

PARA PUBLICACION INMEDIATA

JMJ: coste cero para el contribuyente, inyección económica superior a 100 millones para España

- La JMJ se autofinancia con las aportaciones de los peregrinos (70%) y las de empresas y particulares (30%)
- La Jornada Mundial de la Juventud cuenta con el apoyo de las administraciones públicas y un centenar de empresas patrocinadoras
- Con criterios de austeridad y transparencia, el sistema de concurso público ha adjudicado el 90% de los contratos a empresas españolas

Madrid, 7 de junio de 2011.- La actividad generada por la Jornada Mundial de la Juventud (JMJ) de Madrid supondrá “coste cero para el contribuyente y una inyección de más de 100 millones de euros para la economía española”, según ha mencionado Fernando Giménez Barriocanal, director financiero de la JMJ. De esta cantidad ha estimado que “cerca de 50 millones procederán del extranjero y se van a quedar en España”. A este beneficio ha añadido el impacto internacional que para la marca España supondrá la imagen de un país capaz de organizar y atraer a más de un millón de jóvenes de todo el mundo.

Tras recordar que la JMJ se autofinancia con las aportaciones de los peregrinos (70%) y de empresas y particulares (30%), Giménez Barriocanal ha agradecido el apoyo de las administraciones públicas y del centenar de empresas patrocinadoras. Como se sabe, el Gobierno de España ha calificado la JMJ ‘acontecimiento de excepcional interés público’, lo cual implica beneficios fiscales para los patrocinadores. Estas facilidades para las empresas revierten en un beneficio para el Estado: solo en concepto de IVA, en el caso de la JMJ, ingresará más de 25 millones de euros frente a los 18 que se prevé dejar de percibir en incentivos fiscales. Otro dato destacable es el sistema de concurso público, que finalmente ha adjudicado el 90% de los contratos a empresas españolas. La información sobre los concursos abiertos está disponible en www.madrid11.com/concursos-proveedores.

Austeridad y transparencia

El director financiero de la JMJ ha resaltado los criterios de austeridad y transparencia en la gestión económica, con “el objetivo de gastar lo menos posible e ingresar lo necesario, además de conseguir un ahorro máximo en todos los costes”. En este sentido, ha explicado que se trata de “un presupuesto particularmente flexible, ya que todavía faltan por adjudicar varios concursos en los que pretendemos rebajar las estimaciones iniciales”. Con esas cautelas, ha reiterado el cálculo aproximado presentado meses atrás, alrededor de los 50 millones de euros para las principales partidas.

Precisamente, este apartado supondrá un sistema innovador respecto a JMJs anteriores. Más de 1.600 restaurantes de la Comunidad de Madrid participarán en el programa que permitirá alimentar a 400.000 jóvenes durante la semana de la JMJ. Juan Carlos Jaureguizar, director de Manutención de la JMJ, ha

afirmado que “esto permitirá que muchos pequeños negocios de toda la ciudad participen en los beneficios que se generarán”.

Casi 100 empresas se han sumado ya al programa de patrocinios de la Jornada. “Estas empresas apoyan a la JMJ aportando en especie sus servicios o participando en el programa de mecenazgos previsto por la ley”, ha asegurado Giménez Barriocanal. Esta participación de todo tipo de empresas, así como el trabajo de cientos de voluntarios refleja “la aspiración de que la JMJ sea un proyecto en el que participa toda la sociedad”, ha concluido el director financiero de la Jornada. Varios medios de comunicación ayudan ofreciendo sus espacios para la difusión de la publicidad de la JMJ. Esto ha permitido a la JMJ ahorrar en este capítulo más de dos millones de euros.

Las aportaciones no dinerarias a la JMJ provienen del trabajo de los voluntarios de la organización, de la red de parroquias y colegios o las familias que ofrecen sus casas a los peregrinos venidos de todo el mundo.

Nueva campaña de inscripciones

El esfuerzo de la organización se centra ahora en conseguir más inscripciones especialmente por parte de los jóvenes españoles. Uno de los motivos por los que se pide la inscripción es para colaborar con el Fondo de Solidaridad, que permite que jóvenes sin recursos puedan acudir a la Jornada Mundial de la Juventud. Hasta el momento se han repartido 780.000€, y se espera alcanzar la cifra de los 2 millones de euros.

Por este motivo se ha lanzado una campaña que consta de dos spots (de 25” y 45”) cuyo eslogan es ‘Hay trenes que pasan una sola vez en la vida’. En el rodaje han participado más de 50 personas. La campaña cuenta con un tema musical original (*Get on!*), compuesta *ad hoc* por el propio equipo de Marketing y Campañas de la JMJ y sus voluntarios.

Gabriel González-Andrío, director de Marketing de la JMJ Madrid 2011, ha explicado que “con esta campaña queremos transmitir metafóricamente el contraste entre lo que supone viajar en solitario en esta vida frente a la posibilidad de compartir y disfrutar de este viaje con otras personas”. “Este spot ha tenido la peculiaridad de ser rodado de 12 a 5 de la madrugada, con más de 25 voluntarios, en la estación Pinar de las Rozas”, ha comentado.

Descarga del nuevo spot de la JMJ:

<http://www.madrid11.com/downloads>

Información de contacto:

[Oficina de prensa JMJ Madrid 11](#)

C/ Ribera del Sena 21-4^a planta– 28042 Madrid

Tel: (+34) 91 7210920

Marieta Jaureguizar, Directora Oficina de prensa JMJ Madrid11

Atención medios: medios@jnj2011madrid.com



YouTube

flickr

tuenti

