



PLAN ESTRATÉGICO

2022-2026



Madrid World Capital of
Construction, Engineering & Architecture

ÍNDICE

01

Antecedentes

02

Introducción

03

Alcance

04

Objetivos

05

Misión, visión y valores

06

Análisis de situación

07

Proyectos

08

Mecanismos de movilización de proyectos

09

Planificación técnica y económica

Antecedentes

El Plan Estratégico 2022-2026 (PE 22-26) tiene su origen en el Plan elaborado por el Ayuntamiento de Madrid en 2019 y aprobado por las 23 entidades que más adelante fundarían MWCC.

Dicho Plan fue elaborado gracias a la información recogida en más de cien entrevistas a profesionales y expertos, así como en distintas mesas redondas, que permitieron obtener un visión integral del sector.

No obstante, el crecimiento en el número de entidades y la continua evolución del sector hace necesaria una actualización del Plan para, a través de nuevas acciones y la redefinición de otras, recoger los intereses de todas las entidades y la adaptación a las circunstancias de cada momento.

Este Plan estratégico tiene dos grandes diferencias respecto al anterior:

1. La relevancia dada a la sostenibilidad como eje central para el desarrollo del sector en todos sus ámbitos: infraestructuras, edificación, movilidad y soluciones urbanas.
 2. Los cambios producidos por la Covid 19, que han afectado a todo el planeta en todos los ámbitos de actividad.
-

Introducción

El presente Plan Estratégico de MWCC 2022-2026 tiene como objetivo el desarrollo de las distintas acciones, planes y programas de la entidad que permitan aprovechar, en el ámbito de la construcción, la ingeniería civil y la arquitectura, el potente ecosistema empresarial existente en el Área Metropolitana de Madrid y sus ventajas competitivas en beneficio de todos los agentes sectoriales.

La sostenibilidad cobra en el Plan una mayor relevancia al considerar que es la base sobre la cual debe apoyarse el sector para continuar con su expansión en nuevos mercados y consolidarse en aquellos en los que ya está asentado.

Las características de este Plan son las siguientes:

- **Promotor.** La Junta Directiva de MWCC es la entidad promotora de esta iniciativa y de su desarrollo inicial.
- **Participado.** El borrador es el resultado de un proceso de contraste y consenso entre distintos expertos así como del estudio y análisis de distintos documentos sectoriales.
- **Horizonte temporal.** Si bien el logro de los objetivos estratégicos solo podrán conseguirse en el largo plazo y la mayor parte de las actuaciones tienen carácter de perdurabilidad en el tiempo, en estos momentos no es posible concretar más allá de los cuatro próximos años.
- **Estructura.** El Documento se estructura en objetivos estratégicos, ejes estratégicos, metas, líneas de actuación y acciones.

Objetivos estratégicos: Definen el horizonte hacia el que mirar, es decir, los objetivos generales que buscan establecer la misión de la entidad a largo plazo.

Ejes estratégicos: Son apuestas estratégicas que definen y determinan las áreas de trabajo prioritarias para la entidad. Son los caminos elegidos para transitar hacia la consecución de las metas y los objetivos estratégicos.

Metas: Establecen los resultados esperados a la finalización de la estrategia, conseguidos tras la realización de las acciones.

Líneas de actuación y acciones: Indican medidas a poner en marcha durante la ejecución de la estrategia, definiendo acciones concretas a llevar a cabo.

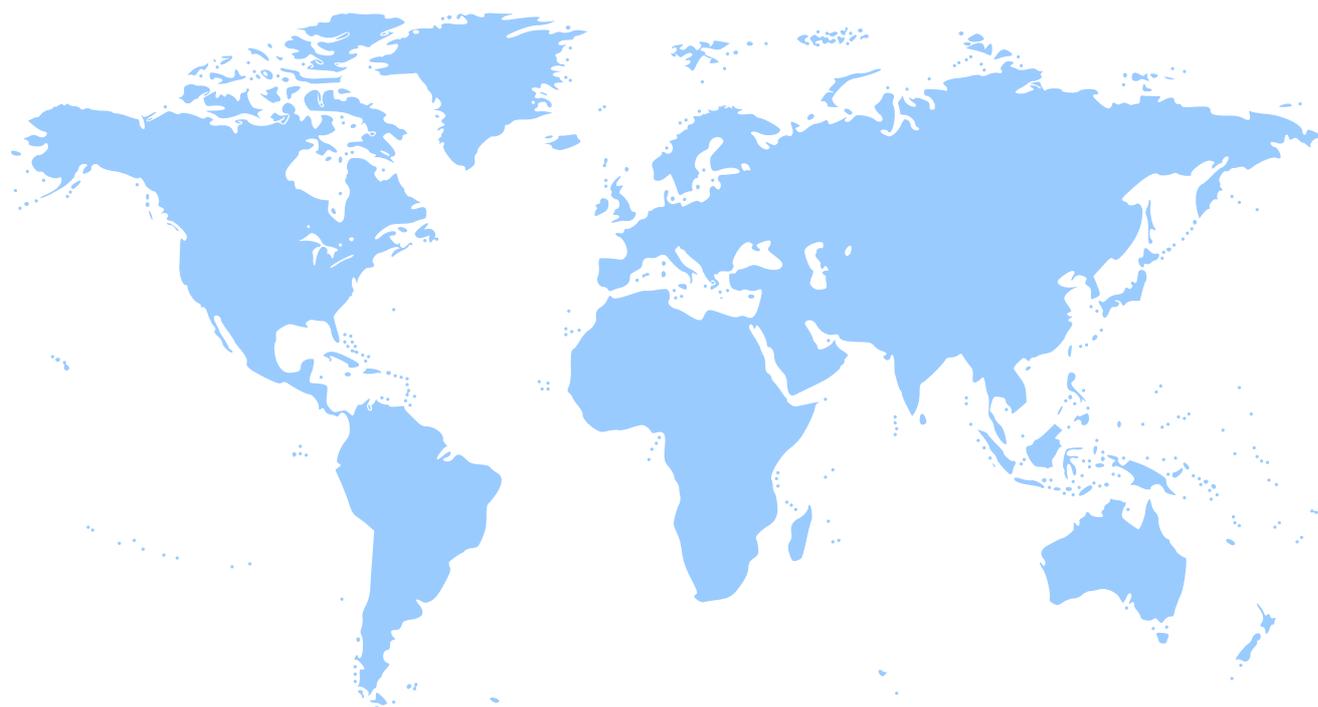
Introducción

Agentes:

- Universidades.
- Centros de investigación.
- Asociaciones profesionales y empresariales de derecho público y privado.
- Empresas de construcción, ingeniería y arquitectura.
- Empresas industriales.
- Empresas energéticas.
- Aseguradoras.
- Entidades financieras y de seguro.
- Despachos legales.
- Empresas de consultoría.
- Entidades certificadoras.
- Entidades feriales.
- Entidades sin ánimo de lucro.
- Administraciones públicas y empresas públicas.

Alcance

El alcance del presente Plan Estratégico incluye a todas las actividades directas e indirectas en las cuales participa la marca MWCC, ya sea con socios y entidades colaboradoras de la asociación así como con terceros agentes públicos y privados no adscritos. Se trata de un alcance global, internacional, nacional, autonómico y local.



Objetivos

El Plan recoge nueve objetivos divididos en tres grupos:

- **Objetivos de fuera hacia dentro.** Atracción de estudiantes, profesionales, empresas y entidades públicas y privadas a Madrid.
- **Objetivos de dentro hacia fuera.** Potenciar la presencia de profesionales, empresas y entidades públicas y privadas en el exterior.
- **Objetivos internos (de dentro hacia dentro).** Potenciar el arraigo y colaboración de profesionales, empresas y entidades públicas y privadas de la Ciudad.



OBJETIVO 1

Posicionar la Ciudad como centro de referencia internacional en soluciones urbanas, movilidad y sostenibilidad.



OBJETIVO 2

Posicionar la Ciudad como centro de referencia internacional en formación, capacitación e I+D+i, así como en asesoramiento, diseño, construcción, financiación y gestión de proyectos.



OBJETIVO 3

Posicionar la Ciudad como centro internacional de arbitraje especializado en el sector.



OBJETIVO 4

Posicionar la Ciudad como centro de referencia internacional en la organización de jornadas, congresos y ferias.



OBJETIVO 5

Consolidar la presencia española en los mercados de los países desarrollados y fortalecer el posicionamiento en aquellos con menor presencia.

Objetivos



OBJETIVO 6

Fortalecer el posicionamiento de los profesionales españoles como referencia internacional en ingeniería, arquitectura, construcción, financiación, sostenibilidad asuntos legales y buenas prácticas,



OBJETIVO 7

Fortalecer la I+D y las soluciones innovadoras bajo criterios de sostenibilidad.



OBJETIVO 8

Retener las empresas y el talento localizados en Madrid y su área metropolitana



OBJETIVO 9

Lograr una colaboración estrecha entre los distintos agentes para potenciar la formación, la I+D+i, el desarrollo empresarial y la promoción de Madrid y su área metropolitana



OBJETIVO 10

Potenciar otros sectores relacionados con las infraestructuras, la ingeniería y la arquitectura como la industria, servicios informáticos, simuladores, drones, bigdata, ciberseguridad,....

Misión, visión y valores

MISIÓN

Contribuir al desarrollo integral del sector de la ingeniería, construcción y arquitectura de España, posibilitando la mejora de la reputación, la competitividad, la influencia internacional y la capacidad de atracción de talento e inversiones de la ciudad de Madrid, así como su sentido de pertenencia.

Aprovechar el ecosistema de Madrid, único en el mundo, para posicionar la Ciudad como centro de referencia internacional del Sector para su promoción, desarrollo y adaptación a las demandas que la sociedad, a nivel Global, requiere en cada momento.

VISIÓN

Situar MWCC como la entidad de referencia a nivel Global por su trabajo y su compromiso con el sector y con la sociedad en su conjunto que permita mejorar su calidad de vida en su aspecto social, económica y medioambiental.

Desarrollar un proyecto capaz de beneficiar a toda España. Posicionar a Madrid como capital internacional de contratación de ingeniería, construcción y arquitectura. Posicionar a España como referente internacional en formación y en diseño, desarrollo, financiación, gestión y resolución de conflictos. Atracción negocios e inversiones.

VALORES



Excelencia



Sostenibilidad



Innovación



Accesibilidad



Movilidad



Seguridad



Creatividad



Compromiso



Lealtad

Análisis de situación

DEBILIDADES

1. Recursos propios limitados que:
 - Restringen la ejecución de más estudios
 - Dificultan la asistencia presencial a foros internacionales
 - Limitan la contratación de personal para acometer diferentes actividades de la Asociación
 - Fuerzan a una cierta dependencia de subvenciones de las administraciones públicas, con lo que las actividades desarrolladas e independencia de la Asociación no están consolidadas
2. Escasa participación. No se ha conseguido despertar el suficiente interés para que más entidades propongan temas que les atañen/preocupen y aumente su grado implicación.
3. Algunas de las actividades propuestas se solapan en cierta medida con las que ya están desarrollando algunas entidades por lo que, en ocasiones, no resulta sencilla la complementariedad o su deslinde.
4. Falta de acceso a altos directivos de algunas de las empresas, lo que dificulta su presencia en los actos de MWCC.
5. Al ser una entidad de reciente creación, consolidar su actividad y posicionamiento.
6. El funcionamiento de los Grupos de Trabajo, derivado del punto 2 no está consolidado.

AMENAZAS

1. Mediocridad. Aunque los objetivos y las acciones son claros en base a los objetivos fundacionales, se puede correr el riesgo de la Asociación se considere como "una más del sector".
2. Escasez de personas implicadas. La mayoría de las actividades dependen del esfuerzo personal de un grupo reducido de personas por lo que, la baja de total o parcial de algunas de estas personas por los motivos que fuese, podrían poner en riesgo el nivel de actividad que precisa la Asociación
3. No responder a todas las expectativas creadas.
4. Incapacidad para desarrollar todas las acciones por falta de medios.
5. Pérdida de actividad de los Grupos de Trabajo

Análisis de situación

FORTALEZAS

1. Número y transversalidad de las entidades. Elevadísimo número de empresas asociadas y colaboradoras adscritas en muy escaso tiempo tanto de los sectores núcleo de la asociación como transversales
2. Contactos sectoriales. Disponibilidad de contactos al más alto nivel en las esferas pública y privada a nivel nacional
3. Contactos en medios. Disponibilidad de contactos en medios de comunicación y gran presencia en medios y RR.SS., lo que está contribuyendo notablemente al conocimiento de la Asociación
4. Publicación de estudios y presencia en eventos. Desarrollo de actividades en ámbitos muy variados que favorecen la buena imagen y compromiso de la Asociación: desde acciones con los jóvenes o de RSC a las estructurales de la Asociación de tipo técnico, formativo, etc. y todo ello muy bien difundido en medios nacionales
5. Capacidad organizativa. Capacidad demostrada de celebración de actos y eventos tanto de carácter técnico como de otra índole: internos para asociados, premios, etc.
6. Consolidación de grupos de trabajo (GTs) como sostenibilidad, materiales, formación o comunicación
7. Equipo humano. Gran equipo humano y muy comprometido con el desarrollo de tareas de diversa índole: comunicación, RSC, técnicas, etc.
8. Imagen. Entidad comprometida con el sector y con la sociedad sin afiliación política.
9. MWCC se ha conformado como una entidad referente internacional en soluciones urbanas con la creación de un ecosistema empresarial único.
10. Cuota de acceso. Cuota anual para socios muy baja, por lo que existe margen de aumento para incrementar el presupuesto manteniendo una cuota muy accesible.
11. Magníficas relaciones con Administraciones públicas, empresas y entidades de alto nivel estén o no adscritas a la Asociación, lo que facilita el partenariado con ellas para la organización de actos, elaboración de informes, estudios, cursos formativos, etc.
12. Organización de eventos. La elevada transversalidad de las entidades adscritas favorece la celebración de actos/eventos que promuevan el networking entre ellas y con externas.
13. Integridad y actuación de forma responsable y ética.

Análisis de situación

OPORTUNIDADES

1. Cuota de acceso. Cuota anual para socios muy baja, por lo que existe margen de aumento para incrementar el presupuesto manteniendo una cuota muy accesible. Además, se dispone de la figura de colaborador para aquellas entidades que no pudieran soportar ese coste.
2. Espacio en el ámbito internacional. Toda vez que se trabaja intensamente en el posicionamiento nacional de la Asociación, existe un gran recorrido internacional, objetivo fundamental de la Asociación
3. Imagen. Seguir mejorando la buena imagen de la Asociación transmitida tanto a las administraciones públicas como a empresas gracias a las actividades realizadas
4. Visibilización. Derivado de lo anterior, se pueden aprovechar los contactos de alto nivel públicos y privados nacionales para replicarlos a escala internacional, dando mayor visibilidad a la Asociación.
5. Subvenciones. Aumentar las subvenciones obtenidas de distintas Administraciones ya que, actualmente, tan solo proceden de una administración y no es elevada en relación al tamaño de esa administración.
6. Capacidad para la elaboración de estudios con elevada transversalidad debido a la alta cualificación del equipo humano tanto interno como de las entidades que componen la Asociación
7. Posicionamiento como Asociación de referencia a nivel nacional, europeo y mundial.
8. Alianzas con otras entidades, tanto del sector como de fuera, para desarrollar acciones.
9. Sostenibilidad. Posicionarnos como entidad que promociona un sector comprometido con la sostenibilidad, prestando especial importancia al Agua.

Proyectos

El plan se estructura sobre cinco ejes fuertemente correlacionados. Por esta razón, las líneas de actuación de un eje pueden influir en la consecución de las metas del resto.

El último de los cinco ejes tiene un carácter transversal respecto a los otros cuatro, por lo que sus metas y líneas de actuación están insertas en los anteriores.

Los cinco ejes recogidos son los siguientes:

- **EJE 1.** Formación, capacitación e I+D+i.
- **EJE 2.** Desarrollo y fortalecimiento empresarial.
- **EJE 3.** Promoción.
- **EJE 4.** Sostenibilidad

Eje estratégico transversal:

- **EJE 5.** Colaboración entre agentes.



Proyectos

EJE 1. FORMACIÓN, CAPACITACIÓN E I+D+i



La formación de los profesionales españoles se ha configurado como uno de los factores principales de éxito y expansión de las empresas españolas constructoras, de ingeniería y de arquitectura.

Los expertos consultados han transmitido la necesidad de mantener la exigencia académica con el fin de garantizar una alta capacitación técnica y un prestigio profesional que redunde en beneficio de todo el sector.

Los profesionales españoles mantienen una posición de liderazgo a nivel mundial que podría utilizarse para potenciar la atracción de estudiantes internacionales a las universidades españolas. El acceso de estos estudiantes debe fomentarse, al ser una vía para extender el prestigio de las universidades y, por otra parte, para crear lazos entre España y los futuros profesionales.

La adaptación de los planes de estudio a las nuevas demandas del mercado es imprescindible para fortalecer el posicionamiento de los futuros profesionales españoles. Así mismo, la formación debe dirigirse al trabajo en equipo con personas que provengan de distintas disciplinas y distintos países.

El desarrollo de la I+D+i está fuertemente correlacionado con la formación, cuya capacitación técnica es uno de los factores determinantes de los resultados.

La I+D+i es el factor que permite ofrecer mejores soluciones técnicas e innovadoras y distinguirse de los competidores. Es un factor determinante en los concursos internacionales de licitación de grandes proyectos y obras, influyendo por tanto en el desarrollo empresarial.

La colaboración entre la universidad, empresas, administraciones y centros de investigación es imprescindible en este eje.

Proyectos

EJE 2. DESARROLLO Y FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL



Las empresas son el factor clave del sector; su dinamismo y capacidad para ofrecer soluciones innovadoras, tanto de carácter técnico como de gestión, les ha permitido posicionarse y liderar el mercado mundial.

Su relación con el eje anterior es indudable. La formación de los profesionales españoles ha sido una de las claves sobre la que se ha asentado su prestigio y uno de los pilares de la expansión internacional.

Junto a la formación, el éxito en el exterior del sector se ha asentado en un fuerte desarrollo de las infraestructuras en España, que les permitió adquirir experiencia y proveerse de una cartera de obras que han servido de aval en los concursos internacionales.

El mercado nacional debe ser objeto de atención para continuar disponiendo de una infraestructura puntera, fortalecer la imagen en el exterior y anclar las empresas y talento ya localizado en la Ciudad.

Los procesos de internacionalización de las empresas, principalmente las PYMEs, y la apertura de nuevos mercados que permitan continuar con la expansión y resistir mejor las crisis regionales deben ser parte de las actuaciones prioritarias.

Por último, debe potenciarse el arraigo de las empresas en Madrid para consolidar la localización de las entidades asentadas y evitar el traslado de sus sedes o de los centros operativos de negocio.

La colaboración entre las propias empresas del sector así como con la administración es imprescindible en este eje. La colaboración con otros sectores relacionados con la provisión de bienes o servicios debe tenerse en cuenta para el desarrollo de este eje.

Proyectos

EJE 3. PROMOCIÓN



Las campañas de imagen y promoción, así como la organización de congresos y ferias internacionales han sido una de las principales peticiones o sugerencias transmitida por las entidades de MWCC, como ya lo hicieron los expertos consultados durante su proceso de creación.

Las Campañas de promoción tendrían una doble finalidad:

- Mostrar el know how, obras, soluciones y servicios prestados por las empresas españolas, así como su posicionamiento de liderazgo en los mercados internacionales.
- Cambiar la imagen que ha podido transmitir parte del sector a la sociedad, pero que no refleja ni la realidad del conjunto ni los beneficios en términos de empleo, PIB y bienestar que aporta.

Así mismo, la organización de una feria internacional que congregue a todos los agentes del sector en un único espacio y momento debe ser una de las herramientas estratégicas dirigidas a potenciarlo.

Esta promoción debe servir para abrir mercados, atraer empresas y fortalecer el ecosistema existente.

La pertenencia de las empresas al clúster debe ser reconocida internacionalmente como un símbolo de prestigio y calidad.

Proyectos

EJE 4. SOSTENIBILIDAD



El desarrollo sostenible pretende satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas propias.

La definición de este concepto y su defensa universal ha supuesto la introducción de cambios progresivos en las políticas de todos los países del mundo, provocando la aprobación de acuerdos, documentos y medidas para un cumplimiento que, si bien en unos casos ha quedado limitado a una mera intención, cada vez son más los que conllevan actuaciones concretas.

¿Por qué es de interés para el sector de las infraestructuras conocer los principales acuerdos y compromisos en materia de sostenibilidad?

Existen tres razones:

- Una técnica: se estima que las infraestructuras están presentes en el 92% de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) recogidos en la Agenda 2030 de Naciones Unidas.
- Otra ética y moral, como es dejar la mejor herencia posible a las generaciones que vienen por detrás.
- Y otra económica, ya que los proyectos y licitaciones son cada vez más exigentes con el cumplimiento de criterios sostenibles.

Para MWCC la Sostenibilidad es el factor fundamental sobre el que se desarrollará el sector en las próximas décadas. España, dado su liderazgo internacional, debería dirigir al sector en este camino y fortalecer así el posicionamiento y presencia de las empresas españolas en los mercados internacionales.

Proyectos

EJE ESTRATÉGICO TRANSVERSAL

EJE 5. COLABORACIÓN ENTRE AGENTES



Disponer de una extensa red de contactos es uno de los factores que consideramos más relevantes y más destacados en MWCC.

Aprovechar las enormes potencialidades de cada uno de los distintos agentes y unirlos en acciones concretas para lograr los objetivos estratégicos es la finalidad última del clúster. Para lograrlo es necesaria la colaboración de todos los agentes involucrados.

Entre las colaboraciones propuestas se encuentran:

- Universidad-empresa en formación.
- Universidad-empresa-instituciones públicas en I+D+i.
- Empresa-instituciones públicas en el desarrollo de obras, fomento de soluciones innovadoras en España y la apertura de nuevos mercados.
- Empresas-empresas en el desarrollo de proyectos, modelos de gestión y alianzas.
- Agentes públicos-agentes privados en la promoción del sector.

Mecanismo de movilización de proyectos

Desde MWCC se desarrollan dos tipos de mecanismos de movilización de los proyectos:

1. **Proyectos cuyo origen son los distintos grupos de trabajo.** La dinámica de los grupos de trabajo que se desarrollan y coordinan en MWCC posibilitan el diseño y desarrollo de proyectos entre las distintas entidades públicas y privadas que participan en los grupos de trabajo. En el ejercicio 2021, se presentó un ejemplo de ejecución de este tipo de proyectos: cierre Oeste de Madrid Calle 30. Este constituye un caso de éxito en la colaboración entre las distintas entidades participantes así como en el aprovechamiento de las sinergias desarrolladas por la propia dinámica de funcionamiento del grupo de trabajo
2. **Proyectos ad hoc solicitados por distintas entidades miembros de MWCC.** Desde el nacimiento de MWCC, se ha podido comprobar un espectacular crecimiento de socios, tanto es así que constituye un caso de éxito asociativo. En tan solo dos años la entidad ha pasado de contar con 23 miembros a ser más de 150.

La mayor parte de las entidades a través de Coordinación de MWCC o presidencia, solicitan la colaboración para el desarrollo de distintos proyectos innovadores, sostenibles y urbanos.

Desde Coordinación de MWCC se analizan y estudian los proyectos y se les confiere una viabilidad que permita su ejecución. Se trata sin duda, de una palanca de crecimiento positiva y particular, que nos permite aprovechar de forma eficaz y efectiva las sinergias entre entidades.

Sea cual sea la modalidad de desarrollo de proyectos, consideramos que entre ambas cubrimos el espectro de demandas potenciales que pueden ser requeridas por nuestros socios o entidades colaboradoras.

Planificación técnica y económica

Tal y como hemos comentado, MWCC nació el 04 de marzo de 2020, sin recursos económicos y solo dependiendo de las cuotas de los socios.

Las cuotas fijadas para los socios, ascienden a 600 euros al año, lo cual supone una fuente de ingreso que nos obliga a trabajar en una económica de escala y de creación de un ecosistema empresarial que tenga como denominador común las soluciones urbanas.

En el presente ejercicio 2022, el promotor de MWCC ha aprobado una subvención de 50.000 euros, que nos permitirá junto a las cuotas citadas con anterioridad, continuar desarrollando acciones y proyectos claves para el desarrollo de la ciudad y su área metropolitana.

Además de estas acciones, se ha conseguido un acuerdo con la Fundación Metròpoli, el cual nos ha permitido integrar Ayuntamientos como Málaga, Alicante, Tres Cantos, Lanzarote, Alcalá de Henares, Alcobendas. Ello nos permite desarrollar, proyectos piloto en cada una de las ciudades citadas.

La planificación técnica del proyecto responde al punto anterior en relación a los mecanismos de control y apoyo de los proyectos desarrollados directa o indirectamente por MWCC. Atendiendo a los estatutos, MWCC cuenta con planificaciones temporales de cuatro años, que corresponden al desarrollo del mandato de la Junta Directiva.



PLAN ESTRATÉGICO

2022-2026



Madrid World Capital of
Construction, Engineering & Architecture