

MAD  BCN

Madrid otorga su propio sello de calidad a las empresas en evolución

En Cataluña la excelencia se premia con un galardón a la competitividad

E. Marín
Madrid

Si además de cumplir con todos los criterios de calidad impuestos por la normativa internacional, una pequeña tienda de muebles de Chamberí ofrece a sus consumidores la posibilidad de realizar *in situ* un fotomontaje de su casa con los distintos sofás que está pensando en comprar, habrá conseguido un punto más para obtener el sello Madrid Excelente. Tanto por originalidad e innovación. Si además puede probar la confianza de sus clientes en su producto y en su gestión, entonces es más que probable que pase todas las pruebas y obtenga este distintivo de calidad que ofrece la Comunidad de Madrid.

Cerca de 190 empresas han conseguido ya este certificado en la región. Un 11% más que hace apenas un mes. A pesar de que ya existen otros sellos de calidad, cada vez son más los negocios y compañías con oficina comercial en Madrid que deciden solicitar el oficial de la Comunidad. "El ISO identifica la calidad basándose en una normativa internacional, es un primer estadio de la certificación de la gestión. Madrid Excelente es un paso más, es un reconocimiento a la gestión en constante evolución. No es una foto estática, sino que recoge la mejora en el camino hacia la excelencia", explica Alejandra Polacci, directora gerente de la Fundación Madrid por la Excelencia.

Siete de estas empresas son catalanas, y alguna más está al punto de superar los trámites y pruebas, adelanta Polacci. En su tierra, estas compañías (La Caixa, Gas Natural, T-Systems, Asepeyo, Contratas y Obras, France Telecom y Value Retail Management Las Rozas) no tienen sello de calidad propio de la Generalitat. ACCIÓ, la agencia de



Entre las siete compañías catalanas que han obtenido el sello de calidad madrileño se encuentran La Caixa y Asepeyo. Metro de Madrid es otra de las 190 empresas que tienen ya el certificado Madrid Excelente que otorga la Comunidad.



promoción de empresas catalanas (que si participa en la Asociación Nacional de Centros Promotores de la Excelencia junto con la fundación madrileña) opta por los premios anuales a la competitividad. Los certificados de calidad se dejan para las entidades competentes. Estos galardones (los de 2009

se entregarán en octubre) reconocen por un lado la vocación innovadora de las empresas y, por otro, la internacionalización y proyección de la economía catalana.

La responsabilidad social y la confianza de los consumidores son los dos criterios extra necesarios para obtener el sello madrileño. "Una

compañía no puede ser excelente si no se demuestra que los clientes confían en ella", justifica Polacci, que a su vez explica que este es un proceso de "retroalimentación", porque el simple hecho de tener este certificado ayuda también a que los clientes reales y potenciales se fíen más de la compañía.

A la hostelería y el turismo les queda aún largo camino

Solo el 4% de las empresas que han obtenido el certificado Madrid Excelente (pymes en un 63%) pertenecen al sector del turismo y la hostelería. Desde la Fundación insisten en que están trabajando para fomentar la mejora y los sellos en esas áreas. "Hace un par de años vimos que éste era uno de los sectores con menos certificados", detalla Polacci, y explica que la situación se debe a que "muchos se preocupan por la atención al cliente final, pero no por la parte corporativa". Estado que, poco a poco, parece estar cambiando, según las impresiones de la directora de la Fundación. Los servicios, la enseñanza y las telecomunicaciones y nuevas tecnologías son los sectores con mayor número de certificados regionales.

La revisión y evaluación es constante, cada año se revisa si la firma o negocio en cuestión ha mejorado los índices del ejercicio anterior. "Concedemos el sello a empresas que tengan una filosofía de calidad de 360 grados, por tanto, difícilmente se pierde esa cultura de un año a otro", explica la directora de la Fundación madrileña.

Empleados

La implicación de los trabajadores es también una pieza fundamental en el camino a la excelencia. "Que las personas encuentren en su empresa un lugar en el que prosperar personal y profesionalmente es básico. El principal cliente de una empresa es el empleado", insiste Polacci, que concluye explicando que en sus cursos de formación insisten en que "todos deben sentirse identificados con la misión de su compañía, porque esta es la única manera de que trabajen en pro de la misma".

www.gaceta.es

Siga otras noticias de las dos ciudades en la web

Madrid, de cine

VIDA DE DOS
CIUDADES



J. L. González
Quirós
Barcelona

ES poco frecuente ver ciudades españolas como escenario en tramas del cine internacional. Barcelona y Madrid apenas se han asomado a la pantalla, sin comparación con Londres, París o Roma y, no digamos, con las grandes ciudades americanas. Barcelona, que en general es más conocida y mencionada que Madrid, ha tenido últimamente la suerte de Woody Allen, aunque Allen esté ahora en su ocaso. Por eso me ha sorprendido la aparición

de Madrid en buena parte de *La lista*, una película algo menos que buena y escasamente recomendable, pero rodada con calidad y montada comercialmente sobre el *star system*, lo que siempre supone una cierta garantía de difusión.

Madrid aparece como escenario bancario, seguramente como muestra del prestigio y la notoriedad de la banca española. Lo notable es que las apariciones de la ciudad son de excelente calidad,

porque la película está muy bien rodada y porque los planos que se ofrecen al espectador, la Gran Vía, Cibeles, el Retiro, la plaza Mayor, el Madrid de los Austrias, funcionan muy bien bajo el lujoso cielo matritense y prestan a la imagen una coloración sentimental muy atractiva que hace perfectamente creíble una peripecia algo desquiciada. Los taxis están limpios, no se ven atascos, los paseantes, más morenos que en la realidad, parecen contentos de vivir.

España no ocupa un lugar central en la imagen actual del mundo y sus ciudades no se han adscrito de manera sólida a las

categorías predominantes en la cinematografía: no son ni capitales financieras, ni lugares románticos ni espacios exóticos. Por lo demás, el cine español, frecuentemente centrado en escenas intimistas, tampoco ha hecho gran cosa por resaltar sus atractivos visuales. Hará falta, pues, una política más intensa para convertirlas en teatro de tramas que interesen al mundo, ya que suponen un impulso importante al turismo. No tengo duda de que los espectadores de *La lista* que no conocen Madrid tendrán más ganas que antes de darse un garbeo por nuestras calles.

www.pormiquenoquede.com