# Canal&tú

**NÚMERO 17**
JUNIO 2018

Consulta más números
de la revista ***aquí***
Canal&tú

**Edita:**
Subdirección de Comunicación
Área de Imagen y Publicaciones
imagencorporativa@canaldeisabelsegunda.es

# UN GRAN EQUIPO
## AL SERVICIO DE LOS USUARIOS

Conocemos a fondo la línea 6 del Plan Estratégico, encaminada a reforzar el compromiso y la cercanía con los clientes



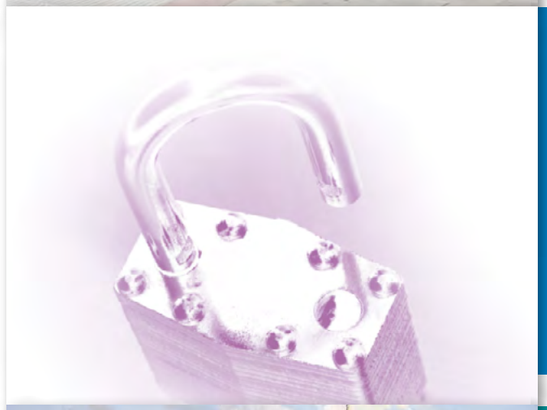
### DE CERCA
Cuidamos la privacidad de los datos personales

### CANAL DEPORTE
Broche final a una nueva y exitosa edición

# sumario

## EN PORTADA

Todo por y para el cliente



## DE CERCA

Cuidamos la privacidad
de los datos personales

## MÁS CANAL

El agua de Madrid
está de aniversario

## CANAL DEPORTE

Broche final a una nueva y exitosa
edición de Canal Deporte

## CON LA SOCIEDAD

- *La vida a palos:* historia de un hombre hecho a sí mismo
- *Por los pelos:* cuando el público decide quién es el asesino

## GOTAS

- Canal Start-Ups supera la fase de prototipado
- Decenas de empleados participan en las jornadas de seguridad vial celebradas en distintos centros de trabajo
- Belén Benito y Esther Sánchez representan a Canal en un seminario sobre hidrogeología

# TODO POR Y PARA EL CLIENTE

***Canal de Isabel II ha diseñado una línea estratégica expresamente destinada a reforzar la cercanía y el compromiso con sus usuarios y a lograr que la satisfacción de los mismos sea plena. Lo hará con la puesta en marcha de varios planes absolutamente revolucionarios en el sector, entre los que destaca la implantación de un sistema de contadores inteligentes***

*Integrantes de los tres planes de esta línea.*

## 6

## REFORZAR EL COMPROMISO Y LA CERCANÍA CON EL USUARIO

**OBJETIVO:** Maximizar la «experiencia cliente» en todos los contactos con nuestros usuarios, mejorando la eficiencia en los procesos comerciales y operacionales.

### PLANES ESTRATÉGICOS INCLUIDOS EN ESTA LÍNEA

- Plan para fomentar y desarrollar la cultura «experiencia cliente»
- Plan para la instalación de contadores inteligentes y nuevos sistemas de facturación de los consumos
- Plan para mejorar la eficiencia de los procesos comerciales

**PLAN ESTRELLA**

**PLAN *SMART-REGION***
100 % de contadores inteligentes en la Comunidad de Madrid

Canal de Isabel II se debe a sus clientes y, como tal, siempre los ha situado en el centro de su actividad como gestora del ciclo integral del agua en la Comunidad de Madrid, pero ahora lo va a hacer más y mejor. La satisfacción del usuario es el fin último de la compañía. Con esa premisa como telón de fondo, ha ideado una concienzuda estrategia para robustecer la relación que mantiene con ellos y mejorar la eficiencia de los procesos tanto comerciales como operacionales. La línea 6 del Plan Estratégico es la que marca la hoja de ruta en la persecución de este objetivo.

Hablar de la línea 6 es hacerlo de una línea transversal donde las haya. Es algo que se encarga de enfatizar su coordinadora, Lourdes Polo. «Queremos trasladar la idea de transversalidad. Esto es una cosa de todos», comenta. El mejor botón de muestra es la fotografía de portada que captura las caras de la mayor parte de integrantes de la línea, especialmente multitudinaria. «Podíamos haber convocado a toda la casa», recalca María González, queriendo dejar claro que ellos —las direcciones Comercial, de Recursos y la SGT— son simplemente los abanderados de este macroproyecto que va más allá de las unidades mencionadas.

*Lourdes Polo, coordinadora de la línea.*

**El cambio hacia el nuevo sistema comercial YARA se ha convertido en un proyecto de enorme envergadura**

**Al cliente se le escuchará a través de tecnologías de vanguardia, que incluyen técnicas analíticas de texto, escucha o incluso de sentimientos**

*María González, Alberto Villacián y Carmen Picazo.*

Al calor de esta línea «vamos a emprender acciones que van a traer grandes mejoras para el usuario y, por ende, para la empresa», menciona Lourdes. Se hará partiendo de las pretensiones de los usuarios, a quienes se cuidará con mimo para estar a la altura de sus expectativas. Para ello, se va a desarrollar un conjunto de planes que permitirá evolucionar hacia sistemas digitales punteros gracias a los cuales nos acercaremos a las necesidades de los clientes. Los planes contemplan acciones pioneras e incluso revolucionarias, por lo que llevarlas a buen término acarreará dificultades. No será cuestión de un día y habrá que dedicarle un esfuerzo extraordinario, pero si en algo coinciden quienes dirigen la línea es en que el equipo de trabajo que se ha formado será la clave del éxito. Un equipo transversal, multidisciplinar, experto, bien avenido y motivado.

**Los contadores inteligentes permitirán extraer datos avanzados con los que obtener nuevas utilidades para Canal y nuevos servicios para los usuarios**

*Lourdes Polo, Gabriel Aparicio, Silvia Álvarez, Humbelina Vallejo, Juan Zubizarreta y Margarita Ayuso.*

**Se medirá y evaluará permanentemente la experiencia del cliente para conocer su percepción cada vez que contacte con Canal**

## PLAN PARA
## FOMENTAR Y DESARROLLAR LA CULTURA «EXPERIENCIA CLIENTE»

Partiendo de la idea que reafirma al cliente como centro de la organización, el objetivo es conocerlo de la mejor manera posible e involucrarlo en el diseño de los procesos y servicios de Canal. Así, se podrá tratar con el usuario como él espera, y esto generará un impacto emocional positivo en su percepción de Canal.

Como es lógico, para que el cliente disfrute de una experiencia excepcional, es preciso conocer sus necesidades y opiniones de manera continuada, algo que se pretende hacer a partir de acciones innovadoras, plenamente digitales y que tendrán un impacto directo en la mejora de nuestros procesos. Se comenzará por la implantación de un nuevo sistema de medición de la satisfacción. Se medirá y evaluará permanentemente la experiencia del cliente, con la finalidad de gestionar su percepción cada vez que contacte con Canal, analizar su impacto en los procesos, resolver los casos de insatisfacción y responder adecuadamente.

El salto cualitativo en este aspecto es que la empresa va a ser proactiva para poder anticiparse a las necesidades y demandas de los usuarios. Las encuestas se harán mediante canales de comunicación novedosos, pudiendo centrarse en sectores específicos o abarcar un espectro más amplio. «Vamos a escuchar al cliente a través de tecnologías de vanguardia», expone Silvia Álvarez. Con eso, por ejemplo, hace referencia a técnicas analíticas de texto, de escucha y de sentimientos. En definitiva, a un sistema con una mayor gama de algoritmos que permitirán estructurar y facilitar el análisis de la ingente cantidad de información que recibimos de nuestros usuarios.

La información recabada derivará en un mejor conocimiento del cliente, lo que a la postre permitirá prever las situaciones, definir estrategias que posibiliten generar oportunidades, gestionar la incertidumbre y, en última instancia, provocar un cambio en la cultura de empresa.

## PLAN PARA
## LA INSTALACIÓN DE CONTADORES INTELIGENTES Y NUEVOS SISTEMAS DE FACTURACIÓN

La meta de este plan es conseguir para los clientes una gestión más cercana y eficaz mediante la ejecución de dos grandes actividades: la instalación de contadores inteligentes y el estudio de nuevos modelos tarifarios y de facturación, algo que, según anticipan sus precursores, «va a ser revolucionario».

«Con la instalación de contadores inteligentes buscamos la excelencia en la medición», apunta Humbelina Vallejo. En esta línea, la implantación de estos contadores, que incorporarían las tecnologías más punteras, va a permitir extraer datos avanzados con los que obtener nuevas utilidades para Canal —podrá conseguirse una mayor eficiencia en la red—, así como nuevos servicios para los usuarios —incidencias como fugas o similares podrán detectarse y notificarse al instante—.

La tecnología que soportará la operatividad de estos contadores es tan sumamente novedosa que todavía está en una fase de desarrollo. En este sentido, Canal de Isabel II está siendo pionera en un sistema de comunicación remota que encarna cierta complejidad. Un sistema que pretende salvar dos de los grandes escollos que acarrea la telelectura de contadores de agua: la cobertura y la batería.

Grosso modo, el sistema de contadores inteligentes funcionaría como un dispositivo móvil similar al que llevamos en el bolsillo, con la salvedad de que requiere una batería de enorme durabilidad y una conectividad mucho más amplia —la cobertura en un sótano, donde puede hallarse el contador, no es la misma que en la superficie—. Es este sistema el que se está cocinando en el seno de nuestra empresa. Con él, se logrará transmitir los datos de los contadores a través de un operador móvil prácticamente a tiempo real, un avance de la ingeniería que todavía no conoce precedentes en el sector. «En el futuro próximo vamos a ser capaces de conocer la situación y el consumo del cliente cada hora», apunta Juan Zubizarreta. «De entre los que están aplicados al agua, el de los contadores inteligentes puede ser el proyecto de referencia en el campo del 'internet de las cosas'», remata Alberto Villacián.

Amén de lo comentado, la implantación de los contadores inteligentes va a reportar cambios relativos a otros aspectos. Sin ir más lejos, recalca Gabriel Aparicio que «el hecho de disponer de más información sobre el consumo de los clientes nos puede abrir puertas hacia nuevas fórmulas de facturación». De hecho, se van a poner en marcha actividades encaminadas al estudio del actual modelo tarifario y de nuevos modelos de facturación que faciliten la comprensión de la factura por parte del cliente. Además, se profundizará aun más en la tarifa social.

En definitiva, y como valor añadido, todas estas actuaciones previstas acercarán a la compañía a conseguir optimizar y reducir la demanda de un recurso escaso y fundamental como es el agua.

## PLAN PARA
## MEJORAR LA EFICIENCIA DE LOS PROCESOS COMERCIALES

Con el fin de lograr una mejora continuada en la eficiencia de los procesos comerciales, Canal está acometiendo un proyecto de enorme envergadura que va a consistir en la implantación de un nuevo sistema de información de clientes, el sistema YARA. Se trata de una nueva herramienta comercial de ultimísima generación que sustituirá al actual sistema —GRECO—, ya obsoleto.

YARA va a suponer un cambio significativo, sobre todo porque es un sistema al que va a tocar adaptarse. No obstante, «sabemos que trae las mejores prácticas del mercado, lo que en cierto modo va a disminuir los riesgos inherentes a una operación tan compleja», explica Alberto Villacián.

Dada la magnitud del proyecto, desde hace más de un año, un equipo formado por 24 compañeros ha sido entrenado para familiarizarse con los procesos comerciales y con este nuevo sistema comercial que todavía está por implantar. Llegado el momento, YARA vivirá una primera fase de implantación mediante metodologías ágiles a la que seguirá una segunda fase de innovación, en la que se podrán desarrollar nuevas funcionalidades.

La transición hacia el nuevo sistema comercial no será coser y cantar. El proyecto es complejo y entraña riesgos, aunque sus abanderados se muestran optimistas. En este aspecto, relata Carmen Picazo que «la migración de los datos de los clientes va a ser uno de los puntos críticos de la operación».

A propósito de los datos, cabe mencionar que la implantación del nuevo sistema comercial no podrá resultar exitosa si los datos de partida no son consistentes. La base de datos de clientes es uno de los mayores activos que puede tener una organización para mejorar la confianza, la relación y la comunicación con sus clientes, pero solo tiene valor si es de calidad. Por este mismo motivo, «se están analizando y actualizando los datos existentes para su depuración y enriquecimiento», expone Margarita Ayuso.

Al margen de lo comentado, aunque también enmarcado en este plan, se realizará una revisión de la normativa que rige la relación de la empresa con los clientes para intentar modernizar la legislación, pues es anterior al año 1985. De hecho, el reglamento que aplica a Canal de Isabel II y sus clientes data de 1975. Actualizar este reglamento del agua cobra una relevancia notable, pues como cuenta Silvia Álvarez, «al ser tan antiguo, nos dificulta evolucionar y cumplir con la esencia de la línea, que no es otra que la cercanía, la adaptabilidad y el acompañamiento».

# CUIDAMOS LA PRIVACIDAD DE LOS DATOS PERSONALES

**La entrada en vigor del nuevo Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) ha supuesto un cambio de paradigma al que ya se está amoldando Canal de Isabel II, encargada de custodiar la información personal, entre otros, de más de un millón de clientes**

Hubo un tiempo, no hace mucho, en que cada estado europeo contaba con su propio tablero de juego en lo relativo a la protección de datos de carácter personal. De esta forma, la legislación podía ser más o menos restrictiva en función del país. Esto ya no es así. Las reglas han cambiado desde que el pasado 25 de mayo entrase en vigor el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), que ha venido a armonizar la protección de datos a lo largo y ancho de la Unión Europea, de tal modo que todos sus habitantes y organizaciones tienen ahora los mismos derechos y obligaciones.

«El RGPD ha supuesto un cambio de paradigma», apunta Natalia Jiménez, que acaba de asumir la función de delegada de protección de datos en nuestra empresa. Lo dice con conocimiento de causa, pues el RGPD tiene un ámbito de aplicación mayor e incluye nuevos principios y obligaciones. Uno de los puntos fuertes ha sido la modificación de la figura del consentimiento, que debe ser solicitado y concedido de forma expresa. El consentimiento tiene que ser libre, inequívoco, específico e informado. Ahora bien, «el consentimiento no lo es todo; existen otras bases que legitiman el tratamiento de los datos, como por ejemplo una relación contractual, el interés legítimo de la organización, una obligación legal, etc.», matiza Natalia.

**El RGPD pretende armonizar la protección de datos en toda la Unión Europea, creando un marco común para todos sus habitantes y organizaciones**

El nuevo modelo legislativo no ha sido ajeno a Canal, que desde hace semanas se encuentra inmersa en esa vorágine de adaptación al nuevo reglamento. Sin ir más lejos, fiel reflejo de esta transición legislativa ha sido la misma aparición de la función de delegado de protección de datos.

El delegado de protección de datos, que será único para Canal y sus empresas participadas, nace del compromiso de la alta dirección por garantizar una aplicación homogénea de los procedimientos legales relativos al tratamiento de datos personales. Por este motivo, para velar por el cumplimiento de la normativa, la compañía ha confiado en Natalia Jiménez, compañera que cuenta con un amplio bagaje como abogada especialista en privacidad, telecomunicaciones y derecho de las nuevas tecnologías. Como delegada, es la responsable de adaptar, coordinar y supervisar que se cumpla lo establecido en la norma, pero también de informar acerca de los posibles riesgos, de contestar y tramitar los derechos de los ciudadanos o de ofrecer asesoramiento a las distintas unidades de la empresa. Para esto último, se ha establecido un correo de contacto al que se pueden remitir todas aquellas cuestiones relacionadas con los datos de carácter personal: privacidad@canaldeisabelsegunda.es.

*Natalia Jiménez, delegada de protección de datos.*

**Están blindados los datos de clientes, pero también de empleados, proveedores, solicitantes de empleo o personas que contactan con la compañía**

*Francisco Javier Gallar, Marta Cortés, Natalia Jiménez, Alfonso Castro, Pilar Vila y Sonsoles Monteagudo.*

Natalia y su equipo del área de Relaciones Jurídicas y Corporativas, formado por Tamara Ventura, Raquel Rincón y Mario Rodil, trabajan a destajo para blindar los miles de datos de carácter personal que maneja la empresa. Datos, por ejemplo, de más de un millón de clientes, pero también de empleados, de proveedores, de solicitantes de empleo o de las personas que contactan con la compañía. A todos ellos quiere darles Canal la misma importancia. Y es que «detrás de un dato de carácter personal reside un derecho fundamental», añade Natalia. En ese sentido, el RGPD ha obligado a Canal a desarrollar un programa de privacidad que vaya en consonancia con la nueva y exigente normativa. Para empezar, cientos de formularios y procedimientos se están teniendo que adaptar al nuevo reglamento. En último término, todos tendremos que colaborar.

Por otra parte, el RGPD establece que hay que realizar un registro de actividades de tratamiento, esto es, un inventario que recoge tanto los datos de carácter personal que guarda Canal como la forma de tratarlos que tiene la compañía, las finalidades de uso, periodos de supresión, etc. Huelga decir que los esfuerzos de la empresa se han concentrado siempre en cumplir con el principio de seguridad de los datos, aplicando unas medidas de seguridad adecuadas para garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los mismos. En esta línea, apunta Natalia Jiménez que para Canal «es una suerte contar con el apoyo de una subdirección como la de Sistemas Informáticos».

Uno de los principios fundamentales y novedosos que recoge el nuevo reglamento es el de responsabilidad proactiva, que nos conduce a cumplir con la privacidad desde dos puntos de vista: «privacidad desde el diseño y por defecto», explica Natalia. Esto se traduce en que cualquier procedimiento o actuación que implique el tratamiento de datos personales tiene que alinearse con la nueva normativa, lo que implica un chequeo de esas acciones por parte del delegado de protección de datos y obliga a varios departamentos de la empresa a entablar un contacto permanente con el área de Relaciones Jurídicas, pues será ahí donde comprueben que efectivamente se cumple la norma.

Derivado del principio de responsabilidad proactiva aparece también la obligación de documentar los esfuerzos realizados por cumplir con las obligaciones que marca el reglamento. Así, para demostrar que se está cumpliendo a rajatabla, hay que documentar las actuaciones y realizar análisis de seguridad y permanentes evaluaciones de impacto de privacidad. Esta tarea supone una revisión absoluta de toda la documentación anterior, en pos de adaptarla al RGPD. De esta forma, todos y cada uno de los nuevos contratos, formularios o procedimientos han de incluir las cláusulas pertinentes a la protección de datos, pero también los redactados con anterioridad deben ser modificados con tal de que incorporen las últimas disposiciones del RGPD. «Estamos asumiendo un gran volumen de trabajo y personalizando caso por caso», comenta Natalia Jiménez, algo que no sorprende al ver la cantidad de documentación que tienen que revisar y, en muchos casos, modificar.

**Cualquier procedimiento que implique tratamiento de datos personales tiene que alinearse con la nueva normativa**

Para poder acometer semejante tarea, se ha confeccionado una red de colaboradores en materia de protección de datos, incluidos aquí distintos interlocutores de las diferentes empresas participadas. En este aspecto, destaca Natalia la importancia de «involucrar a todas las unidades de la empresa».

En cualquier caso, pese a los esfuerzos derivados de la entrada en vigor del RGPD, Natalia Jiménez asegura estar satisfecha con la nueva normativa. «Me parece acertada la decisión del legislador de establecer un marco común de cumplimiento para toda la unión UE, en los mismos términos y bajo las mimas reglas. Además, creo que se va a incrementar el nivel de cumplimiento», concluye.

Al margen de la entrada en vigor de los nuevos preceptos legales, tanto clientes como empleados de Canal de Isabel II pueden estar tranquilos en lo que respecta al tratamiento de sus datos personales, pues están a buen recaudo y solo se utilizan para fines lícitos y legítimos. ■

**La figura del delegado de protección de datos nace del compromiso de la Dirección General por garantizar que se sigan los procedimientos legales**

*Tamara Ventura, Natalia Jiménez, Pilar Vila y Raquel Rincón.*

# EL AGUA DE MADRID ESTÁ DE ANIVERSARIO

**Se cumplen 160 años de la traída de las aguas del río Lozoya a la capital, una proeza de la ingeniería que cambió por completo la historia de Madrid**

Que salga agua cada vez que abrimos el grifo es algo que en nuestros tiempos entendemos como algo cotidiano, para nada fuera de lo común. Sin embargo, hasta hace apenas 200 años la escasez de agua era uno de los principales problemas de Madrid, que impedía que la ciudad creciese y amenazaba su futuro como capital de España. Hay que remontarse hasta la primera mitad del siglo XIX para encontrar la solución a este problema.

Por aquel entonces, Madrid tenía más de 220.000 habitantes que aún se abastecían a través de los viajes del agua, unas captaciones subterráneas que eran insuficientes para esa población. Además, la ciudad comenzaba a padecer importantes problemas de salubridad por la falta de limpieza y la escasez de agua. Tras varios años recabando proyectos que solucionasen esta situación, en 1851, el extremeño Juan Bravo Murillo, presidente del Consejo de Ministros bajo el reinado de Isabel II, encargó la obra de traída de las aguas del Lozoya a Madrid a los ingenieros Juan Rafo y Juan de Ribera. Ese es el germen de la empresa Canal de Isabel II, que fue creada mediante un decreto en el que se disponía la construcción de un embalse y de un canal de más de 70 kilómetros de longitud que llevase hasta Madrid el agua del río Lozoya. La traída de las aguas se materializó finalmente el 24 de junio de 1858, por eso en estas fechas celebremos su 160 aniversario.

Desde su planteamiento inicial, el proyecto para abastecer de agua a Madrid supuso todo un reto tecnológico: se decidió levantar una presa de gravedad de 27 metros de altura y 72,4 metros de longitud (el Pontón de la Oliva), además del mencionado canal para transportar el agua y de un depósito de 48.000 metros cúbicos. El proyecto se planificó con tanto margen que era más que suficiente para abastecer a cinco veces la población existente en ese momento.

El 11 de agosto de 1851 se colocó la primera piedra de la presa del Pontón de la Oliva, dando inicio oficial a las obras. En su

**La llegada de las aguas a la capital se materializó definitivamente el 24 de junio de 1858, un momento histórico que los madrileños vivieron con gran entusiasmo**

momento, la construcción de la presa y el canal fue la mayor obra hidráulica de Europa —se necesitó el trabajo de 2.000 obreros—. Aunque en su época se le tachó de fantástico, el proyecto tenía tal visión de futuro que, en la actualidad, siguen funcionando algunas de las instalaciones originales.

Sea como fuere, el proyecto llegó a buen puerto y es algo que hoy, 160 años después, podemos conmemorar con orgullo. La ceremonia de la llegada de las aguas hasta la calle ancha de San Bernardo, donde se instaló una fuente con un surtidor de gran altura, se vivió con auténtico entusiasmo. Con la ciudad engalanada para la ocasión, tuvo lugar una verbena festiva donde la reina Isabel II y su comitiva fueron apasionadamente aclamados por el pueblo madrileño.

**En 1851 comenzó la construcción de la presa del Pontón de la Oliva y de un canal de 70 kilómetros que conduciría el agua hasta Madrid: una obra de ingeniería adelantada a su tiempo**

¡MIRA ESTE VÍDEO!

Las abundantes y claras aguas del Lozoya cambiaron totalmente la vida en la ciudad, y propiciaron su desarrollo: se crearon fuentes y parques públicos, las calles estaban limpias y descendió muy considerablemente el número de epidemias y enfermedades. Y el Canal de Isabel II siguió creciendo y creciendo hasta ser lo que es actualmente: una gran empresa que no solo abastece de agua a la capital, sino a toda la Comunidad de Madrid.

Hoy en día, gracias al fantástico trabajo llevado a cabo por el fotógrafo galés Charles Clifford, habitual acompañante de la reina en sus viajes por la península, disponemos de unas bellísimas fotografías que nos describen perfectamente el trabajo que supuso materializar semejante proyecto.

## ASÍ LO HEMOS CELEBRADO

Para conmemorar el 160 aniversario de la llegada de las aguas del Lozoya a la capital, durante toda la semana del 18 al 24 de junio, Canal organizó varias visitas guiadas al lugar donde empezó todo: el Pontón de la Oliva, la presa que marcó un antes y un después en la morfología de la ciudad de Madrid.

Los primeros en realizar la excursión al Pontón fueron los propios empleados. A lo largo de 4 días se fletaron autobuses para desplazar a los inscritos desde las oficinas centrales hasta la primera presa jamás construida en la Comunidad de Madrid. En este punto, conviene agradecer a los compañeros —David Muñoz, Francisco Blázquez y Francisco José Pérez— que voluntariamente actuaron como guías y permitieron con sus exquisitas explicaciones que los visitantes revivieran un periodo muy significativo de la historia de nuestra empresa.

Por otra parte, al margen de las visitas internas, se organizaron otras durante el fin de semana para los madrileños. En total, unas 400 personas, previamente inscritas, disfrutaron de una jornada cultural en la que pudieron conocer la historia de una edificación crucial que todavía conserva su primitivo encanto y que despertó desde un primer momento la admiración de los mejores profesionales de la construcción de la época.

Además, también durante la semana de celebraciones, se instaló en la antesala del auditorio del edificio 1 la exposición *Río Vertical*, una muestra divulgativa con 13 maquetas en plastilina que, acompañadas de textos explicativos, mostraron de una manera diferente cómo se gestó la llegada de las aguas hasta la capital.

# BROCHE FINAL A UNA NUEVA Y EXITOSA EDICIÓN DE CANAL DEPORTE

*El tradicional acto de clausura celebrado en los jardines de oficinas centrales fue el colofón a un mes de mayo cargado de actividades deportivas pensadas para fomentar el compañerismo entre los empleados de una manera sana y divertida*

Canal Deporte

La decimotercera edición de Canal Deporte ya es historia. El día 14 de junio, con la celebración de la clásica fiesta de clausura, se puso el punto final a esta iniciativa tan arraigada en nuestra empresa. Canal Deporte comenzó su andadura en 2006 y, año tras año, ha ido consolidando un modelo organizativo digno de alabanza. Gestionar el material deportivo, cuadrar horarios de partidos o actualizar resultados y clasificaciones de 15 deportes diferentes supone un tetris que desde el área de Relación con los Empleados saben resolver con maestría.

Para hacernos una idea de la magnitud que ha cobrado Canal Deporte, basta mirar con perspectiva su evolución, tanto en el número de participantes como en la variedad de deportes ofertados. Así las cosas, si en la edición de su estreno participaron poco más de 250 empleados, la de 2018 ha contado con la participación de unos 800 trabajadores tanto de Canal de Isabel II como de las empresas participadas.

Canal Deporte se ha convertido en uno de los eventos más exitosos en el seno de la empresa y, además, cumple con un propósito valiosísimo: fomenta el ejercicio físico y, lo que es más importante,

**La edición de 2018 ha contado con la participación de casi 800 empleados de Canal de Isabel II y sus empresas participadas**

**El área de Relación con los Empleados es la principal encargada de organizar y dar forma a este evento, que se ha convertido en una tradición de nuestra empresa**

**Canal Deporte se ha consolidado como una magnífica herramienta de cohesión entre compañeros**

contribuye a la creación de un clima laboral favorable que permite hacer nuevos vínculos entre empleados y fortalecer los ya existentes. De esta forma, Canal Deporte se concibe no solo como una puesta en valor de las actividades deportivas, sino como una herramienta de cohesión entre compañeros, un vehículo para incrementar el compromiso y el sentido de pertenencia a la empresa.

Canal Deporte es competición, pero sobre todo, es compañerismo. Las más de tres semanas —este año desde el 5 al 31 de mayo— en las que los participantes compartieron tablero o terreno de juego tuvieron su colofón en la fiesta de clausura. En este acto final, donde los ganadores de las distintas disciplinas recibieron sus merecidos galardones, los muchos empleados que acudieron al evento de despedida, algunos de ellos acompañados por sus parejas e hijos, pudieron disfrutar de una agradable tarde de convivencia. ■

# GANADORES CANAL DEPORTE 2018

## BALONCESTO

José Luis Álvarez Soler
Sergio Armenteros Salvatierra
Manuel Jesús García Narváez
Alberto Hernán Blasco
Carlos Melones Hombre
Cristian Nieto Palomar
José Carlos Ocaña Juan
Francisco José Pérez Benito
Rodrigo Rodríguez Sánchez
Gustavo Romero Ruiz
Miguel Sánchez Ramírez

## FÚTBOL 7

Óscar Álvarez Muñoz
Juan Durán García
Jesús Fraga Angulo
Víctor Gonzalo Fernández
Alberto Hernán Blasco
Rubén Hernán Pérez
Francisco Lillo Cano
Jorge López Rueda
Javier López-Palacios Gonzalo
David Martín Herranz
Jesús Mateos Robledo
Cristian Nieto Palomar
José Carlos Ocaña Juan
Carlos Pulido García
Gustavo Romero Ruiz
Marco Antonio Saritama Pogo

## PÁDEL

MIXTO
Ana Isabel Castrillo de la Cruz
Víctor Marino Turiel Pinilla

MASCULINO A
Luis Alberto Martínez Pulido
Raúl Moreno Doñoro

MASCULINO B
Juan Antonio Cubero Colombrí
Daniel Gil García de Castro

FEMENINO
Ana Isabel Castrillo de la Cruz
Carmen Picazo Veloso

## TENIS

INDIVIDUAL MASCULINO
Alejandro José Bernal Aguilar

DOBLES MASCULINO
Víctor Sánchez Mestre
Jesús Muñoz Herranz

DOBLES MIXTO
María Luisa Martínez Salvatierra
Jesús Muñoz Hernanz

## TRIVIAL

Natalia Flores Cernadas
Alejandro Rodríguez Mayoral
Raúl García Martín

## VOLEIBOL

Óscar Álvaro Ibáñez
José Rafael García Robles
Alberto Hernán Blasco
Javier Merino Martín
Cristian Nieto Palomar
José Carlos Ocaña Juan
Verónica Risueño de la Calle
Gustavo Romero Ruiz
Miguel Sánchez Ramírez

## TIRO AL PLATO

EXPERTO
José Rivas Molina

NOVEL
Juan Francisco Batanero Fernández

## BICICROSS

MASCULINO SENIOR
Javier Guerrero Carriches

MASCULINO VETERANO
David Sanz García

FEMENINO
María Rosa Gómez Centeno

## TENIS DE MESA

MASCULINO
Francisco Ventura Martínez

FEMENINO
María Sanz Azuara

## MUS

Ignacio Javier Cantó Blázquez
Fernando Esteban Martín

## AJEDREZ

Francisco Javier Noval Toldos

## DOMINÓ

Mauricio García-Navas Canorea
Francisco Cruz Martín

## PIRAGÜISMO

Carlos Javier Serrano Casillas
Felipe Pérez Pérez
Ignacio Garijo Sanz
David Hervás Jorge
Lorena Orreo Bode
Berta Rodríguez Martín
David Galán Sánchez
Lucas Martín-Benito Palomo

## ATLETISMO

MASCULINO SENIOR
Alejandro Pinilla Rivero

MASCULINO VETERANO
Daniel Badorrey González

FEMENINO SENIOR
Sara Vives Rodríguez

FEMENINO VETERANO
María Rosa Gómez Centeno

## GOLF

Víctor Marino Turiel Pinilla

# *LA VIDA A PALOS:* HISTORIA DE UN HOMBRE HECHO A SÍ MISMO

***La obra, que se estrena en Madrid el 5 de julio, supone el regreso de Imanol Arias a los escenarios tras casi 25 años de ausencia***

José Manuel Mora y Carlota Ferrer unen su talento como creador y directora para dar forma a una obra llamada *La vida a palos*, un texto fundamental del poeta, periodista y guionista madrileño Pedro Atienza. La obra, que se estrena en los Teatros del Canal el día 5 de julio, supone el regreso a los escenarios del consagrado actor Imanol Arias, que vuelve al teatro tras 24 años de ausencia.

Imanol Arias da vida al «Alcayata» —alter ego de Pedro Atienza—, un hombre hecho a sí mismo que se reencuentra con su hijo tiempo después de haber perdido su patria potestad. A través de toda una serie de monólogos y diálogos, en el texto escrito por José Manuel Mora a partir de los fragmentos de Atienza se describen dos viajes: uno, en el pasado, que es el que «Alcayata» realizó por diferentes lugares que fueron marcando su vida; el otro, en el presente, que lleva a cabo ahora su hijo visitando aquellos mismos emplazamientos que habitó su padre, los cuales le ayudarán a comprender el sentido de su vida.

En la obra, un cantaor flamenco acompaña al «Alcayata» en su permanente búsqueda del amor ideal, representado en diferentes figuras femeninas: la ecuatoriana Gioconda, el gran amor de su vida; Consolación, una prostituta que intentó envenenarlo; la mujer con la que se casó y que es madre de su hijo; y finalmente, una muchacha de la que se enamora en Almería, donde el protagonista se refugia para pasar sus últimos días. ■

**+ INFO**

***CUÁNDO***
***Entre el 5 y el 22 de julio***

***HORARIOS***
***De martes a sábado a las 20:00 horas; domingos a las 19:00 horas***

***DÓNDE***
***Sala Roja de los Teatros del Canal***
***C/ Cea Bermúdez, 1***

***ENTRADAS***
***Desde 18,75 euros***

***MÁS INFORMACIÓN AQUÍ***

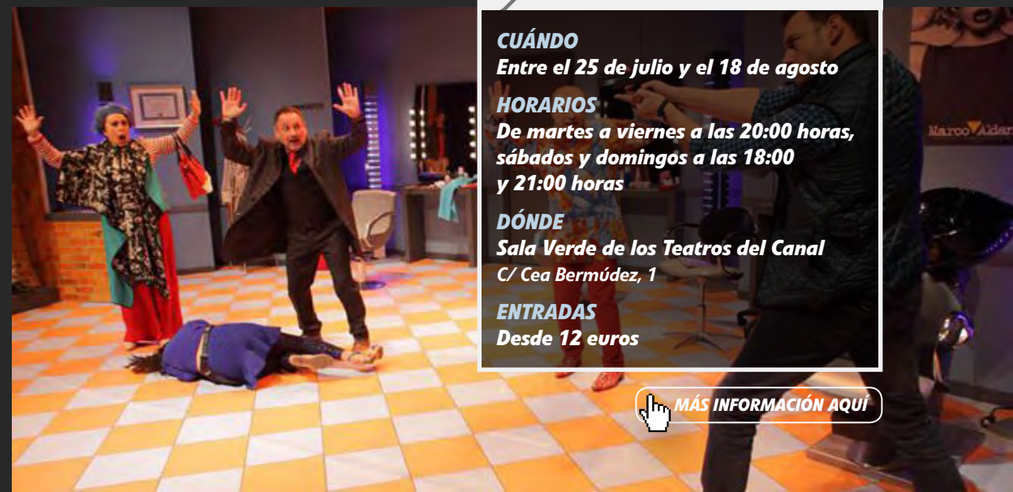
# *POR LOS PELOS:* CUANDO EL PÚBLICO DECIDE QUIÉN ES EL ASESINO

***La comedia más representada de la historia en los Estados Unidos llega a Madrid para seguir batiendo récords y enfrascar a los espectadores en la resolución de un misterioso asesinato***

Un salón de peluquería como escenario, un asesinato, cuatro sospechosos y dos policías constituyen los ingredientes esenciales para cocinar *Por los pelos*, una comedia desternillante que ha batido todos los récords en el panorama teatral y que ahora llega a los Teatros del Canal de la mano del director valenciano Santiago Sánchez.

Buena parte del éxito de esta obra radica, además de en las risas que provoca, en su original estructura, donde cada final puede ser diferente en función de la decisión tomada por el público. Sí, es el público el que decide quién ha sido el asesino, aunque no lo tendrá fácil, pues cada uno de los sospechosos bien podría haber sido el autor del crimen. El comisario de policía abrirá el debate a los espectadores y se establecerá una votación para dilucidar quién ha sido el homicida. De la decisión del público dependerá que el desenlace de la representación sea uno u otro. Cada día puede haber un final distinto.

La mezcla de comedia, suspense y sorpresa ha convertido a *Por los pelos* en una de las obras más vistas en el mundo entero. En Filadelfia, Chicago y Washington es la que más tiempo ha estado en cartel. En Boston superó las representaciones de obras tan emblemáticas como *Cats* y *Los Miserables*, siendo nombrada 'Mejor Comedia del Año' durante ocho años consecutivos. Ha sido traducida a más de una decena de idiomas. ■



**+ INFO**

***CUÁNDO***
***Entre el 25 de julio y el 18 de agosto***

***HORARIOS***
***De martes a viernes a las 20:00 horas, sábados y domingos a las 18:00 y 21:00 horas***

***DÓNDE***
***Sala Verde de los Teatros del Canal***
***C/ Cea Bermúdez, 1***

***ENTRADAS***
***Desde 12 euros***

***MÁS INFORMACIÓN AQUÍ***

# CANAL START-UPS SUPERA LA FASE DE PROTOTIPADO

## Las seis iniciativas desarrolladas fueron sometidas a un proceso de prototipado en el que de forma conjunta se perfeccionaron y ultimaron los últimos detalles

Desde hace más de un año, Canal de Isabel II ha estado desarrollando una iniciativa denominada Canal Start-Ups Edición Beta, gracias a la cual se ha favorecido el emprendimiento en el seno de la empresa mediante la creación de seis propuestas de negocio que están cerca de poder convertirse en *start-ups* —empresas emergentes que sin demasiados recursos obtienen resultados en el mercado hasta lograr ser impulsadas por otros inversores o absorbidas por compañías mayores—.

Cada una de estas seis iniciativas de Canal Start-Ups, en las que han participado hasta 16 trabajadores de Canal, superaron a comienzos de mes una de las fases más trascendentales en el proceso: la fase del prototipado. A lo largo de dos semanas, los integrantes de las seis potenciales *start-ups* vivieron unas jornadas en las que compartieron espacio y pareceres con profesionales externos del mundo de la asesoría técnica. Durante los varios días de trabajo codo con codo, las iniciativas pulieron tantos detalles como fueron necesarios.

La fase de prototipado fue de una utilidad notoria, pues en ella se siguieron los pasos oportunos para terminar de dar forma a las brillantes ideas de nuestros compañeros. Gracias a las semanas de prototipado, cada grupo pudo trabajar con mayor ahínco y precisión en el diseño, la usabilidad, el funcionamiento o el alcance de sus aplicaciones, programas, etc.

Las seis *start-ups* que se prototiparon fueron «Dona Agua», de Javier Suela, Humberto Sánchez y Raquel Arribas; «RisKo», de Javier García, Alberto González y Raúl Bravo; «GoTa&Go», de Ana Cuesta y Carmen Picazo; «IOW», de Silvia Álvarez, José Luis Auger y Juan Antonio Quintana, «Skill Me», de David Peral y Luis González; y «RodWater», de Vanessa Canelo, Pedro García y Sonia Conde.

*Participantes en Canal Start-Ups.*

# DECENAS DE EMPLEADOS PARTICIPAN EN LAS JORNADAS DE SEGURIDAD VIAL CELEBRADAS EN DISTINTOS CENTROS DE TRABAJO

## Los trabajadores pudieron probar simuladores de vuelco y de conducción en circunstancias adversas, y asistir a charlas sobre seguridad vial y prevención de accidentes

Entre los días 4 y 22 de junio tuvieron lugar las jornadas de seguridad vial que Canal de Isabel II organizó para sus empleados con la colaboración del Real Automóvil Club de España (RACE). En hasta 5 centros de trabajo se pudo asistir a estas sesiones de formación en seguridad vial enmarcadas en una de las líneas del Plan Estratégico que tiene por objetivo impulsar el talento, el compromiso y la salud de la plantilla.

La formación constó de una parte teórica en la que se impartieron contenidos relativos a la siniestralidad vial laboral y la concienciación en seguridad vial en los desplazamientos. Para reforzar esta formación, el RACE instaló un simulador de vuelco, donde los empleados pudieron comprobar la importancia del uso del cinturón de seguridad. Asimismo, se utilizaron simuladores de conducción para que también pudieran mejorar la técnica de conducción o comprobar las consecuencias de las distracciones al volante.

# BELÉN BENITO Y ESTHER SÁNCHEZ REPRESENTAN A CANAL EN UN SEMINARIO SOBRE HIDROGEOLOGÍA

## El programa, organizado por la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, incluyó una visita al Centro de Control y varias ponencias sobre el papel de las aguas subterráneas

La directora de Operaciones de Canal, Belén Benito, inauguró junto a otros representantes del sector el seminario *Hidrogeología: retos y experiencia*, que se celebró entre los días 18 y 21 de junio en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos. El programa contó con visitas —una de ellas al Centro de Control de Majadahonda— y numerosas ponencias, centradas especialmente en las aguas subterráneas. Y es que en el país más árido de Europa, las reservas de agua del subsuelo pueden jugar un papel fundamental. Una de esas exposiciones corrió a cargo de Esther Sánchez, coordinadora de Explotación de Aguas Subterráneas.

Las dos representantes de Canal de Isabel II destacaron la importancia de «tener una tecnificación de los pozos y mantenerlos de forma constante», para que cuando sea necesario, puedan estar operativos. Además, tanto Belén como Esther apostaron por «seguir investigando en materia de aguas subterráneas para estar prevenidos ante posibles épocas de sequía».

# 160 aniversario de la llegada del agua a Madrid

1858-2018

¡Atentos al próximo número!

La revista vuelve en septiembre con un monográfico histórico

*Feliz verano*

Canal de Isabel II