o no ese centro comercial. Los operadores deben ser capaces de explotar al máximo la clientela que va de lunes a jueves ofreciéndoles una gran variedad de servicios y estando situados en la mejor zona. En aquellas áreas donde hay una gran concentración de oficinas, generalmente, se produce un incremento en la demanda de “fitness centres” y gimnasios lo que, a su vez, supone un aumento del negocio en los centros comerciales y de ocio, de lunes a viernes.

España se está convirtiendo en el cuarto mercado más importante para centros comerciales de Europa. Al contrario que en el Reino Unido, Francia y Alemania donde la oferta corre pareja a la demanda, los datos demográficos indican que todavía hay mucho potencial sin explotar para una mayor expansión en España.

Tabla 1: CENTROS COMERCIALES Y DE OCIO ABIERTOS EN 2001 EN LA COMUNIDAD DE MADRID

NOMBRE	MUNICIPIO	PROMOTOR	SBA m2	TIPO
Diversia	Alcobendas		22,600	CT
Milenium	Majadahonda	Procinco	11,185	PC
Carrefour	Alcalá de Henares	Carrefour	10,300	HI
Planetocio	Collado-Villalba	Inversoil	23,825	CT
<i>Subtotal</i>			67,910	
Megapark 3ª fase	S. S. de los Reyes	Carrefour	20,000	PC
Gran Vía de Hortaleza (extensión)	Madrid	Trema	2,022	GR
Moraleja Green (extensión)	Alcobendas	Metrovacesa	8,000	GR
Nassica (2ª fase)	Getafe	Neinver	27,523	PC
<i>Subtotal</i>			57,515	
TOTAL			125,425	

Tabla 2: CENTROS COMERCIALES Y DE OCIO ABIERTOS EN 2000 EN LA COMUNIDAD DE MADRID

NOMBRE	MUNICIPIO	PROMOTOR	SBA m2	TIPO
Las Rozas Village	Las Rozas	Value Retail	9,225	PE
El Restón	Valdemoro	El Restón Valdemoro	14,100	PE
<i>Subtotal</i>			23,325	
Equinocio	Majadahonda	Riofisa	12,600	GR
Parque Corredor (extensión)	Torrejón de Ardóz	Desarrollo e Inversiones Urbanísticas	5,108	RE
Parque Oeste (extensión)	Alcorcón	Bouygues Inmobiliaria	10,370	GR
Megapark (2ª fase)	S. S. de los Reyes	Desarrollos IKEA	10,950	PC
<i>Subtotal</i>			39,088	
TOTAL			62,413	

CT Centro comercial y de ocio PE mediano: SBA: 4,000-15,000 m2
 PC Tiendas de fábrica/centro de ocio GR grande: SBA: 15,000-40,000 m2
 HI Principalmente hipermercado RE regional: SBA: 40,000 m2+

En los años 80, sólo un 9% de los ingresos generados por los centros comerciales en España estaba relacionado con el ocio. Esta cifra es ahora el 19% y sigue aumentando. La Asociación Española de Centros Comerciales (AECC) tiene una página web muy informativa: www.aedecc.es. Entre sus miembros se encuentran casi todos los centros comerciales y de ocio de la región. La siguiente tabla (3) contiene detalles de los proyectos, actualmente a la espera de aprobación definitiva por el gobierno regional, para la construcción de nuevos centros comerciales o la expansión de los ya existentes. Las direcciones y detalles de contacto de muchos de los promotores mencionados en las tablas 1, 2 y 3 se encuentran en la sección de direcciones útiles a final de este informe. Otros figuran en la página web de la AECC.

Tabla 3: FUTUROS CENTROS COMERCIALES Y DE OCIO EN LA COMUNIDAD DE MADRID

NOMBRE	MUNICIPIO	PROMOTOR	SBA m2
La Dehesa	Alcalá de Henares	Bouygues	7,150
Tres Aguas	Alcorcón	Lend Lease	60,000
Xanadú	Arroyomolinos	Mills	60,000
Nássica	Getafe	Neinver	26,000
El Palmeral	Las Rozas	Bouygues	5,000
Festival Park	Leganés		90,000
La Fortuna	Leganés	Sonae	15,000
Parquesur	Leganés	Rodamco	45,000
Príncipe Pío	Madrid	Riofisa	33,000
Glorieta Eisenhower	Madrid	Riofisa	62,000
El Restón	Valdemoro	El Restón	4,000

Aunque no hay escasez de espacio en la Comunidad de Madrid, el gobierno regional publicó un decreto en 1999 poniendo más restricciones a los centros de 2.500 metros cuadrados, con el fin de controlar el desarrollo de nuevos centros comerciales y proteger a los ya existentes. Todos los arquitectos, promotores y la AECC pueden ofrecer más información sobre la situación actual.

ESTUDIOS DE CASO

5.2.1 Estudio de caso 1: HERON CITY

Heron City es propiedad de Heron International, una empresa privada con la casa matriz en Londres y oficinas en París y Madrid. Es uno de los principales promotores de Europa. Abierto en 1999, Heron City se ha convertido en uno de los Centros de Diversión Familiar con más éxito de Europa, enfocado claramente hacia el producto de ocio. En 2001 atrajo a 4 millones de visitantes y los cálculos para el 2002 son de 4.5 millones de visitantes. Los inversores en Heron City son principalmente de origen norteamericano y británico.

El éxito de Heron City, según su Director de Marketing, Alfonso Herrero, se debe a su magnífica situación, su excelente mezcla de arrendatarios y a su total interés en ofrecer variedad y seguridad en un entorno mantenido impecablemente. Incorpora la magia de Hollywood con la esencia de la cultura y gustos europeos.

Heron City está situado a 20 kilómetros al oeste de Madrid en el próspero municipio de Las Rozas. La zona de Las Rozas y núcleos urbanos próximos cuenta con una población de más de 270.000 habitantes. El 40% de los visitantes procede de Madrid capital, sobre todo durante los fines de semana. El gran número de empresas multinacionales con oficinas en la zona crea otra clientela entre semana, la de sus empleados de alto poder adquisitivo que aprovechan la oferta hostelera y de ocio de Heron City después de hacer sus compras. Aunque Heron City está enfocado exclusivamente al ocio, existe una excelente zona de tiendas de ropa en Las Rozas Village, un desarrollo de Value Retail, a tan sólo 100 metros. Así mismo, la “tienda de fábrica” Factory ofrece productos de marca a precios rebajados. Hay facilidades de aparcamiento, 2.000 plazas, y como la entrada a Heron City, es gratuito.

Como Centro de Diversión Familiar, Heron City ofrece diversión para todas las edades y gustos. Los más pequeños pueden permanecer, bajo vigilancia, en el parque infantil que está convenientemente situado en la entrada principal. Las atractivas zonas públicas, situadas entre el gimnasio, el cine y los restaurantes, son buena parte del éxito de Heron City. Entre estas atracciones, gratuitas, encontramos un circuito de carreras de coches gigante, una pista de patinaje, bungee jumping y una pared de roca para escalar. El calendario para eventos al aire libre está continuamente cambiando. La reciente visita de Arnold Schwarzenegger ha servido para atraer a las multitudes.

La dirección da gran importancia a la estricta selección de los arrendatarios con el fin de obtener la mezcla y calidad apropiadas. La mayoría de los aspirantes a un local debe incorporarse a la lista de espera pero, en estos momentos, hay una plaza para un operador que desee montar un bar/restaurante irlandés de temática deportiva. Los inversores interesados pueden contactar con el Sr. Herrero. Entre los actuales arrendatarios se encuentran un cine AMC megaplex con 24 salas, el gimnasio y “fitness centre” Esporta, una discoteca, un nightclub, bares y restaurantes de comida rápida así como restaurantes temáticos como La Alpartería, La Fábrica y María Moreno.

Heron City está negociando actualmente con el ayuntamiento local la posibilidad de ampliar sus actuales 22.671 metros cuadrados de instalaciones de ocio y diversión.

5.2.2 Estudio de caso 2: MORALEJA GREEN (Tercera fase)

Inaugurado en 1995 con el nombre de El Centro de la Moraleja y situado en la próspera zona norte, a sólo 20 minutos del centro de Madrid, este popular centro comercial y de ocio ha sido recientemente renovado y ampliado. Actualmente se denomina Centro Comercial Moraleja Green. Está situado en el corazón del parque empresarial y de ocio Parque Empresarial La Moraleja. Las nuevas incorporaciones incluyen un jardín de 6.000 metros cuadrados, dos lagos artificiales y 40 tiendas que se unen a las 105 ya existentes de la primera y segunda fases. El actual Centro Comercial Moraleja Green ocupa un área de 26.000 metros cuadrados y dispone de un aparcamiento para 1.700 vehículos. Está gestionado por Centros Comerciales Metropolitanos (CMM), una división de Metrovacesa, uno de los mayores promotores de España. Moraleja Green, con un total de 300.000 metros cuadrados de SBA, es uno de los quince centros que Metrovacesa gestiona en España.

Entre las tiendas se encuentran el exclusivo supermercado Sánchez Romero, uno de los propietarios del complejo, importantes tiendas de moda y complementos así como una selección de cafés/restaurantes, entre ellos las cadenas españolas VIP's, Ginos y Mediterráneo Arrozería (especializado en paella y todo tipo de arroces), sin olvidar las cadenas internacionales como Burger King

El ocio se concentra alrededor del golf y el paddle en Golf Park, respaldado por los multicines Warner. Con la máxima atención puesta en las instalaciones y los empleados, Golf Park es una de las mejores instalaciones de este tipo en Europa. La Escuela de Golf presume de tener 14 monitores entrenados en la técnica Jack Nicholson. Con un horario de clases flexible, abierto hasta tarde y con un campo de prácticas iluminado en el que caben hasta 110 golfistas, Golf Park es mucho más que un simple club de golf con excelentes instalaciones y personal.

El paddle ha gozado de gran popularidad en los últimos años y José María Aznar, el actual Presidente del Gobierno, es un gran aficionado. La Escuela de Paddle de Moraleja Green basa sus enseñanzas en la técnica de los mejores entrenadores argentinos. Cuenta con 11 pistas, cuatro de las cuales están cubiertas y una aislada con plexiglás para competiciones.

Golf Park es un buen ejemplo de un centro comercial y de ocio que ha sabido combinar la continua demanda de instalaciones de golf con la magnífica situación y clima de Madrid.

Metrovacesa

Plaza de Carlos Trías Beltrán, 7

28020 Madrid

Tel +34 91 597 04 78

email: ccm@metrovacesa.es

web: www.metrovacesa.es

5.2.3 Estudio de caso 3: PLANETOCIO

Abierto al público en otoño de 2001, Planetocio está estratégicamente situado en Collado-Villalba, 40 kilómetros al noroeste de Madrid, entre la capital y algunos de los más populosos y prósperos núcleos urbanos de la región. Collado-Villalba cuenta con una población permanente de 50.000 habitantes que se duplica si incluimos la de zonas próximas como El Escorial, Torreloaños y Galapagar. Esta población total de 100.000 habitantes puede alcanzar los 500.000 durante los meses de verano, vacaciones y fines de semana.

Planetocio ocupa una extensión de 20.000 metros cuadrados de superficie bruta alquilable (SBA) y ofrece, en tres plantas, una interesante mezcla de tiendas y ocio. Las 120 tiendas, que van desde un supermercado hasta tiendas de marca como Benetton y Sun Planet, se concentran en la planta baja. Las otras dos plantas están dedicadas exclusivamente al ocio y la diversión, con el complejo de salas multicine (Yelmo Cineplex), la pista de hielo y la sección de cafés/restaurantes en la primera planta, así como un inmenso gimnasio en la segunda. La pista de hielo, además de estar abierta al público, ofrece programas para colegios y exhibiciones lo que permite su máxima utilización. La oferta de restauración incluye una amplia variedad de franquicias tales como Cañas y Tapas, McDonalds, Pizza Garden y Häagen Dazs. El gimnasio, abierto 24 horas al día y con una extensión de 2.500 metros cuadrados, está considerado como uno de los más grandes del mundo en términos de superficie.

Planetocio está gestionado por Inversoil.

5.2.4 Estudio de caso 4: PRINCIPE PIO

La histórica estación de tren de Príncipe Pío, también conocida como Estación del Norte, está siendo transformada por el Grupo Riofisa en el primer Centro de Ocio, Cultura y Comercio de España.

Se prevé que el proyecto de Príncipe Pío estará terminado a finales de 2003, con una inversión privada inicial de 61 millones de Euros, a los que habrá que añadir otros 30 millones que serán invertidos por los operadores para su instalación. El centro, de 40.000 metros cuadrados de superficie, acogerá:

- Un complejo de cines Warner Lusomundo con 2.000 butacas
- El teatro más grande de España con capacidad para 2.000 espectadores
- Salas de Exposición
- Centros de Diversión Familiar de alta tecnología
- Area de restauración
- Centro comercial
- Bolera
- Zona infantil

Príncipe Pío, a escasos metros del Palacio Real, está situado junto a un intercambiador de transportes utilizado por unos 200.000 pasajeros diariamente. Su área de influencia, la zona sur y suroeste de Madrid, cuenta con una población que supera los dos millones y medio de personas.

Según Miguel Sáenz de Tejada (Director de Marketing y Comunicación del Grupo Riofisa) hay un gran interés por parte de posibles clientes, tanto nacionales como extranjeros, pero dado que todavía continúan las negociaciones, muchos aspectos del proyecto siguen siendo confidenciales. Más información a través del departamento de atención al cliente en la página web www.riofisa.es

Riofisa es uno de los principales promotores españoles. Príncipe Pío es una de las muchas estaciones de tren antiguas que están siendo remodeladas bajo un programa de desarrollo promovido por Renfe, la compañía nacional de ferrocarriles. Riofisa ha obtenido anteriormente otros contratos con Renfe y ha llevado a cabo proyectos en Salamanca y Sevilla. Además de Príncipe Pío, tiene otros dos desarrollos pendientes.

Grupo Riofisa

Parque Empresarial La Moraleja,
Avenida de Europa, 22
28108 Alcobendas (Madrid)
Tel +34 91 661 22 50
Fax +34 91 661 95 10
email: grupo@riofisa.es
www.riofisa.com

5.3 CANDIDATURA PARA LOS JUEGOS OLIMPICOS DE 2012

Madrid es la única gran ciudad europea donde no se han celebrado ningunos Juegos Olímpicos. Hasta ahora, la región no había contado con la variedad de instalaciones necesarias. Con las recientes mejoras en la infraestructura, el panorama ha cambiado radicalmente y el Ayuntamiento de Madrid, con el respaldo del Gobierno Autónomo, ha presentado importantes argumentos a su favor. Los principales partidos políticos, las instituciones públicas y privadas, así como los ciudadanos de Madrid apoyan su candidatura.

Madrid cuenta con el mayor número de instalaciones de deporte amateur de Europa, muchas de las cuales mejorarán hasta alcanzar el nivel olímpico antes de 2012. La empresa encargada de comprobar que la infraestructura y las instalaciones cumplen con los requisitos establecidos por el Comité Olímpico Internacional (COI) es Bovis Lend Lease, S.A., una empresa con experiencia similar en Sydney 1998 y Los Angeles 1994.

La ampliación del Aeropuerto Madrid-Barajas es actualmente la mayor obra de estas características en Europa, con dos nuevas pistas, una terminal más y un tren de pasajeros para conexiones entre los distintos edificios. Actualmente se está discutiendo también la posible construcción de un nuevo aeropuerto en Campo Real. Ambos proyectos se prevé que estén terminados antes de 2012.

Tres carreteras de circunvalación permiten reducir tiempo y facilitar el tráfico alrededor de la capital. El Paseo de la Castellana, principal arteria de la ciudad que la atraviesa de norte a sur, pronto se ampliará en 3.5 kilómetros hacia el norte.

El transporte público es barato, eficaz y frecuente. Una segunda red de metro, que unirá cinco grandes núcleos urbanos del sur de la comunidad, se inaugurará en 2003. La actual red de metro ha sido ampliada para llegar hasta las zonas del extrarradio, incluido el aeropuerto. El sistema de transporte goza de una imagen positiva, al contrario que en otras grandes ciudades europeas donde a veces tiene un impacto negativo en los precios de los terrenos, y esto es debido a la excelente colaboración entre los operadores del transporte público y privado. No en vano, el transporte público de Madrid es votado siempre como el mejor de Europa.

Los servicios municipales trabajan las 24 horas del día para asegurar la máxima limpieza y, recientemente, el Alcalde de París visitó la ciudad para inspeccionar su funcionamiento.

En marzo de 2003 se iniciará el nuevo contrato de limpieza para los próximos 10 años. La flota de máquinas y vehículos especializados aumentará de 374 a 900, y los empleos directos, de 2.000 a 4.000 (8.000 si contamos los empleos indirectos). El presupuesto anual pasará de 43 a 114 millones de Euros.

Aranjuez está situada a 45 kilómetros al sur de Madrid y fue la residencia de verano de la realeza española durante el siglo XVIII. Todavía mantiene mucho de su esplendor en sus monumentos, palacios y jardines. Actualmente se está convirtiendo en un destino turístico muy popular. En 2001, la UNESCO le concedió el status de Ciudad Paisaje Cultural Patrimonio de la Humanidad en reconocimiento a su magnífico entorno natural y calidad de vida de sus habitantes. Aranjuez, además de contar con el nuevo casino, espera poder acoger parte de los deportes olímpicos acuáticos en 2012, tales como el piragüismo, en un canal que se construirá próximamente aprovechando las oportunidades que brinda la situación de la ciudad en las orillas de los ríos Tajo y Jarama.

Madrid tiene ahora la confianza y el know-how para organizar unos Juegos Olímpicos. Es una región muy acogedora y el nivel de su hostelería y restauración es excelente. El número de plazas hoteleras en Madrid capital, actualmente unas 43.000, alcanzará las 81.000 en 2012, lo cual supera ampliamente las exigencias del Comité Olímpico Internacional (COI).

La elección del candidato para acoger los Juegos Olímpicos de 2012 tendrá lugar en el segundo trimestre de 2005. Madrid competirá al 110% para situarse como una de las ciudades más dinámicas y palpitantes del mundo, capaz de celebrar unos Juegos Olímpicos memorables.

Para más información, visite la página web www.madrid2012.es

Bovis Lend Lease, S.A.

Maria de Molina, 7

28006 Madrid

Tel +34 915 902 490

Fax +34 915 902 499

Web: www.bovislendlease.com

5.4 CINE

España es un país de gente que va al cine y si hay algún factor de la industria del ocio que ilustre claramente los cambios en el estilo de vida, particularmente en los últimos años, ese es el cine. Uno de los más recientes estudios sobre la industria, llevado a cabo por la respetada Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), apoya los resultados de los informes privados, tales como los de King Sturge y Knight Frank, y confirma que todavía existe potencial para los promotores de cine en la Comunidad de Madrid. La página web de AIMC es www.aimc.es

La tendencia nacional es a favor de los complejos multicine, tal como muestra la siguiente tabla:

Año	2000	2001	Variación
Número total de cines	1.018	968	-50
Número total de pantallas	3.241	3.488	+247
Número total de butacas	912.635	918.446	+5.811

La gente quiere salas pequeñas y más cómodas. A nivel nacional hay 505 cines con más de una pantalla, de los cuales más del 52% tienen más de siete pantallas. En 1998 esta cifra era sólo del 32%, lo que ilustra claramente el cambio en la tendencia.

Aunque la Comunidad de Madrid cuenta con el mayor número de pantallas del país (593), hay otras seis Comunidades con mayor densidad, más de 120 pantallas por millón de habitantes. Es importante resaltar que los complejos multicine forman parte integrante de los actuales y futuros centros comerciales y de ocio.

Otras fuentes de interés son: www.cinespain.com (Instituto de Cinematografía y Artes Visuales) y www.mec.es (Ministerio de Educación y Cultura). Sus datos más recientes para la Comunidad de Madrid son del año 2000 pero es interesante destacar la tendencia durante los últimos cinco años, tal como se ilustra en la siguiente tabla:

Comunidad de Madrid	1996	2000
Número de cines	130	141
Espectadores (miles)	22.080	27.193
Recaudación (millones de Euros)	2.253	3.374

En 2000 había un total de 78 cines en el área metropolitana y 63 en el resto de la región. Si Madrid sigue la tendencia nacional quizá podremos notar un gran aumento en el porcentaje de recaudación fuera del área metropolitana, ya que se han abierto nuevos complejos multicine y otros lo harán en el futuro.

ESTUDIOS DE CASO

5.4.1 Estudio de caso 1: YELMO CINEPLEX

Yelmo Cineplex (www.yelmocineplex.es) se creó en 1998 mediante la formación de una sociedad mixta (50/50) entre Loews Cineplex Entertainment (EE.UU.) y Yelmo Films (España). Loews Cineplex, debido a la saturación del mercado norteamericano, se unió a Yelmo para aprovechar los conocimientos y experiencia de esta empresa en el mercado español y así establecerse ellos mismos en este mercado. A su vez, Yelmo ha obtenido el apoyo de una de las mayores y más experimentadas empresas del sector, con 2.900 salas en 450 ciudades en Estados Unidos, Canadá y norte de Europa. Yelmo Films fueron pioneros en la instalación de negocios anexos en sus cines, por ejemplo bocadillerías en régimen de franquicia como Bocatta y Pans & Company.

Yelmo Cineplex es el principal operador en España de cine, con 260 salas en todo el país. Su distribución en la Comunidad de Madrid es la siguiente:

Nombre	Pantallas	Capacidad
Zoco Pozuelo	5	992
Zoco Villalba	5	1.017
Columbia	4	784
Ideal	9	1.722
El Torreón (Pozuelo)	7	1.156
El Ferrial(Parla)	8	1.385
Madrid Sur	9	1.628
Parquerrivas	10	2.374
Total	57	11.058

Su próximo proyecto, que se completará en breve, será un complejo multicine con 15 salas en Collado Villalba, así mismo la empresa tiene planes para un futuro complejo de 20 salas en la Comunidad de Madrid.

Su intención es concentrarse en los centros comerciales y de ocio, con cines de 8 a 20 salas y, basándose en su experiencia en los mercados de Estados Unidos y Canadá, ofrecer lo mejor de la programación cinematográfica.

Madrid es perfecto en este sentido ya que la región, especialmente allí donde los complejos multicine están desarrollándose o en vías de serlo en el futuro, tiene la ventaja de cumplir con la mayoría, si no todos, de los requisitos de la estrategia de marketing de esta empresa. Yelmo desea poder ofrecer comodidad de acceso. En este sentido, la infraestructura de Madrid es excelente, especialmente en las zonas no-metropolitanas. Otros factores a considerar son el aparcamiento gratuito y el acceso y espacio reservado para los minusválidos. No obstante estos factores, lo más importante a tener en cuenta es la demanda de los servicios ofrecidos por Yelmo Cineplex. La empresa tiene total confianza en su estrategia y en el futuro de los complejos multicine en la Comunidad de Madrid.

5.4.2 Estudio de caso 2: KINEPOLIS

Kinepolis es una empresa belga que cotiza en Bolsa y cuyas acciones están mayoritariamente en manos de dos familias. Sus actividades principales son desarrollos inmobiliarios y de cine. Generalmente, compra el terreno y desarrolla el área alrededor del cine para después subarrendar los locales anexos a negocios complementarios, tales como restaurantes y tiendas. El modelo de Kinepolis se basa en un cine con centro de conferencias haciendo énfasis en el tamaño y el espacio.

Esta empresa, recibe aproximadamente 26 millones de visitantes en sus complejos multicine en toda Europa. Se estableció en España en Madrid, en la Ciudad de la Imagen, en septiembre de 1998. Desde su inauguración en Madrid ha recibido más de 11 millones de visitantes. En el año 2001 la cifra fue de 3.6 millones.

La dirección de Kinepolis está muy contenta con la idea de la ampliación de la red del metro hasta la Ciudad de la Imagen y prevén una estación de metro en la misma puerta, en un futuro no muy lejano. La mejora en la red de transporte público permitirá aumentar el número de visitantes ya que, hasta la fecha, la mayoría llega en coche.

Asimismo, con la propuesta del Banco Santander de construir una “ciudad bancaria” en la cercana Boadilla del Monte, con 10.000 viviendas, se abren nuevas oportunidades para más empresas del sector de ocio que quieran establecerse en esta zona y continuar el éxito de Kinepolis. Debido a la cantidad de empresas con oficinas en la zona, muchos de cuyos empleados utilizan las áreas de restauración de Kinepolis o alrededores, un “fitness centre”/gimnasio podría ser una buena inversión. Para actividades más orientadas hacia la familia, una bolera o una pista de hielo podrían ser opciones viables.

¿Por qué Madrid?

Kinepolis, según Manu Claessens, Director Nacional de Teatro, **es una empresa bastante conservadora que no tiene la costumbre de arriesgar. En este sentido, Madrid cumple los requisitos de tamaño y espacio.**

Un plus adicional para abrir Kinepolis en Madrid ha sido la calidad de los empleados. El Sr. Claessens los describe como muy leales, dispuestos y, en general, es un placer trabajar con ellos.

6. SEGMENTOS EN FASE DE CRECIMIENTO

6.1 TURISMO RURAL

La Comunidad de Madrid ofrece numerosas oportunidades para los residentes y visitantes que deseen disfrutar de una amplia variedad de oferta de turismo rural. Las federaciones deportivas y de ocio de la zona son una fuente importante de información y asesoramiento.

La página web de turismo rural www.guiamadridrural.com es excelente. Este portal divide el área no metropolitana en nueve zonas geográficas y ofrece detalles sobre tipos de fauna y flora, ciudades y pueblos, lugares de interés, actividades al aire libre, festivales e instalaciones en todas aquellas zonas donde se puede disfrutar del turismo rural.

Algunas de las actividades al aire libre que se pueden practicar en la Comunidad de Madrid son: senderismo, escalada, ciclismo de montaña (www.estoesmadrid.net), rutas a caballo, “windsurf”, vela, piragüismo, “snowboard” y esquí. Información sobre cada una de estas actividades, y mucho más, en la página web www.iespana.es/federacionesdeportivas

Otra fuente de información a tener en cuenta por los particulares y las empresas interesadas en el turismo rural es la página web www.ocioactivo.com. Bajo el lema “Explore Madrid”, Ocio Activo ofrece información sobre 22 empresas que operan en la región de Madrid. Entre ellas, el parque natural recreativo Indiana (www.indiana-sl.com), situado a 67 kms. al oeste de Madrid, que ofrece una amplia variedad de actividades. Creado en 1993, atrae a unos 8.000 visitantes al año. Parece que existe potencial en la región para un negocio similar.

Existen abundantes oportunidades para el inversor extranjero en la Comunidad de Madrid, por ejemplo:

- Comprar casas en ruina y convertirlas en alojamientos rurales. Muchas propiedades de este estilo existen en lugares espectaculares y hay un interés creciente por este sector, especialmente en zonas de la región lindantes con las provincias de Toledo, Segovia y Avila. Los inversores interesados pueden obtener más información a través de las agencias inmobiliarias mencionadas en la página 36. Otra fuente importante de información son los ayuntamientos locales.
- Generar una actividad recreativa en una de las cuatro zonas de la región que han sido elegidas como posibles destinatarias de ayuda (hasta un 50%) bajo la tercera fase del Programa LEADER. Se trata de un proyecto que fomenta la regeneración de las zonas rurales a través de actividades tales como el turismo rural.
- Suministrar material y equipo a las tiendas especializadas, por ejemplo bicicletas, ropa deportiva de calidad, tiendas de campaña, cordadas, material de repuesto, etc.

- Combinar turismo rural con actividades y enseñanza de idiomas: muchos colegios están ya empezando a ofrecer cursos de idiomas combinados con deportes y otras actividades, no sólo durante los meses de verano sino también durante todo el año mediante cursos intensivos. La Comunidad de Madrid carece del alojamiento rural adecuado y del personal suficientemente experimentado en este sector. La mayoría de los núcleos urbanos de la región cuenta con centros culturales, muchos de los cuales estarían interesados en este tipo de proyectos.
- “Paintball”. Aunque presente en la región de Madrid desde principios de los años 90, sólo recientemente ha aumentado su popularidad. Existen aproximadamente 20 instalaciones en la región. Los proveedores de bolas para “paintball” son italianos, mientras que los ingleses y norteamericanos suministran ropa y otros equipos. Se espera que dentro de poco se ponga en marcha la liga española, lo que hará aumentar la participación y popularidad de este deporte. Actualmente, los españoles juegan con los portugueses en la liga europea.

Información y contactos útiles sobre vuelo sin motor, aerostación, parapente, paramotor, etc. se puede encontrar en la página web www.aereamadrid.com

6.2 GIMNASIOS/“FITNESS CENTRES”

Los operadores ingleses dominan el mercado y consideran que Europa continental está todavía sin explotar, lo que la convierte en un excelente lugar para la rápida expansión de sus nombres comerciales. Esporta y Holmes Place ya están en la Comunidad de Madrid y otros operadores están explorando las posibilidades de establecerse en la región.

Esporta (más de 169.000 socios a mediados de 2001, la mayor parte en el Reino Unido) y Holmes Place (228.000 socios, la mayoría también en el Reino Unido) han visto aumentar sus cifras en un 34% y un 38% respectivamente en relación a los 12 meses anteriores. Dada la saturación del mercado británico, actualmente se están concentrando en expandirse en Europa continental, siendo Madrid de especial interés.

Holmes Place abrió su complejo de 3.500 metros cuadrados en el nuevo centro de ocio Centro Diversia en el año 2001, en la localidad de Arroyo de la Vega, una zona exclusiva entre La Moraleja y Alcobendas, donde los precios se han disparado astronómicamente en los últimos años.

Esporta adquirió el complejo Las Rozas Heron City en 2001 como plataforma de lanzamiento en Europa continental. Su próxima aventura comercial será en Alcorcón.

7. OTRAS OPORTUNIDADES PARA EL INVERSOR

7.1 OCIO ON-LINE

Todavía en la infancia en España, el ocio on-line empieza a popularizarse algo más una vez que se conocen sus ventajas y la población se conecta más al Internet.

Las compras de ocio por internet están aumentando y un porcentaje considerable de las ventas se hace ya por esta vía. En 2001, el 12% de las ventas de música en España se llevó a cabo a través de internet. Los expertos y analistas de negocios predicen un boom de E-Commerce, en España, en 2003-2004.

La Asociación de Tiendas Virtuales de España (Atiendes) se creó a comienzos de 2001. Actualmente cuenta con 17 miembros, en su mayoría pequeñas y medianas empresas. Su objetivo es representar a sus asociados y ayudarles en la práctica, reforzando su poder de negociación con instituciones como los bancos. Entre los miembros con actividades relacionadas con el ocio se encuentran:

Empresa	Actividad Comercial
Accua.com	Restaurantes y gastronomía
Atrapalo.com	Teatro, vuelos, viajes y hoteles
Cinetradas.com	Cine
Discolibro.com	Musica y libros
Discoweb.com	CDs y DVDs
Dvdgo.com	Video-juegos
Sportarea.com	Ropa y equipamiento deportivo
Teatroentradas.com	Entradas de teatro

Los 17 miembros de Atiendes tuvieron una facturación conjunta de 45 millones de Euros en 2001, 370.000 usuarios y entre 50 y 70 transacciones al mes. Es probable una futura colaboración entre Atiendes y AECE, la Asociación Española de E-Commerce. www.atiendes.com

7.2 JUEGO

Hacer apuestas y jugar a las máquinas tragaperras es un gran negocio en Madrid. Sin incluir las cinco loterías públicas: ONCE, Quiniela, Bonoloto, Lotería Primitiva y Lotería Nacional, el gasto medio por persona en la Comunidad de Madrid es de 470 Euros al año, un 12% más que la media nacional.

En 2000, en la Comunidad de Madrid había 81 salas de bingo y 31.000 máquinas tragaperras tipo B. La recaudación por juego fue de 2.500 millones de Euros. El gasto por habitante de 528 Euros puede desglosarse de la siguiente forma:

Máquinas tragaperras	53%
Bingo	34%
“Gran Casino Madrid”	13%

www.elrecreativo.com es el portal del juego y la industria de las apuestas en España. Incluye informes anuales detallando gastos y tendencias en los distintos segmentos del mercado.

La recaudación de 1999 en el casino de Madrid representó un gasto medio (59 Euros) de casi un 58% más que la media nacional (34 Euros), incluyendo los 29 casinos repartidos por toda España. Varios factores pueden explicar las razones para montar un nuevo casino en la región, entre ellos: un alto gasto en juego, aumento del tiempo de ocio, índice industrial superior a la media y la importancia de Madrid como destino turístico y de ocio. También hay que tener en cuenta el éxito del Casino Gran Madrid.

7.2.1 Casino Gran Madrid www.casinogranmadrid.es

- Cinco salas principales de juego más 170 máquinas tragaperras
- a 20 minutos en coche del centro de Madrid
- posibilidad de celebrar bodas civiles, recepciones, conferencias, galas
- 70.000 comidas servidas en 2001
- uno de los más importantes centros de ocio de Europa
- más de 700 empleados
- ingresos por juego en 1999 – 301.96 millones de Euros
- ingresos por juego en 2000 – 321.21 millones de Euros

7.2.2 Segundo Casino en la Comunidad de Madrid - Aranjuez

El promotor Fadesa y la empresa de gestión de juego Comar, que gestiona los casinos de Santander, Menorca y La Coruña, entre otros, han ganado el contrato para construir el segundo casino de Madrid, en la localidad de Aranjuez. Ambas compañías han invertido 36 millones de Euros en la compra de casi 3 millones de metros cuadrados de terreno a la empresa pública, Arpegio.

Además del casino, gestionado por Comar, Fadesa desarrollará un complejo residencial de 2.745 viviendas, zona comercial y recreativa, un hotel de cuatro estrellas y un campo de golf de 18 hoyos. Fadesa es el tercer promotor de España en volumen de ventas. Como empresa privada, Fadesa es propietaria de cinco hoteles en España así como de desarrollos en Portugal y Marruecos. Se prevé su apertura en junio de 2005.

7.2.3 Juego Electrónico

La revolución causada por Internet ha supuesto nuevas oportunidades de negocio para todas las industrias, y el juego y el ocio no han sido excepción. En febrero de 2002, la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE) se unió a Cirsa Interactive (www.cirsa.com) para formar un grupo de trabajo para estudiar las implicaciones de los futuros controles regulatorios en la industria. La AECE tiene más de 200 asociados incluyendo El Corte Inglés, Yahoo España, Deutsche Bank, Infojobs, etc. Cirsa Interactive opera en muchos de los Centros de Diversión Familiar incorporados a los centros comerciales y de ocio de España. Son líderes en el desarrollo de loterías, bingo y juegos on-line, así como de software de valor añadido para Internet, televisión interactiva y teléfonos móviles de tercera generación. EUROMAT (Federación Europea de Asociaciones de Máquinas Tragaperras) también está realizando estudios paralelos sobre este nuevo sector de ocio.

8. VENTAJAS DE MADRID

8.1 MERCADO INMOBILIARIO

8.1.1. Centro de la ciudad

La Comunidad de Madrid se puede dividir en dos zonas bien diferenciadas en lo que a ocio se refiere. El área metropolitana, con 3 millones de residentes, alberga al 60% de la población aunque sólo ocupa un pequeño porcentaje del total de los 8.000 kilómetros cuadrados de superficie de la región. Las oportunidades de inversión y negocio se ven limitadas por la escasez de espacio disponible. En respuesta a esto, muchos edificios antiguos, como el Teatro Alcalá, están siendo rehabilitados y abrirán sus puertas nuevamente. Otros, como la estación de tren de Príncipe Pío, están siendo reconvertidos en complejos comerciales y salas multicine. Nuevas ofertas de ocio, como boleras y gimnasios, se están abriendo en los bajos de los edificios de oficinas y bloques residenciales de la capital.

A pesar de la actual situación político-económica a nivel mundial, la demanda de alquileres en el centro de la ciudad se mantiene alta. Sin embargo, los precios no son tan elevados como en Londres, Dublín, París y otras capitales. Madrid, a pesar de todo, sigue siendo un lugar atractivo en este sentido.

Los inversores extranjeros, especialmente los operadores de gimnasios y “fitness centres”, de centros de diversión familiar de alta tecnología y de centros de ocio infantil, deberían concentrar su búsqueda inicial alrededor de las áreas conocidas en el sector inmobiliario como: 1) Calle Principal y 2) Comercial. Ambos tipos de zonas tienen una buena mezcla de comercios, aunque dedicados principalmente a ropa y complementos. La inmobiliaria Aguirre Newman tiene una página web (www.aguirrenewman.es) con excelentes referencias a la situación actual del mercado, así como mapas detallados.

8.1.2 Espacio para oficinas en el centro de la ciudad

Madrid está dividida en cuatro zonas principales en cuanto a distribución de espacio para oficinas de alto standing se refiere, con una oferta total de 8.3 millones de metros cuadrados. 500.000 metros cuadrados fueron incorporados al mercado en 2001. Además hay que añadir otros 4 millones de metros cuadrados de espacio para oficinas de inferior calidad, de antes de 1985. El 50% de estas últimas está en edificios mixtos de oficinas y viviendas. La demanda de oficinas en la zona centro es actualmente superior a la oferta y bastante elevada en las otras zonas.

8.1.3 Operación Chamartín y “Ciudad Deportiva”

La Operación Chamartín es uno de los más ambiciosos proyectos de desarrollo urbanístico de Europa y ha sido comparado con el Canary Wharf (Londres) y La Défense (París) así como con el actual proyecto urbanístico de Berlín. Existen numerosas oportunidades para el sector de ocio y similares en el área que se extenderá al norte de la estación de tren de Chamartín, 3.5 kilómetros de extensión.

Algunos datos sobre el proyecto son:

- incorporará 12 rascacielos de aproximadamente 40 plantas cada uno
- se construirán 20,000 nuevas viviendas
- 900,000 metros cuadrados de espacio para oficinas
- hoteles

Las obras comenzarán durante el último trimestre de 2002 y su finalización se prevé entre 2012 y 2017. Tres de los rascacielos han sido ya sacados a subasta, habiéndose interesado por ellos Repsol y Heron.

La ‘Ciudad Deportiva’ es otro proyecto a gran escala, a desarrollar conjuntamente por el Ayuntamiento de Madrid y el Real Madrid Club de Fútbol, para explotar el área y el potencial inmobiliario de los campos de deportes y entrenamiento que el equipo posee. Esta ‘ciudad deportiva’ estará situada entre la Plaza de Castilla y lo que popularmente se conoce como el “nudo norte”, que es donde la Operación Chamartín empezará. Este proyecto incluirá:

- cuatro rascacielos, uno de ellos diseñado por Norman Foster
- un complejo deportivo de 40,000 metros cuadrados
- aparcamiento para unos 2.500 vehículos
- uno de los hoteles más grandes del mundo, con 6.000 habitaciones
- 60.000 metros cuadrados de parque
- mejora y ampliación del transporte público en la zona

Proyectos como los dos anteriores ofrecen un potencial inmenso para las actividades relacionadas con el ocio. Así mismo, potenciarán la candidatura de Madrid como sede de los Juegos Olímpicos de 2012.

En la pasada edición de la International Property Development Exhibition en Cannes, el proyecto fue muy bien recibido y ya han empezado los contactos preliminares entre el Ayuntamiento y posibles socios.

8.1.4 Fuera de la ciudad

Fuera del área metropolitana el paisaje cambia radicalmente, tanto a nivel geográfico como en términos de estilo de vida. El espacio disponible ya no es un problema. En general, se puede decir que los grandes centros de ocio se han establecido cerca de las ciudades satélite de la región.

En los últimos años, en las zonas próximas a Las Rozas, San Sebastián de los Reyes, Alcalá de Henares, Alcorcón o Getafe, ha habido un aumento considerable de centros comerciales y de ocio, salas multicine y parques temáticos.

Mientras tanto, las actividades de ocio más tradicionales continúan desarrollándose en la zona norte de la región: golf, senderismo, esquí, paseos a caballo, pesca, etc. Aunque la Comunidad de Madrid no tiene playa, los deportes acuáticos también tienen gran importancia dado los numerosos embalses de la región.

En el apartado 10 (Direcciones útiles) figuran las empresas inmobiliarias mencionadas en este informe.

8.2 MERCADO LABORAL

Madrid es famosa por su mano de obra altamente cualificada. En la Comunidad de Madrid hay siete universidades públicas y cinco privadas así como numerosas escuelas de negocios internacionales.

Actualmente, la mano de obra en Madrid supera los 2.3 millones (2000), lo que equivale a un 44% de la población de la zona.

Un 70% de los trabajadores está empleado en el sector servicios. El turismo y el ocio copan aproximadamente la mitad de estos empleos. Además, unido a estos puestos de trabajo permanentes, hay que añadir los empleos temporales durante la temporada alta lo que hace aumentar considerablemente la cifra de empleo en este sector.

Aproximadamente unos 320 estudiantes obtienen el título oficial de turismo cada año en la Comunidad de Madrid. La cifra equivalente para hostelería y restauración es aproximadamente de unos 60 estudiantes.

Encontrar empleados que hablen idiomas no es ningún problema. Cada año, unos 24.500 niños estudian inglés en los colegios españoles y otros 6.000 más lo hacen en los colegios británicos y americanos de la región. Como media, anualmente, un mínimo de 10.000 estudiantes de la región se gradúa en una de las doce principales universidades con un título para el cual el conocimiento del inglés es parte esencial.

Alrededor de 9.000 niños estudian francés cada año en los colegios españoles y otros 4.500 lo hace en los colegios franceses. Las mismas cifras para el estudio de alemán son 5.000 y 2.000, respectivamente.

Los salarios, aunque más altos que en la mayoría de las regiones españolas, son significativamente más bajos que en la mayoría de los países de la Unión Europea. Un empleado de fábrica alemán, por ejemplo, gana el doble que el mismo trabajador en España. El coste de la Seguriad Social es un 30% adicional y el coste total por empleado, para el empresario, equivale aproximadamente al 150% del salario.

8.3 INCENTIVOS

La Comunidad de Madrid, bajo las directrices de la Unión Europea, puede ofrecer ayudas directas a la inversión en la región de hasta un máximo del 20% del total de los costes de inversión pertinentes.

Muchas de las ayudas están especialmente dirigidas a las pequeñas y medianas empresas (PYMES), es decir aquellas empresas con menos de 250 empleados y una facturación por debajo de 40 millones de Euros. En la práctica, la mayoría de los inversores en el sector de ocio suelen ser grandes empresas y la ayuda financiera en ese caso se limita a:

- PRECOMA

Es una subvención para empresas españolas y extranjeras que deseen establecerse por primera vez en la Comunidad de Madrid o ampliar una actividad ya existente. Para tener derecho a esta ayuda, la empresa debe invertir 2.1 millones de Euros y crear un mínimo de 30 puestos de trabajo. Así mismo, la inversión debe realizarse en uno los municipios seleccionados - una lista de los cuales puede obtenerse previa solicitud.

La subvención se aplica al desembolso financiero para terrenos, construcción y equipamiento incluyendo software. La cantidad otorgada varía del 10% del total de los costes de inversión hasta un 20%, basado en un sistema de puntos. Se suman puntos con la creación de empleo para minusválidos, parados de larga duración y otros grupos minoritarios.

Las solicitudes y criterios básicos para la selección se pueden encontrar en la Guía para Incentivos Fiscales y Financieros, visitando la página web: www.investinmadrid.com

- PIE

Se trata de una subvención para investigación y desarrollo por lo que no es aplicable a las empresas del sector de ocio. Si algún inversor cree que algún elemento concreto de un proyecto puede considerarse como I&D, encontrará información sobre solicitud, cantidad a otorgar y criterios de selección en la Guía Fiscal y Financiera, visitando la página web: www.investinmadrid.com

- FIP

Es una subvención para formación, a través de la cual las empresas pueden recibir una cantidad determinada por cada empleado que contraten después de un curso de formación diseñado y organizado por la propia empresa, si así lo desea. Las condiciones necesarias son que los candidatos sean elegidos entre los parados apuntados en el INEM (sin tiempo mínimo de inscripción: un día es suficiente) y que la empresa garantice el empleo del 60% de los participantes en el curso.

La cantidad actual otorgada varía y se calcula en base al sector de actividad de la empresa y el perfil del empleo del asistente al curso. Para un cálculo personalizado, se ruega contactar con: inversiones@imade.es

A veces, se ofrecen ayudas específicas para fomentar el desarrollo del sector turístico regional. Dichas ayudas se solicitan directamente a:

Dirección General de Turismo

Consejería de Economía e Innovación Tecnológica
Comunidad de Madrid.

Príncipe de Vergara, 132 – 5ª
28002 Madrid

+ 34 915 802 317/315 telephone

+ 34 915 643 485 fax

www.madrid.org/turismo web

Más información sobre éstas y otras ayudas, tales como el reembolso del pago a la Seguridad Social correspondiente al primer año de actividad económica, se puede encontrar en la Guía de Incentivos Fiscales/Financieros, en la página web: www.investinmadrid.com

La Oficina de Inversión Extranjera de la Comunidad de Madrid ofrece una amplia gama de ayudas no económicas a los posibles inversores, de forma totalmente gratuita. Desde informes de investigación de mercado ya publicados hasta estudios de viabilidad confeccionados a la medida; desde la búsqueda de terreno hasta la organización de agendas de trabajo y reuniones. No importa cual sea el tamaño de su posible inversión, rogamos contacten con nuestro equipo de expertos, quienes estarán encantados de aconsejarales, en la siguiente dirección: inversiones@imade.es

9. COMO EMPEZAR - DONDE IR Y QUE HACER

Aparte de ciertos impuestos municipales, no existe ningún requisito o tasa especial para montar un negocio en la Comunidad de Madrid. El procedimiento para registrar una empresa es el mismo en toda España. Información sobre los pasos a dar, direcciones pertinentes y posibles tasas se puede encontrar en la excelente 'Guía para Hacer Negocios en España', actualizada cada año por el Ministerio de Economía.

Existe una conexión con la versión inglesa de esta guía en la página web: www.investinspain.org - también se puede adquirir, al precio de 27 euros, en español, inglés, francés o alemán en el ICEX, Instituto Español de Comercio Exterior:

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

Paseo de la Castellana, 14

28046 Madrid

teléfono: +34.913 496 100

fax: +34.914 316 128

email: icex@icex.es

web: www.icex.es

Con respecto a los impuestos municipales, estos varían de localidad en localidad y, en algunos casos, incluso de una acera a otra. El IAE, un impuesto comercial, es imposible de calcular hasta conocer la localidad y actividad exacta de la empresa, así como el tamaño de sus instalaciones. En la Comunidad de Madrid hay 180 localidades, cada una de las cuales disfruta de un cierto nivel de independencia y autonomía en relación a la recaudación de impuestos, por este motivo la solicitud deberá dirigirse directamente al ayuntamiento en cuestión.

Es necesario presentar una solicitud en el Gobierno Regional de Madrid en caso de necesitar un permiso para planificación y, tal como se ve en la sección sobre Centros Comerciales y de Ocio, es la Consejería de Economía quien ofrece la licencia especial necesaria para áreas comerciales con superficie superior a 2.500 metros cuadrados. En estos casos, el tamaño del proyecto es tal que el inversor ya está trabajando conjuntamente con un promotor o arquitecto. Estos intermediarios están familiarizados con los procedimientos y deberían poder ofrecer la ayuda necesaria.

10. DIRECCIONES UTILES

10.1 General

Página web oficial del Gobierno Autónomo de Madrid: www.madrid.org

Oficina de Inversión Extranjera de la Comunidad de Madrid

IMADE

José Abascal, 57

38003 Madrid

Tel +34 91 399 74 72/3/6

Fax +34 91 399 7464

Email: inversiones@imade.es

Web: www.investinmadrid.com

Turmadrid S.A. (organismo oficial para la promoción del turismo regional)

Duque de Medinaceli, 2

28014 Madrid

Tel +34 91 369 79 30...38 (9 líneas)

Fax +34 91 429 09 09

Email: turismo@madrid.org

www.comadrid.es/turismo

ARPEGIO (Ministerio de Obras Públicas, Urbanismo y Transportes)

María de Molina, 4 - 2º

28006 Madrid

Tel: +34 917 823 700

Fax: +34 915 646 307

email: arpegio@arpegio.com

Web: www.arpegio.com

Mapas e información detallada de la infraestructura regional incluidos los mayores desarrollos y promociones (Cuidad de la Imagen, Warner Bros. Movieworld and Xanadú etc.)

IFEMA – Feria de Madrid

Parque Ferial Juan Carlos I

Madrid

www.ifema.es

Contiene plano de situación e información sobre todas las ferias con las principales direcciones de e-mail.

Instituto Madrileño de Estadística

www.comadrid.es/iestadis

Datos estadísticos a nivel regional sobre demografía, economía e infraestructura.

Instituto Nacional de Estadística

www.ine.es

Datos estadísticos a nivel nacional sobre demografía, economía e infraestructura.

Ministerio de Economía

Subdirección General de Inversiones Exteriores

Paseo de la Castellana, 162 – 7º

28046 Madrid

Tel: +34 913 493 616

Fax: +34 913 493 562

Web: www.investinspain.org

Organismo estatal encargado de la atracción de inversión extranjera a España

www.achus.net

Versión en español e inglés. Muy interesante. Cubre muchos aspectos del sector turismo y ocio. La reciente actualización hace hincapié en la importancia creciente de los parques temáticos como actividades de vacaciones y ocio. Mapas útiles y una importante sección de turismo rural. Direcciones web de todos los principales parques temáticos, de atracciones y acuáticos de la región de Madrid. Enlaces con las páginas web de los organismos locales y regionales.

10.2 Centros Comerciales y de ocio

Asociación Española de Centros Comerciales (AECC)

C/ Rafael Calvo, 30 1º C

28010 Madrid

Tel +34 91 308 48 44

Fax +34 91 310 55 35

email: asociacion@aedecc.com

www.aedecc.com

Contacto: Erik Jan Buikema

En español. Excelente, información actualizada sobre el mercado, artículos de prensa diarios, contactos útiles y enlaces.

10.3 Juegos Olímpicos 2012

Página web oficial de los Juegos Olímpicos: www.madrid2012.es en español e inglés.

Página web de los patrocinadores: www.olimpiadasmadrid.com

10.4 Turismo Rural y Ocio al Aire Libre

www.guiamadridrural.com

Guía sobre el Madrid rural con excelentes enlaces en cada municipio de la región, detallando actividades y servicios.

www.ocioactivo.com

Asociación de catorce empresas que operan principalmente en actividades de ocio en grupo en la región de Madrid. La asociación tiene conexiones con el Gobierno Autónomo. Contiene detalles sobre cada empresa incluyendo perfiles de los clientes. Son interesantes:

Bicicleta de montaña:

www.rutaspangea.com

www.estoesmadrid.net

Organizadores de eventos:

www.Sportnature.es

Parques/escuelas recreativas:

www.perso.wanadoo.es/indianas1

www.esgaravita.com

“Quads” y “paint ball”:

www.quadmek.ciberia.es

Centros de Recursos de Montaña, Culturales, Naturales y Turísticos

Real, 1

28190 Montejo de la Sierra

Madrid

Tel +34 91 869 70

Fax +34 91 869 72 94

Inatur Sierra Norte S.L.

Poza 38,

Horcajuelo de la Sierra

28191 Madrid

Tel +34 91 539 87 17

Fax +34 91 528 00 49

Para inversores en centros de hípica existen 100.000 metros cuadrados a la venta, con 70 cuadras, cerca de El Escorial. Más información en: home.worldonline.es/antonilo

Federación Madrileña de Golf

C/ Capitán Haya, 9, 8º

28020 Madrid

Tel +34 91 556 71 34

Fax +34 91 556 43 28

email: alfonso@fedgolfmadrid.com

www.fedgolfmadrid.com

Contiene información sobre todos los clubs de la región, afiliados y no afiliados, así como detalles sobre las 19 canchas.

10.5 Clubs Sociales y Deportivos

Real Automóvil Club de España R.A.C.E.

Ctra. de Burgos km 28,100

28707 Madrid

Tel +34 91 657 00 11

Fax +34 91 657 04 62

Club de Golf La Dehesa

Avda. de la Universidad, 2

Villanueva de la Cañada

28691 Madrid

Te +34 91 815 70 22

Fax +34 91 815 54 68

Club de Golf La Moraleja

La Moraleja,
Ctra Burgos km 8,500
Alcobendas,
28109 Madrid
Tel +34 91 650 07 00
Fax +34 91 650 43 31

Real Club Puerta de Hierro

Avda. de Miraflores s/n
Ciudad Puerta de Hierro
28035 Madrid
Tel +34 91 316 17 45
Fax +34 91 373 81 11

Herrera Club de Golf

San Lorenzo de El Escorial
28200 Madrid
Tel +34 91 890 51 11
Fax +34 91 890 71 54

10.6 Gimnasios y "Fitness Centres"

www.mundogym.com

email: mundogym@teleline.es

Lista detallada de centros en Madrid. En español e inglés.

10.7 Ocio on-line**FECEMD**

Federación Española de Comercio Electrónico y Marketing Directo

www.fecemd.org

10.8 Mercado Inmobiliario

ASPRIMA

Asociación de Promotores Inmobiliarios de Madrid

www.asprima.es

Empresa	Ventas 1999em	Teléfono	web
Vallehermoso	358	915 561 065	www.vallehermoso.es
Metrovacesa	198	915 970 478	www.metrovacesa.es
Riofisa	138	916 612 250	www.riofisa.com
Lend Lease			www.bovis.com
Arpegio	100	917 823 700	www.arpegio.com
IKEA	92	915 901 526	
Neinver	49	915 901 526	www.neinver.com
Bouygues	47	913 756 030	www.bouygues.com
Rozas Park	23	913 746 700	
Heron Inversiones	23	916 404 758	

Otras promotoras con amplios conocimientos del mercado en Madrid son:

Knight Frank

Paseo de la Habana, 1

28036 Madrid

Tel +34 91 577 39 93

Fax +34 91 575 73 23

Contacto: Stuart Mc Donald

Email: stuart.mcdonald@knightfrank.es

www.knightfrank.com

King Sturge

Costa Rica 27,

28016 Madrid

Tel +34 91345 55 77

Fax +34 91 345 22 06

Contacto: John Thompson

Email: jthompson@interbanner.com

www.kingco-es.com

Aguirre Newman

Paseo de la Castellana 9,
28046 Madrid
Tel +34 91 319 13 14
Fax +34 91 391 86 57
Contacto: Estibaliz Parra
Email: estibaliz.parra@aguirrenewman.es

Healey & Baker

Ortega y Gasset, 29
28006 Madrid
Tel +34 91 781 00 10
Contacto: Roger Cooke
www.healey-baker.es

Richard Ellis SA

Edificio Torre Picasso, Planta 19
28020 Madrid
Tel +34 91 598 19 00
Contacto: Enrique Martínez

Servicios especializados auxiliares:

- Gestores de proyecto:

MACE Management Services

Fernando el Santo, 15 – semisótano B
28010 Madrid
Tel +34 91 319 85 31
Contacto: Paul Rose

- Arquitectos:

Colegio Oficial de Arquitectos

Barquillo, 12
28004 Madrid
Tel +34 91 521 82 00 (10 líneas)
Fax +34 91 521 92 65
www.coam.es

Arquitectura Langdon S.A.

Fernando el Santo, 17, 3º
28010 Madrid
Tel +34 91 308 03 08/09/10
Fax +34 91 319 65 04
Contacto: Carlos Langdon

10.9 Otras

Federación Madrileña de Billares

www.rfeb.org

Dos páginas web útiles de “paint ball”

www.paintballpark.com

www.paintballmadrid.net