

MEMORIA DE ACTIVIDADES 2015-2018 AVANCE ACTIVIDADES 2019

Dirección General de Comercio y Emprendimiento



equidad, derechos
sociales y empleo

MADRID



ÍNDICE

1	RESUMEN EJECUTIVO	3
2	PRESUPUESTO Y OTROS RECURSOS PÚBLICOS.....	10
3	COMERCIO	13
3.1	<i>MERCADOS MUNICIPALES.....</i>	15
3.2	<i>COMERCIO DE PROXIMIDAD, TURISMO DE COMPRAS Y ASOCIACIONISMO25</i>	
3.3	<i>FORMACIÓN DIRIGIDA AL SECTOR COMERCIAL Y HOSTELERO</i>	33
3.4	<i>APLICACIÓN DE LAS TICs.....</i>	34
3.5	<i>ACTUACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE ILEGAL</i>	35
3.6	<i>CONSEJO DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MADRID.....</i>	36
3.7	<i>RELACIONES INSTITUCIONALES.....</i>	36
4	EMPRENDEDORES Y PYMES.....	37
4.1	<i>ASESORAMIENTO Y TRAMITACIÓN.....</i>	39
4.2	<i>VENTANILLA ÚNICA DEL EMPRENDEDOR</i>	39
4.3	<i>PLAN DE TRANSMISIÓN DE EMPRESAS.....</i>	40
4.4	<i>ALOJAMIENTO Y TUTELAJE</i>	40
4.5	<i>ESPACIOS DE COWORKING</i>	42

4.6	<i>ACELERADORA DE PROYECTOS DE ALTO POTENCIAL</i>	42
4.7	<i>MEJORAS DE LAS INSTALACIONES</i>	43
4.8	<i>CONVENIOS DE COLABORACIÓN CON ENTIDADES Y ORGANIZACIONES</i>	44
4.9	<i>FORMACIÓN PARA EMPRENDEDORES</i>	45
4.10	<i>ACTIVIDADES DE NETWORKING Y OTROS EVENTOS</i>	47
4.11	<i>PARTICIPACIÓN EN FOROS DE EMPRENDIMIENTO</i>	47
4.12	<i>SENSIBILIZACIÓN Y FOMENTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA</i>	48
4.13	<i>FINANCIACIÓN</i>	49
5	COMUNICACIÓN	51
5.1	<i>Web y redes sociales bajo el dominio madridemprende</i>	52
5.2	<i>Web y redes bajo el dominio madridcapitaldemoda</i>	52
5.3	<i>@madrid_mercados</i>	52
5.4	<i>Acciones off line</i>	52
5.5	<i>Recursos de entidades colaboradoras</i>	53
6	REPRESENTACIÓN EN FOROS Y CONSEJOS	54
7	AVANCE DE ACTIVIDADES ENERO FEBRERO 2019	56
7.1	<i>MERCADOS MUNICIPALES (PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADOS)</i>	58
7.2	<i>COMERCIO DE PROXIMIDAD</i>	60
7.3	<i>EMPRENDIMIENTO</i>	61
7.4	<i>COOPERACIÓN INSTITUCIONAL:</i>	62
8	PERFILES Y CONTACTO	64
9	GALERÍA FOTOGRÁFICA	66

1 RESUMEN EJECUTIVO

Tras la celebración de las elecciones municipales de 2015, por decreto de la alcaldesa de 13 de junio, se estableció la nueva estructura de la Administración ejecutiva del Ayuntamiento de Madrid.

La reorganización de la estructura municipal aprobada por el citado modificó sustancialmente la distribución de competencias existente hasta esa fecha, pasando a atribuir al Área de Equidad Derechos Sociales y Empleo todas las competencias municipales relativas a ámbitos que inciden de manera directa en la generación de empleo en la ciudad, entre las que destaca la actividad comercial, emprendedora y empresarial.

En ese marco, por Acuerdo, de 29 de octubre de 2015, de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid de organización y competencias del Área de Gobierno del Equidad, Derechos Sociales y Empleo, se adscribió a dicha área la Dirección General de Comercio y Emprendimiento, y se delegaron en la misma todas las competencias municipales en materia de comercio, mercados, emprendimiento, viveros de empresa y pymes, así

como la gestión patrimonial de los mercados municipales y de los viveros de empresas de la ciudad de Madrid.

Desde 2015 (junio) a 2019 la Dirección General de Comercio y Emprendimiento (DGCE) ha desarrollado una intensa actividad destinada a poner en marcha y ejecutar proyectos, líneas de actuación y planes estratégicos dirigidos a garantizar la consecución de los objetivos de las políticas municipales de apoyo y dinamización de los sectores comercial y hostelero y de fomento y promoción de la actividad emprendedora y de las pymes. Unos objetivos que persiguen, en definitiva, mejorar la ciudad y la calidad de vida de la ciudadanía y dinamizar los barrios a través del apoyo a su comercio y del impulso del emprendimiento y la actividad empresarial.

El apoyo al tejido comercial y hostelero de la ciudad, la promoción y fomento del emprendimiento y la actividad de las pymes son, por tanto, los ámbitos en los que el área de Equidad, Derechos Sociales y Empleo, a través de la DGCE, ha desplegado en el periodo junio 2015-2019 sus competencias en materia de comercio y emprendimiento con el objetivo último de contribuir a asegurar el dinamismo y la vitalidad de la actividad económica de la ciudad.

EL VALOR ECONÓMICO TOTAL DE LOS RECURSOS PÚBLICOS destinados al desarrollo de esta actividad en el periodo 2015-2018, excluidos los gastos de personal (capítulo I del programa presupuestario 431.40) ha ascendido a más de **30,5 millones de euros**, de los que más de 19,6 corresponden a presupuesto ejecutado del programa 431.40 Promoción Comercial y Emprendimiento, más de 1,9 millones al importe total de las bonificaciones de IBI de los mercados municipales aprobadas en 2018 y cerca de 9 millones al valor de tarifa de los recursos institucionales publicitarios destinados al cumplimiento de los objetivos de la DGCE en este periodo.

Adicionalmente, en el primer semestre de 2019, se han autorizado, a **10 de junio de 2019**, créditos por importe superior a **5,5 millones de euros** para el desarrollo de los proyectos de apoyo al comercio y emprendimiento, de los que se han aprobado disposiciones de crédito por un importe superior a 3,1 millones de euros, cantidades que representan el 92,6 % y el 52,6% del crédito total para el 2019 del programa presupuestario 431.40, promoción comercial y emprendimiento.

En este mismo trimestre, se han aprobado además las bonificaciones del 95% de la cuota del IBI de los mercados municipales correspondiente a 2019, por un importe que previsiblemente superará los 2 millones de euros, y se han asignado recursos institucionales a la promoción del comercio y los mercados y al fomento del emprendimiento por un valor de tarifa superior a 1.000.000 de euros.

Estas cifras, sin embargo, no representan el total de los recursos destinados al apoyo al sector comercial y al fomento y promoción del emprendimiento desde junio de 2015 hasta marzo de 2019 como resultado de la actividad municipal desarrollada con ese fin, puesto que no incluyen el valor inducido por la mismas, fruto de la actividad subvencional y convencional, en términos de las inversiones y recursos aportados por las entidades privadas subvencionadas, colaboradoras o patrocinadoras, que comprende:

- la inversión incentivada por las distintas convocatorias de subvenciones, dirigidas a promover la mejora de los equipamientos públicos que albergan los mercados y su dinamización y promoción, que en términos de inversión subvencionable supone cerca de 25 millones de euros, lo que representa casi 20 millones de aportación privada a la mejora de inmuebles municipales.

- la inversión privada no subvencionable realizada por los distintos operadores que se han implantado en los mercados municipales, mejorando su atractivo y competitividad, desde junio de 2015, que se estima superior a 20 millones de euros
- los recursos privados destinados por las asociaciones empresariales al desarrollo de proyectos de dinamización del comercio de proximidad, incentivados por la convocatoria de ayudas municipales destinadas a este fin, que en términos de inversión subvencionable supera los 1,7 millones de euros.
- la inversión y recursos destinados por las entidades colaboradoras a la organización y montaje de distintas acciones de dinamización del comercio y fomento y apoyo del emprendimiento realizadas en estos años y a la promoción de estas en distintos medios (prensa, programas de TV....), que no totalizamos por ser de difícil cuantificación.

Los objetivos prioritarios **EN MATERIA DE COMERCIO** han sido la dinamización de la actividad comercial y hostelera de la ciudad, la gestión de los mercados municipales desde una nueva perspectiva moderna e innovadora, el aumento de su capacidad de atracción, tanto de agentes económicos como de clientes, la divulgación y fomento de su conocimiento por el público en general y, por último, el impulso de la proyección nacional e internacional de una imagen de excelencia, tanto de la ciudad como destino de compras e inversión, como de su comercio y hostelería de la ciudad de Madrid

Gestionar de manera eficaz y eficiente los **MERCADOS MUNICIPALES** como servicio público, impulsar su competitividad, incentivar la modernización y la mejora de sus instalaciones, facilitar la diversificación de las actividades que se desarrollan en los mismos, promover la innovación y la incorporación de nuevas tecnologías en estos equipamientos, promocionar su oferta comercial y de servicios, consolidar la marca “mercados de Madrid” como signo de calidad, reforzar la identificación de los mercados con la alimentación saludable, fortalecer su dimensión turística y potenciar su papel como punto de encuentro de los barrios y elemento identitario de los mismos han sido los objetivos perseguidos, y los logros alcanzados, con las acciones que, en colaboración con los concesionarios y comerciantes de los mercados municipales, se han llevado a cabo para el cumplimiento de las competencias en materia de mercados.

En valor total de los recursos públicos destinados al apoyo a los mercados municipales desde 2015 hasta 2018 ha sido de más de 14,4 millones de euros, de los que más de 8,9 corresponden a créditos del programa presupuestario 431.40, más de 1,9 al importe de la bonificaciones del IBI del ejercicio 2018, aprobadas para los concesionarios de los mercados, repercutibles íntegramente en los comerciantes alojados en los mismos y más de 3,6 al valor de tarifa de los recursos publicitarios institucionales puestos al servicio de la promoción de los mercados.

Todas las actuaciones de apoyo a los mercados municipales desarrolladas en este periodo han permitido dar un nuevo impulso a la transformación de la red de mercados municipales iniciada en 2004 y avanzar en la ejecución del Plan Estratégico de los Mercados Municipales, aprobado en septiembre de 2017.

Las actuaciones y medidas más destacadas en materia de mercados han sido:

- La aprobación del Plan Estratégico de los Mercados Municipales 2017-2021.
 - Las inversiones dirigidas a mejorar las infraestructuras, financiadas vía subvenciones de capital o inversiones de capítulo 6, que han permitido actuar en 41 de mercados de la ciudad, siendo especialmente reseñables por su envergadura o impacto las realizadas en los mercados de Prosperidad, Las Ventas, Tetuán, Bami, Las Águilas, Villa de Vallecas, Doña Carlota, La Paz, Chamberí, Chamartín, Antón Martín, San Pascual, La Guindalera o Vallehermoso.
 - La aprobación a partir del ejercicio 2018, por acuerdo unánime del pleno del Ayuntamiento, de una bonificación del 95% de la cuota del impuesto de bienes inmuebles (IBI) a los mercados municipales, que supone unos 2 millones de euros anuales, íntegramente repercutibles en los comerciantes usuarios de estos equipamientos
 - La intensa actividad de promoción y dinamización de los mercados municipales realizada directamente por la administración y también en colaboración con los concesionarios y comerciantes de los mercados, así como con distintos patrocinadores. En este sentido destacan las relevantes campañas en mobiliario urbano, actividades de publicidad y dinamización desarrolladas en colaboración con canal cocina, el programa aprende a comprar y cocinar en los mercados de Madrid y otras colaboraciones dirigidas a fomentar en las niñas y niños el hábito de compra en los mercados municipales, las celebraciones de “la noche de los mercados”, la participación en la campaña internacional me gusta mi mercado, la implicación de los mercados en gastrofestival o la organización de numerosos eventos de dinamización.
 - El fomento de la digitalización a través de Mercado47
 - El apoyo al desarrollo de la app mercamad
 - La puesta en marcha del mercado de Productores Planetario
 - La gestión patrimonial y administrativa de los mercados municipales, destacando la formalización de nuevos contratos de concesión para los mercados de Las Ventas, Villaverde, Mediodía Entrevías o de cesión de las concesiones de Puerta Bonita o Bami.
 - La supervisión y control de la actividad de Mercamadrid.
- En materia de **DINAMIZACIÓN COMERCIAL Y FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO**, se ha incentivado la colaboración público-privada con el tejido comercial y el desarrollo de acciones conjuntas de promoción de las actividades que integran el zócalo comercial de los distritos y la implicación de las entidades asociativas en la organización de eventos y actividades que han contribuido a mejorar la capacidad de atracción de las distintas zonas comerciales.
- En este sentido, avanzar en la consolidación de la imagen de Madrid como destino de compras, organizar y facilitar la celebración de eventos en espacios públicos que contribuyan a la dinamización y promoción de las principales zonas comerciales y de la ciudad, apoyar el comercio de los barrios, fomentar el asociacionismo e incentivar la incorporación de las

nuevas tecnologías y sensibilizar a la ciudadanía de la importancia de rechazar productos falsificados y cauces de comercialización no autorizados, han sido los objetivos prioritarios de las actuaciones en materia de comercio.

Muy vinculada a estos objetivos se encuentra otra de las actividades a las que se han dedicado recursos desde la DGCE. Se trata de la sensibilización contra la venta ambulante ilegal, especialmente a través de campañas informativas y formativas dirigidas a concienciar a la ciudadanía de la importancia de rechazar productos falsificados y cauces de comercialización no autorizados, por los peligros, riesgos y graves consecuencias que ambas prácticas tienen tanto para el comercio y actividad económica legalmente establecida como para los propios consumidores.

El valor de los recursos públicos destinados en el periodo 2015-2018 a estos fines ha superado los 6,1 millones de euros, de los que más de 2,2 corresponden a créditos del programa presupuestario 431.40 Promoción Comercial y Emprendimiento y casi 3,9 al valor de tarifa de los recursos publicitarios institucionales destinados a la promoción del comercio, cuantía a la que debe sumarse el valor de todos los recursos aportados por las entidades colaboradoras y patrocinadoras de las distintas actuaciones

Las actuaciones más relevantes en materia de apoyo al comercio de proximidad en 2018 han sido:

- La puesta en marcha en 2016 y consolidación a partir del 2017 y 2018 del proyecto **Madrid Capital de Moda**, tanto en su vertiente de promoción y publicidad de eventos, como en la de facilitador de la celebración de estos en espacios públicos

- La incentivación de los proyectos de dinamización del comercio de proximidad y fomento del asociacionismo promovidos por asociaciones empresariales a través de la convocatoria de subvenciones para ese fin, a la que ha destinado un crédito de 1.715.000 euros (más de 1,5 millones de euros en términos de Obligaciones reconocidas) que ha permitido financiar 106 proyectos en cuatro años.
- La concesión de subvenciones para la remodelación y modernización de las galerías de alimentación.
- La celebración de eventos para dinamización de la actividad de las distintas zonas comerciales y el refuerzo del posicionamiento de la ciudad como destino de compras, entre los que cabe destacar Meninas Madrid Gallery, exposiciones fotográficas o intervenciones de arte urbano en zonas comerciales, Vogue Fashion Night Out, Desfiles en calles y espacios municipales, Salesas Village The Festival, Decoración, o Tapapiés, entre otros
- Las campañas de promoción y publicidad del comercio de proximidad y las distintas zonas comerciales.
- El impulso del programa de comercios centenarios de Madrid
- Las acciones de sensibilización contra la venta ambulante ilegal y de falsificaciones.

La **PROMOCIÓN Y FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO**, segunda de las grandes áreas que abarca el ámbito competencial de la Dirección General, se ha abordado desde varias perspectivas que comprenden desde la promoción de la cultura emprendedora a través de la divulgación y la formación en ese sentido, hasta el apoyo y asesoramiento a las empresas en sus fases iniciales de constitución y funcionamiento.

En este ámbito de actuación, proporcionar a las emprendedoras y emprendedores de la ciudad programas, actividades y/o servicios de alojamiento, espacios de trabajo compartido aceleración, incubación, mentorización y tutoría, asesorar a emprendedoras, emprendedores y pymes a través de los servicios de la ventanilla única del emprendedor y los puntos PAE, fomentar el emprendimiento a través de la convocatoria de encuentros, actividades de networking, jornadas y de diferentes programas específicos y premios y facilitar la constitución y la transmisión de empresas, han sido los principales objetivos de las actuaciones en materia de emprendimiento.

El valor total de recursos públicos destinados al desarrollo de las políticas públicas de apoyo a las emprendedoras y emprendedores y a las pymes desde 2015 hasta 31 de diciembre de 2018 ha sido superior a 9,5 millones de euros, de los que más de 8 millones corresponden a crédito presupuestario ejecutado del programa presupuestario 431.40, Promoción Comercial y Emprendimiento y cerca de 1,5 millones al valor de tarifa de los recursos institucionales destinados al fomento del emprendimiento.

El mayor esfuerzo presupuestario en este campo se ha destinado a la gestión de la red de viveros de empresas, la Ventanilla Única del Emprendimiento y los puntos PAE y al desarrollo de los servicios integrales de apoyo al emprendimiento que se prestan en los mismos. En este sentido, por su carácter novedoso, merece especial mención la puesta en marcha del Plan de Apoyo a la Transmisión de Empresas.

En materia de fomento del emprendimiento, se han redoblado los esfuerzos en la consolidación del premio de emprendedoras, que desde 2017 cuenta con dotación económica (18.000 euros por edición), y se ha creado el premio de emprendimiento social MAD+, por un Madrid más Justo y más Solidario, dotado con 24.000 euros por edición. Las convocatorias de ambos premios han crecido año tras año en repercusión, solicitantes y calidad de los proyectos presentados.

Asimismo, se ha intensificado la colaboración con distintas entidades para aumentar el apoyo al fomento del emprendimiento juvenil y universitario, destacando en este sentido la colaboración con distintas universidades, para el fomento del emprendimiento universitario y, especialmente la colaboración con Junior Achievement, en el apoyo al emprendimiento juvenil, plasmada de manera destacada en la concesión a esta entidad de una subvención nominativa de 30.000 euros en 2019 .

Facilitar el acceso a la **FORMACIÓN** tanto a las personas emprendedoras como a las y los comerciantes y las trabajadoras y trabajadores del sector comercial y hostelero ha sido otra de las actividades destacadas de la DGCE desde 2015 hasta 2018. Dar respuesta a las necesidades formativas, tanto de los emprendedoras y emprendedores, como de las trabajadoras y trabajadores del sector comercial y hostelero, ha sido el objetivo de los programas formativos de la escuela de innovación para el comercio y de los viveros de empresas.

El valor total de los recursos específicamente destinados a incentivar la formación en el periodo 2015 2018 a través de la escuela de comercio ha superado los 159.000 euros. No obstante, debe tenerse en cuenta que en este importe no están computados los recursos destinados a la formación en los viveros de empresas, ni el de los recursos aportados por entidades colaboradoras para el desarrollo de diversos programas, entre los que destaca Se Digital y Se +Digital, realizado por Orange y la Escuela de

Organización Industrial, o distintas jornadas formativas realizadas en colaboración con entidades como ACOTEX, Master Card o Madrid Foro Empresarial.

En todos los ámbitos mencionados se han impulsado acuerdos y establecido cauces de colaboración con empresas, entidades o instituciones para la puesta en marcha de iniciativas (eventos de promoción, programas formativos, campañas informativas o de sensibilización, encuentros para el intercambio de experiencias y presentación de casos de éxito, prestación de servicios de apoyo a la innovación ...) dirigidas a promocionar el comercio y la ciudad como destino de compras, a promover la mejora de la competitividad del comercio y la hostelería, a apoyar al ecosistema emprendedor de la ciudad y a potenciar la cultura emprendedora.

En este sentido, **FACILITAR Y FOMENTAR LA COLABORACIÓN PÚBLICO PRIVADA** en la puesta en marcha de iniciativas y proyectos dirigidos a alcanzar los objetivos mencionados a ha hecho posible la organización de eventos de promoción, programas formativos, campañas informativas o de sensibilización, encuentros ..., que de otra manera habrían resultado inviables.

Mantener, en todos los ámbitos mencionados, una continua y fluida **INTERLOCUCIÓN** con representantes del sector empresarial, concesionarios de los mercados municipales, usuarios de los distintos servicios y representantes de distintas entidades, instituciones y administraciones ha sido a lo largo de todo este tiempo, una prioridad que se ha plasmado en una intensa actividad de representación institucional en distintos foros y en la recuperación del Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid como órgano formal de participación y consulta.

Todas estas actuaciones han supuesto una notable actividad administrativa dirigida a la aplicación de los distintos recursos y

procedimientos previstos por la normativa vigente en materia de contratación pública, gestión presupuestaria, patrimonial y de subvenciones, convencional, inspectora o sancionadora.

2 PRESUPUESTO Y OTROS RECURSOS PÚBLICOS

Los recursos públicos destinados al desarrollo de las competencias de la DGCE y la ejecución de los distintos programas de apoyo al comercio y las pymes y fomento del emprendimiento incluyen:

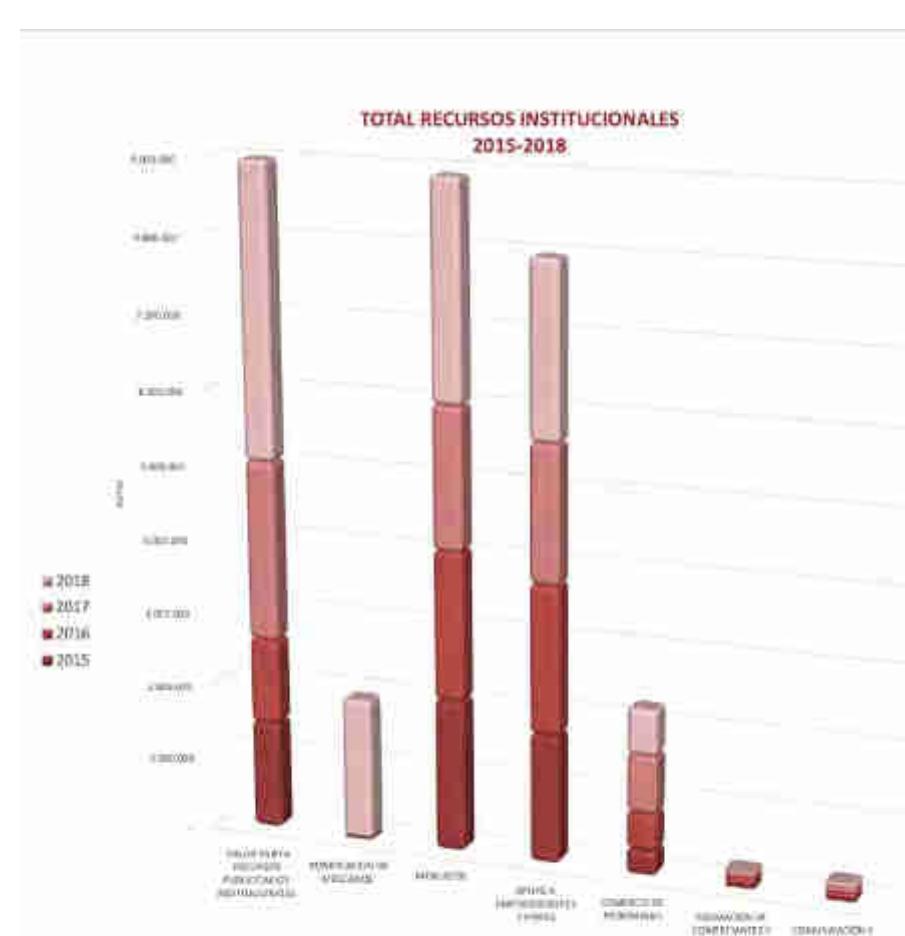
- Créditos del programa presupuestario 431.40, Promoción Comercial y Emprendimiento, 2018
- Bonificaciones del IBI a los mercados municipales
- Recursos institucionales publicitarios en mobiliario urbano

En el periodo 2015-2018, el importe total de todos estos recursos, excluidos los gastos de personal (capítulo I del programa presupuestario 431.40) ha ascendido a más de 30,5 millones de euros, de los que más de 19,6 corresponden a presupuesto ejecutado del programa 431.40 Promoción Comercial y Emprendimiento, más de 1,9 millones al importe total de las bonificaciones de IBI de los mercados municipales

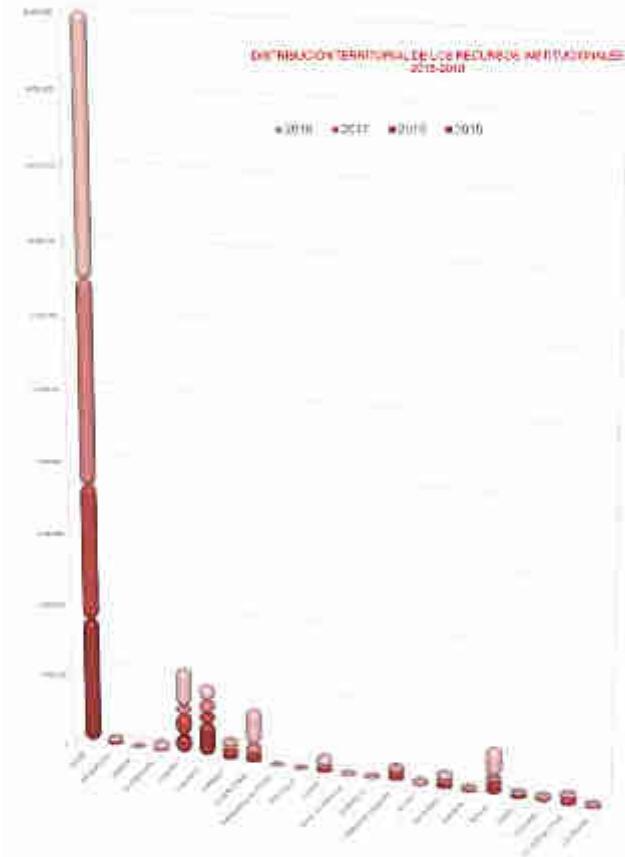
correspondientes al ejercicio 2018 y cerca de 9 millones al valor de tarifa de los recursos institucionales publicitarios destinados al desarrollo de campañas de promoción del comercio y los mercados, sensibilización contra la venta ambulante ilegal y apoyo y fomento del emprendimiento.

En esta valoración no están contempladas ni las inversiones privadas aportadas por los beneficiarios de las subvenciones para la modernización de los mercados municipales y para la dinamización del comercio de proximidad y fomento del asociacionismo, ni las inversiones y recursos privadas aportados por las entidades colaboradoras y patrocinadoras en la ejecución de las actividades.

	2018	2017	2016	2015	2014
TOTAL	6.332.216	4.073.018	4.001.196	3.016.400	2.003.407
RECIBIDOS	6.332.216	4.073.018	4.001.196	3.016.400	2.003.407
RECIBIDOS EN PROMOCIÓN DE COMERCIO Y MERCADOS	1.083.106	1.097.018	1.030.118	1.013.247	1.000.075
RECIBIDOS EN PROMOCIÓN DE COMERCIO Y MERCADOS DE PROXIMIDAD	1.171.278	1.188.018	1.170.210	1.177.712	1.181.001
RECIBIDOS EN PROMOCIÓN DE MERCADOS	1.162.231	1.171.018	1.177.712	1.181.001	1.181.001
RECIBIDOS EN FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO	1.157.015	1.157.015	1.168.727	1.171.001	1.171.001
RECIBIDOS EN SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE ILEGAL	11.019	11.019	6.795	3.991.011	3.991.011
RECIBIDOS EN OTROS	1.161.029	1.161.029	1.011.616	993.342	993.342
SUBVENCIONES	3.016.400	2.003.407	1.003.407	6.332.216	4.073.018
RECIBIDAS EN PROMOCIÓN DE COMERCIO Y MERCADOS	246.000	181.000	138.210	108.000	2.237.210
RECIBIDAS EN PROMOCIÓN DE COMERCIO Y MERCADOS DE PROXIMIDAD	44.010	44.115	43.000	44.000	117.341
RECIBIDAS EN PROMOCIÓN DE MERCADOS	85.507	85.507	85.770	114.545	85.770
RECIBIDAS EN FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO	11.212	11.212	11.002	11.208	81.275
RECIBIDAS EN SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE ILEGAL	10.239	10.239	29.000	72.000	72.000
RECIBIDAS EN OTROS	102.517	102.517	101.047	101.047	101.047
INVERSIONES	3.016.400	2.003.407	1.003.407	6.332.216	4.073.018
INVERSIÓN EN COMERCIO Y MERCADOS	972.399	102.223	115.795	158.223	2.282.482
INVERSIÓN EN DIFUSIÓN DE LA CONCIENCIA	105.426	105.426	100.232	79.389	105.426
INVERSIÓN EN FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO Y PROYECTOS DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO	597.627	102.267	101.249	119.349	1.019.141
INVERSIÓN EN MERCADOS	1.157.015	1.157.015	1.157.015	1.168.727	1.168.727
INVERSIÓN EN OTROS	1.171.278	1.171.278	1.177.712	1.181.001	1.181.001
INVERSIÓN EN PROMOCIÓN DE COMERCIO Y MERCADOS	22.238	51.233	36.228	5.497	111.235
INVERSIÓN EN PROMOCIÓN DE MERCADOS	101.580	101.580	101.580	101.580	101.580
INVERSIÓN EN SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE ILEGAL	1.171.278	1.171.278	1.177.712	1.181.001	1.181.001
INVERSIÓN EN OTROS	1.171.278	1.171.278	1.177.712	1.181.001	1.181.001
RECIBIDOS EN SUBVENCIONES	1.003.407	2.003.407	3.016.400	4.073.018	6.332.216
RECIBIDOS EN PROMOCIÓN DE COMERCIO Y MERCADOS	1.083.106	1.097.018	1.030.118	1.013.247	1.000.075
RECIBIDOS EN PROMOCIÓN DE COMERCIO Y MERCADOS DE PROXIMIDAD	1.171.278	1.188.018	1.170.210	1.177.712	1.181.001
RECIBIDOS EN PROMOCIÓN DE MERCADOS	1.162.231	1.171.018	1.177.712	1.181.001	1.181.001
RECIBIDOS EN FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO	1.157.015	1.157.015	1.168.727	1.171.001	1.171.001
RECIBIDOS EN SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE ILEGAL	11.019	11.019	6.795	3.991.011	3.991.011
RECIBIDOS EN OTROS	1.161.029	1.161.029	1.011.616	993.342	993.342



La distribución territorial de estos recursos es la que se refleja en la siguiente gráfica:



3 COMERCIO

Las actuaciones más destacadas desde junio de 2015 hasta 2019 en relación con las competencias que la DGCE tiene atribuidas en materia de comercio y mercados han sido: la continuidad del proyecto de transformación de los mercados municipales, la puesta en marcha y ejecución del Plan Estratégico de Mercados Municipales, la concesión efectiva, a partir del año 2018, de la bonificación del 95 % del IBI a los concesionarios de los mercados municipales, el apoyo a la digitalización de las pymes, con especial atención a los mercados, la puesta en marcha del proyecto Madrid Capital de Moda en 2016 y su afianzamiento e impulso a partir de 2017, la recuperación del Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid. Asimismo, han resultado de especial relevancia la exposición de las meninas de gran la importancia para la ciudad de Madrid y con una gran repercusión mediática o la puesta en marcha del mercado de productores en la avenida del Planetario.

Entre los objetivos y ámbitos de actuación en materia de comercio destacamos en 2018:

- Avanzar en la modernización estructural y funcional de los mercados municipales y galerías de alimentación con objeto de reforzar su atractivo para operadores y clientes.
- Poner en valor las zonas comerciales de la ciudad más relevantes para la proyección y posicionamiento de Madrid como “ciudad de compras” y “capital de moda”.
- Potenciar una red de áreas comerciales de referencia que favorezcan una oferta de proximidad multifocal que alcance a todos los distritos.
- Fortalecer el tejido asociativo sectorial y territorial y otros agentes económicos.
- Incentivar la incorporación de nuevas tecnologías a las pymes del sector y potenciar su digitalización
- Poner en marcha un mercado de productores con objeto de ofrecer productos agroecológicos directamente del productor al consumidor
- Dar cobertura de las necesidades formativas de los empresarios y trabajadores del sector.
- Luchar contra la competencia desleal que representa la venta ambulante ilegal.
- Promover y facilitar la colaboración público privada para alcanzar los objetivos anteriores.
- Facilitar y potenciar los cauces de participación y diálogo con el sector comercial y hostelero.

En todos estos ámbitos, desde junio de 2015, se ha desarrollado una intensa actividad administrativa dirigida a dar respuesta a las necesidades y demandas del sector comercial y hostelero a través de los siguientes instrumentos fundamentales:

- contratación administrativa
- convocatoria y concesión de subvenciones públicas
- formalización del acuerdos y convenios de colaboración
- participación institucional en el desarrollo de actividades promovidas por entidades privadas.
- interlocución directa con los comerciantes y las entidades asociativas representativas de los

distintos sectores de actividad y ámbitos territoriales de actuación

- impulso del Consejo de Comercio de Ciudad de Madrid, con la celebración de seis reuniones de su Pleno y una de su Comisión Permanente.
- supervisión y control de la gestión de los servicios públicos y del cumplimiento de la normativa vigente en el ámbito competencial de la DGCE
- ejercicio de la potestad sancionadora en materia de mercados y venta ambulante.
- participación en consejos sectoriales, órganos colegiados y similares
- atención a las sugerencias y reclamaciones en el ámbito de las competencias en materia de comercio y mercados
- atención a las peticiones de información de los grupos políticos y de los distritos en materia de comercio y mercados

3.1 MERCADOS MUNICIPALES

Compete a la DGCE la gestión patrimonial de la totalidad de los mercados minoristas de la ciudad, la gestión del servicio público que se presta en los mismos, su dinamización y promoción y la planificación y gestión de las subvenciones para su mejora.

Son asimismo competencia de la DGCE las funciones de administración, supervisión y control de los mercados mayoristas de Mercamadrid reservadas a la administración municipal, como titular de los mismos, salvo las expresamente asignadas a otros órganos en los reglamentos de funcionamiento de dichos mercados.

Desde 2015 hasta 31 de diciembre de 2018 se han destinado, en términos de obligaciones de crédito reconocidas, más de 8,9 millones de euros al desarrollo de las competencias y a la consecución de los objetivos en materia de mercados municipales contenidos en el programa presupuestario 431.40 “Promoción Comercial y Emprendimiento”, lo cual ha permitido la ejecución de obras de los mercados y sus locales, la mejora de su gestión y el desarrollo de acciones de promoción de su imagen y oferta.

Esta cuantía se refiere exclusivamente a las aportaciones municipales con cargo al programa presupuestario mencionado, no incluyendo ni el importe al que ascienden las bonificaciones de IBI (cuya cuantía supera los 1,9 millones de euros solo en el ejercicio 2018), ni el valor de tarifa de los recursos institucionales destinados a la promoción de los mercados (que supera los 3,6 millones euros), ni la aportación privada adicional a la municipal, inducida por las ayudas concedidas (que es del orden de 20 millones de euros), ni la inversión privada no subvencionable estimada en otros 20 millones de euros.

Los créditos municipales destinados a la financiación de las obras de remodelación, modernización y mejora de los mercados corresponden a diferentes fuentes que incluyen:

- financiación pública municipal, mediante la concesión de subvenciones de capital dirigidas a incentivar la inversión privada dirigida a la modernización y mejora de los inmuebles e instalaciones de estos equipamientos públicos, la concesión de subvenciones de capital dirigidas a incentivar la apertura de nuevos locales comerciales y de servicios o la mejora de los existentes o la ejecución de inversiones directas con cargo al presupuesto ordinario o de inversiones financieramente sostenibles.
- financiación privada, asumida por los concesionarios de los mercados o los usuarios de los locales, tanto subvencionable como no subvencionable, pero en todo caso incentivada a través de las ayudas públicas municipales.

Las acciones de promoción y publicidad de los mercados y sus locales se han llevado a cabo, al igual que lo indicado para las obras, gracias a la aplicación de recursos públicos y privados.

En el capítulo de la promoción, debe destacarse asimismo la realización de un número importante de campañas y actividades de comunicación, promoción y publicidad del servicio público de mercados y de los equipamientos y establecimientos a través de los que se presta, a las que se han destinado recursos institucionales de publicidad y comunicación, principalmente soportes de mobiliario urbano y autobuses de la EMT, que,

aunque sin incidencia presupuestaria, tienen un elevado retorno, en la medida que su valor de mercado se acercaría al millón de euros, así como significativos recursos de entidades colaboradoras y patrocinadoras que, aunque de difícil cuantificación, superan con creces este valor.

Entre las actuaciones llevadas a cabo en materia de gestión, modernización, dinamización, mejora, promoción y publicidad de los mercados municipales desde junio de 2015 hasta 31 de diciembre de 2018 cabe destacar:

3.1.1 PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DE MADRID 2017-2021

El 21 de septiembre de 2017 fue aprobado por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid el Plan Estratégico de los Mercados Municipales de Madrid para el periodo 2017-2021, cuyos objetivos principales son convertir la red de mercados municipales en un referente de excelencia en comercio alimentario, un referente para la cohesión social de los barrios y para su dinamización económica. Diseñado mediante un proceso participativo, el plan comprende 18 líneas estratégicas a desarrollar mediante 57 acciones implicadas en el papel económico, social y medioambiental de estos establecimientos tan característicos de la ciudad. A 31 de diciembre de 2018 se han puesto en marcha la práctica totalidad de las acciones reflejadas en el plan.

3.1.2 BONIFICACIÓN DEL IMPUESTO SOBRE BIENES INMUEBLES (IBI) A LOS MERCADOS MUNICIPALES.

En el ejercicio 2017, el Pleno del Ayuntamiento, con el voto unánime de todos los grupos políticos, acordó en tres sesiones, la declaración del interés municipal de las actividades desarrolladas en los mercados municipales a los efectos de la posterior aprobación de una bonificación del

IBI de conformidad con lo establecido en el artículo 74.2 *quater* del Texto Refundido de la Ley Reguladora de Haciendas Locales.

En ejecución de dicha declaración, mediante el Acuerdo del Pleno del Ayuntamiento de Madrid de 21 de diciembre de 2017 se aprobó la modificación de la Ordenanza Fiscal Reguladora del Impuesto sobre Bienes Inmuebles que, en relación con los mercados municipales contempla el derecho a la bonificación del 95% de la cuota íntegra del impuesto, a partir del ejercicio 2018, bonificación que en aplicación de lo dispuesto en la Ordenanza de Mercados Municipales en relación con el procedimiento de determinación de las tarifas a abonar por los usuarios de los locales de los mercados, se repercutirá directamente a favor de los mismos.

En el ejercicio 2018, se ha procedido a la efectiva bonificación del 95% de la cuota íntegra del IBI aplicable a los mercados municipales. El importe total de esta bonificación en aplicación de lo dispuesto en la Ordenanza de Fiscal Reguladora del IBI ha ascendido a más de 1,9 millones de euros.

En el mes de marzo de 2019 se ha aprobado la bonificación correspondiente a dicho ejercicio.

Este importe, conforme a la ordenanza de mercados municipales se ha repercutido directamente a favor de los usuarios de los mercados

3.1.3 INVERSIONES EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DERIVADAS DE LA CONVOCATORIA DE SUBVENCIONES.

La concesión de subvenciones a los concesionarios y usuarios de los mercados municipales, a través de convocatoria de subvenciones para la modernización de los mercados municipales y galerías de alimentación, ha sido una de las principales vías de financiación e incentivación de la inversión

privada dirigida a la mejora estructural y funcional de los equipamientos dotacionales destinados a la prestación del servicio público de mercados.

A través de este instrumento se han incentivado inversiones dirigidas a la ejecución de obras de distinta envergadura, ya sea en instalaciones generales de los edificios, ya en locales, en 41 mercados de la ciudad.

Con este fin se han concedido, para estas inversiones y en términos de obligaciones reconocidas a 31 de diciembre de 2018, 208 subvenciones de capital (75 dirigidas a proyectos en instalaciones generales de los mercados y 173 correspondientes a reforma y modernización de locales comerciales) por un importe total de más de 5,5 millones de euros, que han inducido una inversión total subvencionable en la mejora de los bienes municipales destinados al servicio público de mercados cercana a los 25 millones de euros. En este importe no está contabilizada la inversión privada no subvencionable asumida directamente por los concesionarios y usuarios de los mercados, de enorme relevancia en muchos proyectos de remodelación, especialmente cuando estos implican la entrada de nuevos operadores (supermercados, gimnasios...), que se estima del orden de 20 millones de euros.

Estas inversiones se han dirigido a la ejecución de obras de reforma y mejora de las instalaciones generales, a la mejora de la imagen exterior de los mercados, de la seguridad o de la eficiencia energética, a la supresión de barreras arquitectónicas, a la adquisición de nuevos equipamientos y a la incorporación de las TICs al desarrollo de la actividad comercial en los mercados de Madrid.

La principal línea de actuaciones subvencionadas, en términos de importe subvencionado, ha sido sin duda la destinada a obras de reforma y mejora de instalaciones. Esta significación de las ayudas en esta categoría se

debe a la dimensión que tienen los proyectos de reforma integral acometidos en mercados como Prosperidad, Doña Carlota, Vallehermoso, Villa de Vallecas, Las Ventas, Las Águilas, Tetuán o Bami.

Mención especial merecen, por su repercusión en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos, las ayudas destinadas a la mejora de la accesibilidad en los mercados, que apoya las actuaciones con un 50% de ayuda a la inversión, frente al 30% del resto de proyectos.

Las inversiones dirigidas a la mejora de los locales han permitido la modernización de las instalaciones y equipamientos de actividades ya existentes y la implantación de nuevas actividades que han contribuido a mejorar la calidad y diversidad de la oferta comercial en nuestros mercados.

Respecto al aprovechamiento de TIC's para el desarrollo de las actividades proyectadas por mercados municipales y sus locales comerciales, a través de las ayudas públicas municipales se ha impulsado el desarrollo de webs, posicionamiento en redes, geolocalización y comercio electrónico principalmente, destacando el apoyo al desarrollo del proyecto mercado47.

Los proyectos más significativos subvencionados desde junio de 2015 hasta diciembre de 2018 se han llevado a cabo en los siguientes mercados:

- **Mercado de Antón Martín:**
Rehabilitación de fachadas y accesos e instalación de sistema de climatización
- **Mercado de Bami**
Obras de construcción. Reforma integral, modernización y acondicionamiento. Entrada de nuevos operadores. (Supermercado, Gimnasio, Espacio multiusos)

- ***Mercado de Chamartín:***

Sustitución del sistema de climatización y mejora de la imagen del mercado. Reforma y adecuación de falsos techos y aseos. Sustitución de puertas de ascensor

- ***Mercado de Chamberí:***

Reubicación de locales y reforma de almacenes. Creación de la plaza gastronómica. Mejora de accesos, luminarias y parking

- ***Mercado de Doña Carlota:***

Remodelación integral. Actuaciones de adecuación de accesos, reforma de instalación eléctrica, climatización y protección contra incendios. Entrada de nuevos operadores (supermercado)

- ***Mercado de la Cebada:***

Mejora de ascensores y de la gestión de residuos. Mejora de la instalación contra incendios. Instalación de ventanas basculantes en la cubierta. Modernización del mercado.

- ***Mercado de la Guindalera***

Reforma global del mercado.

- ***Mercado de la Paz***

Renovación del sistema de climatización

- ***Mercado de Guillermo de Osma***

Remodelación e incorporación de supermercado y centro de formación

- ***Mercado de las Águilas***
Reforma de la planta baja. Adecuación y mejora de las instalaciones. Reforma de baños e instalación de luminarias. Entrada de nuevos operadores (gimnasio)
- ***Mercado de las Vetas***
Mejora y adecuación general. Entrada de nuevos operadores (supermercado y gimnasio)
- ***Mercado de Maravillas:***
Modificación de la red de saneamiento, consolidación de estructura y fachada. Cambio de sistema de iluminación. Mejora de estructuras, saneamientos, electricidad e impermeabilizaciones.
- ***Mercado de Prosperidad:***
Remodelación integral. Mejora de solados estructura y revestimientos. Sustitución de sistema eléctrico y de climatización. Entrada de nuevos operadores (supermercado)
- ***Mercado de San Antón***
Instalación de climatización
- ***Mercado de San Pascual:***
Obras de refuerzo de la estructura del sótano, obras de acondicionamiento general y mejora de la señalética y accesibilidad. Sustitución y reparación de la red de saneamiento
- ***Mercado de Tetuán***
Reforma, consolidación estructural y reestructuración comercial del mercado. Entrada de nuevos operadores (supermercado). Acondicionamiento del un parque colindante.
- ***Mercado de Vallehermoso***
Saneado de estructuras y eliminación de humedades. Adecuación de protección contra incendios. Acondicionamiento de galería en desuso para instalación de nuevos locales para mercado de productores permanente.
- ***Mercado de Vicálvaro:***
Iluminación de zona central, rehabilitación de fachada y sustitución de solado y claraboyas. Rehabilitación de fachadas y nuevo sistema de videovigilancia.
- ***Mercado de Villa de Vallecas***
Adecuación de plantas sótano y primera, así como de fachada. Climatización de planta primera. Protección contra incendios. Entrada de nuevos operadores (gimnasio)
- ***Mercado de Villaverde Alto***
Reestructuración parcial. Entrada de nuevos operadores (supermercado)

3.1.4 OTRAS INVERSIONES: PRESUPUESTO ORDINARIO E INVERSIONES FINANCIERAMENTE SOSTENIBLES

Desde junio de 2015 hasta diciembre de 2018 se han materializado distintas inversiones dirigidas a la ejecución de proyectos de mejora de las instalaciones y el servicio público que exceden de la obligación del concesionario, así como la conservación de las superficies del mercado de San Cristóbal que no se encuentran dentro de la concesión.

Estas inversiones se han financiado con cargo al presupuesto ordinario o, en el caso de las Inversiones Financieramente Sostenibles, con cargo al los remanentes de tesorería de ejercicios precedentes, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición Adicional decimosexta del Texto Refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales, aprobado por Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, establece los requisitos formales y los parámetros que han de cumplir los proyectos de inversión para que sean calificados de inversiones financieramente sostenibles a los efectos de lo prevenido en la Disposición Adicional Sexta de la Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera relativa a las reglas especiales para el destino del superávit presupuestario.

El importe total destinado a estos proyectos de inversión asciende a más de 2,2 millones de euros.

Las actuaciones más destacadas con cargo a estos fondos incluyen.

- Adecuación de la planta primera del mercado de San Cristóbal para la implantación de un espacio destinado a albergar la escuela de comercio e instalaciones para el fomento del asociacionismo empresarial (coworking de asociaciones) Obras

para la instalación de un ascensor en el edificio del mercado y arreglo de la cubierta.

- Subsanación de deficiencias en las instalaciones de frío del mercado Barceló puestas a disposición del concesionario tras la construcción del Complejo Polivalente Barceló.
- Estudio para la determinación del origen de las deficiencias en la impermeabilización, red de saneamiento y red de suministro agua en las instalaciones puestas a disposición del concesionario del mercado de Barceló tras la construcción del Complejo Polivalente Barceló.
- Instalación de Wifi gratuito en los mercados de Embajadores, Villa de Vallecas, Alto de Extremadura, Maravillas, Prosperidad y Barceló y señalización del mismo.
- Suministro e instalación de diversos materiales para facilitar la accesibilidad universal a personas con discapacidad a los edificios de 43 mercados municipales. Mediante este contrato la totalidad de los mercados municipales madrileños han sido provistos de material destinado a facilitar el acceso y la movilidad de personas con algún tipo de discapacidad física, intelectual o sensorial. Entre este material se encuentran placas identificativas en braille, pictogramas identificativos de locales por tipología comercial, instalaciones y servicios,

- medidas podotáctiles en el pavimento, tiras antideslizantes, planos hapticos mediante caracteres braille y en alto-reieve y directorios informativos accesibles.
- Suministro y servicios para la provisión de desfibriladores semiautomáticos (DESA) en 33 mercados municipales. Los mercados municipales son, desde el mes de octubre, espacios cardioprotegidos, mediante la instalación en todos los mercados de la red, de desfibriladores, lo que ha supuesto una inversión de cerca de 75.000 euros. La dotación se ha acompañado de un curso sobre su manejo y funcionamiento. Esta inversión se enmarca dentro del conjunto de actuaciones, que como las destinadas a lograr la accesibilidad total, están orientadas a la inclusión, igualdad, mejora de la calidad de vida y autonomía de las personas.
- Implantación de aseos accesibles en distintos mercados (Antón Martín, Los Mostenses, Chamberí, Las Ventas, La Paz, Numancia, La Guindalera, Vallehermoso)
- Obras de accesibilidad y supresión de barreras en distintos mercados (La Guindalera, Los Mostenses
- Obras se subsanación de deficiencias previas a la actual concesión en el mercado de Las Ventas

- Rehabilitación de la fachada posterior del mercado Villa de Vallecas

Con cargo al presupuesto del área de gobierno de medio ambiente y movilidad se ha mejorado la señalización vertical del emplazamiento de los mercados en la vía pública.

Sin coste alguno para las arcas públicas se han realizado así mismo intervenciones de arte urbano comisariadas por Urvanity Art, en las fachadas de los mercados de Barceló (obra de Jan Kalab) y San Cristóbal (obra de Boa Mistura en el marco del proyecto Swatch cities).

3.1.5 PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN DE LOS MERCADOS MUNICIPALES

Los mercados municipales de Madrid participan de un modo singular de la vida social de los barrios. Dada la importante demanda que atienden y el dinamismo de los operadores comerciales que acogen, estos centros son un lugar excelente para conocer de forma directa, no solo el oficio de grandes profesionales, o la singular despensa gastronómica que concentra Madrid, sino también, espacios donde se realizan múltiples acciones de animación, arte y cultura con el fin de crear entornos abiertos y lúdicos para todos los públicos.

Por estos motivos, el Ayuntamiento de Madrid, a través de la DGCE, fomenta en estos centros la realización de múltiples acciones de animación, arte y cultura con el fin de crear entornos abiertos, accesibles y dinámicos en sus propuestas. Añadir valores positivos a las experiencias de las personas que los visitan potencia la imagen de los mercados y el reconocimiento de la calidad del servicio que prestan.

Para ello, desde junio 2015 se han desarrollado numerosas acciones específicas de promoción y publicidad de los mercados municipales, dirigidas a reforzar el atractivo de estos, tanto para los clientes como para nuevos operadores que quieran implantarse en los mismos, y a poner en valor la calidad y variedad de la oferta comercial y de servicios que se ofrece a los ciudadanos. Esta actividad se ha completado con la subvención de algunas actuaciones promovidas por los propios mercados.

El presupuesto municipal del programa presupuestario 431.40 “Promoción comercial y emprendimiento”, destinado a la promoción de los mercados en el periodo 2015-2018 ha superado los 500.000 euros. Este importe se ha destinado a la financiación de diversas acciones institucionales directas y de 60 subvenciones para el desarrollo proyectos promovidos por concesionarios o usuarios de mercados, los cuales han supuesto una inversión adicional del orden de otros 500.000 euros.

En este importe no está contabilizada la valoración de recursos institucionales destinados a la promoción de mercados sin incidencia presupuestaria (mobilario urbano, medios de comunicación y otros), cuyo valor de tarifa, como se ha comentado anteriormente, ascendería a más de 3,6 millones de euros, al que habría que sumar el importe de los gastos asumidos directamente por distintas entidades colaboradoras y patrocinadoras (Canal Cocina, Florette, Bodegas Torres, ,....) para el desarrollo de las múltiples acciones de promoción de mercados que se han ejecutado a lo largo de este periodo

Este periodo ha destacado por la intensa actividad promocional de los mercados municipales en distintos medios y soportes (Canal Cocina, redes sociales, mobiliario urbano) dirigida a potenciar estos equipamientos como el formato comercial de preferencia y de referencia para la compra de productos frescos de calidad.

Entre las acciones de promoción y dinamización de los mercados municipales realizadas en desde junio de 2015 cabe destacar:

- Presencia recurrente de los mercados de Madrid en Canal Cocina (tv, web y redes sociales)
- Grabación del programa “Hoy cocina la alcaldesa”en Canal Cocina
- Grabación del programa “Me gusta mi mercado”, de Canal Cocina en el mercado de Prosperidad
- Campaña “Saboreando los mercados de Madrid”, con Canal Cocina
- Campaña “Cocinamos contigo”, con Canal Cocina
- Campaña “Échale huevos a tu cocina”, con Canal Cocina
- Campaña “Madrid, Plaza Mayor de Legumbres”
- Campaña “Come Sano, Come de Mercado”
- Campaña con “M de Mercado”, en 2016 y 2018
- Campaña “Mujeres Impulsan”, en 2017
- Programa “Aprende a comprar y cocinar en los mercados de Madrid”
- Desfiles de moda (pepa Salazar, Shoop)

- Programa “Cocina Saludable en los mercados de Madrid”, con Chef Pepo
 - “Volcanic Xperience”, en colaboración con el gobierno de Canarias
 - “Del Huerto a los Mercados de Madrid, con Florette”, en 2017 y 2018
 - Campaña contra el desperdicio alimentario, en colaboración con AECOC, en 2018
 - Campañas de concienciación del reciclaje de Vidrio
 - Talleres de cocina en Navidad, para niños y adultos
 - Conciertos de Navidad en los mercados
 - Celebración de “La noche de los mercados” en 2017 y 2018
 - Participación anual de varios mercados municipales en gastrofestival desde 2016.
 - Participación anual de varios mercados municipales en Festitur desde 2017.
 - Participación anual de varios mercados municipales en la campaña internacional Me Gusta Mi Mercado, desde 2016.
 - Participación de diversos mercados en Tapitalia, en colaboración con la embajada de Italia.
 - Participación de los mercados de San Fernando y Antón Martín en Tapapiés
 - Participación de Antón Martín en Decoración
 - Participación del mercado de Tirso de Molina en el programa de turismo “Mira Madrid”
- A todas estas actividades se suma la profusa actividad sociocultural promovida directamente por la DGCE e indirectamente a través de los concesionarios de los mercados, que contribuye al reposicionamiento de estos como centros de actividad social, además de económica de los barrios.
- 3.1.6 APPLICACIÓN DE LAS TICS A LA PROMOCIÓN Y MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS MERCADOS MUNICIPALES.**
- Desde junio de 2015 hasta diciembre de 2018 la DGCE ha invertido cerca de 200.000 euros en promover la incorporación de nuevas tecnologías a la promoción y mejora de la competitividad de los mercados municipales. Los proyectos impulsados con este fin, a través de contratos de patrocinio o de concesión de subvenciones han sido la aplicación para móviles MERCAMAD, y la plataforma de comercio on line para el comercio de Madrid, MERCADO47.
- Mercado 47, proyecto de digitalización del ecosistema empresarial madrileño, que presta especial atención a los mercados municipales, ha sido desarrollado por la empresa Hermeneus world, con el patrocinio del

ayuntamiento en sus etapas iniciales, y es uno de los 20 proyectos internacionales, el único español, elegidos por la Unión Europea como mejor práctica para la revitalización y modernización de los pequeños comercios para su inclusión en la guía "Afrontando el futuro" ("Facing the future") publicada en 2018.

Dentro de esta categoría, se han desarrollado 17 proyectos para la mejora de las infraestructuras tecnológicas de los mercados municipales y sus locales comerciales.

3.1.7 MERCADO MUNICIPAL DE PRODUCTORES PLANETARIO

En 2018 el Área de Gobierno de Equidad, Derechos Sociales y Empleo a través de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento ha puesto en marcha el Mercado Municipal de Productores Planetario en la Avenida del Planetario c/v Calle Meneses. La implantación de este mercado es fruto de los compromisos adoptados en el Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán, por la Ciudad de Madrid con el objetivo de adoptar estrategias tendentes a lograr sistemas alimentarios más sostenibles, entre ellas promover la producción alimentaria y consecuentemente mejorar el abastecimiento y la distribución alimentaria mediante cadenas de suministro cortas, de productor a consumidor, creando un sistema alimentario urbano que conecte las áreas urbanas a las rurales.

El mercado se gestiona a través de concesión, tiene carácter desmontable y su periodicidad inicialmente es mensual.

Este mercado de productores pretende acercar a los madrileños/as, sin intermediación alguna, sus productos, con el objetivo de reforzar el sector y crear nuevas oportunidades empresariales, fomentar medidas de

apoyo a los proyectos agroecológicos, así como la producción, comercialización y consumo sostenible y artesanal de calidad.

En 2018 se han celebrado 7 ediciones, la primera el 20 de mayo y la última el 16 de diciembre. Continuarán las ediciones mensuales en los próximos cuatro años.

2019 se continúa celebrando una edición mensual

Han participado en cada edición una media de 35 productores con una afluencia de entre 1.000 a 1.500 personas por edición, en función de las fechas y la climatología.

3.1.8 GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL SERVICIO PÚBLICO DE MERCADOS

Desde junio de 2015 se han desarrollado las actuaciones administrativas para el ejercicio de las competencias de la DGCE como órgano que ostenta las competencias para la gestión de la red integrada por los mercados municipales y de la supervisión y seguimiento del funcionamiento de los mercados centrales de Mercamadrid, entre las que cabe destacar:

- Tramitación de los contratos administrativos de gestión del servicio público de mercados.
- Gestión económica.
- Seguimiento, supervisión control de la gestión y de la actividad de los mercados municipales.

Supervisión del cumplimiento por parte de los concesionarios de la normativa municipal en materia de mercados.

Comprobación técnica de la estructura física de los mercados y sus locales.

Exigencia a los concesionarios del cumplimiento de sus obligaciones derivadas del contrato concesional y la normativa aplicable mediante la imposición de multas coercitivas, y propuesta de inicio de expedientes sancionadores por conductas inapropiadas o incumplimientos de la normativa por parte de los concesionarios y de los usuarios de locales.

- Asesoramiento y apoyo a los concesionarios de los mercados municipales para la mejora el servicio público.
- Intervención administrativa de la gestión de los mercados centrales de Mercamadrid.

Gestión de cesiones y nuevas autorizaciones para operar como mayoristas.

Colaboración con los órganos judiciales.

Modificación del horario de apertura y cierre diario de los mercados centrales, así como aprobación del calendario anual a propuesta de los Mercados.

Actualización de tarifas de los Mercados Centrales, servicios y actos administrativos y accesos a estación y pesajes.

Realización de diligencias previas al inicio de expedientes sancionadores incoados a los titulares de los puestos por incumplimiento de la normativa aplicable.

3.2 COMERCIO DE PROXIMIDAD, TURISMO DE COMPRAS Y ASOCIACIONISMO

Desde la DGCE se promueve activamente, en colaboración con las asociaciones del sector comercial y hostelería y distintas entidades patrocinadoras, el desarrollo de proyectos que contribuyen a dinamizar el comercio de los barrios, a situar a Madrid en el primer puesto del ranking de las ciudades de elección para el turismo cultural, gastronómico, de ocio y de compras... y a fomentar el asociacionismo entre los empresarios del sector comercial y hostelería.

En este sentido y con objeto de difundir la amplia oferta comercial de la ciudad y potenciar los focos comerciales que generan y consolidan la identidad urbana, su reconocimiento, y las singularidades de las distintas zonas comerciales de los distritos, se han llevado a cabo acciones muy variadas relacionadas con la presentación de campañas de publicidad, acciones de *streetmarketing* y eventos de ciudad.

Los principales instrumentos aplicados al cumplimiento de los objetivos de este epígrafe son la concesión de subvenciones, la formalización de acuerdos de colaboración y la organización de acciones de dinamización comercial.

Para la financiación de las subvenciones a entidades asociativas para incentivar el desarrollo de acciones dirigidas a promover la dinamización del comercio de proximidad y fomentar el asociacionismo se han autorizado desde 2015 hasta diciembre de 2018 créditos por importe de 1.715.000 euros del presupuestario 431.40 "Promoción Comercial y Emprendimiento.

Además, para el impulso del comercio de los barrios, en 2017 se puso en marcha una línea de subvenciones dirigida a fomentar la inversión en la remodelación y mejora de las galerías de alimentación y los locales ubicadas en las mismas.

Asimismo, se han desarrollado actividades directas dirigidas a la promoción y dinamización del comercio de proximidad y a la consolidación de Madrid como destino de compras, siendo las dos actuaciones más relevantes en este sentido la continuidad del programa de comercios centenarios y, sobretodo, el impulso al proyecto MADRID CAPITAL DE MODA puesto en marcha en febrero de 2016.

A las anteriores actuaciones se ha sumado el conjunto de eventos y acciones de dinamización comercial y promoción de zonas comerciales ejecutados gracias a la formalización de convenios de colaboración que han permitido el desarrollo de estas iniciativas y la obtención de importantes retornos para la ciudad, sin incurrir en gastos con cargo al presupuesto municipal, pero con una importante aportación de financiación por parte de los patrocinadores y un elevado valor de mercado de los recursos de comunicación aportados por muchos de ellos.

3.2.1 Subvenciones para la dinamización del comercio de proximidad y fomento del asociacionismo y la formación en el sector comercial

El mayor esfuerzo presupuestario destinado a la dinamización del comercio de proximidad se ha canalizado a través de la concesión de subvenciones dirigidas a incentivar la colaboración público-privada para la ejecución de proyectos de dinamización del comercio de proximidad por asociaciones empresariales, fomentando con ello el asociacionismo en los sectores comercial y hostelero.

A través de las convocatoria anuales de subvenciones para la dinamización del comercio de proximidad, el fomento del asociacionismo y la formación en el sector comercial, se han financiado 106 proyectos que han sido impulsados con una ayuda municipal por importe superior a 1,4 millones de euros que han generado una inversión inducida de más de 1,7 millones de euros.

El objetivo general de estas ayudas es incentivar la demanda comercial y potenciar una imagen más competitiva y dinámica del comercio madrileño, primando la ventaja de la acción asociativa y la calidad en los recursos necesarios para la generación de nuevos productos y servicios.

Los gastos subvencionables comprenden la elaboración de estudios de actuación comercial; el desarrollo de actividades de comunicación y difusión comercial; la constitución de zonas de iniciativa emprendedora; los gastos de constitución y funcionamiento de las entidades solicitantes, correspondientes a los sus dos primeros años de funcionamiento y acciones formativas. Las acciones subvencionables definidas por esta línea de ayudas persiguen los siguientes objetivos:

- Dinamizar el comercio de proximidad

- Consolidar la imagen de la ciudad de Madrid como destino de compras
- Fomentar el asociacionismo
- Mejorar la formación del sector

Los resultados que se pretenden conseguir con la aplicación de esta línea de ayudas a proyectos promovidos por las asociaciones de comerciantes inciden principalmente en los aspectos económico, social y medioambiental del sector comercial de proximidad de la ciudad de Madrid:

▪ **Económico:**

- Mejora competitiva del sector del comercio de proximidad.
- Mejora del posicionamiento de Madrid como destino de compras
- Mejora de la capacidad de atracción de inversión para la apertura de locales comerciales y hosteleros gracias a la revitalización y consolidación de zonas comerciales.
- Incentivación de la creación de empleo y riqueza y la recuperación de puestos de trabajo.

▪ **Social:**

- Potenciación de las zonas comerciales como elementos de centralidad.
- Mejora de la seguridad percibida por el aumento de actividad en zonas comerciales.

▪ **Medioambiental:**

- Recuperación de ejes de centralidad comercial.

- Ampliación y diversificación de la oferta de productos y servicios de los ejes comerciales de la ciudad, reduciendo el número de desplazamientos necesarios para satisfacer la demanda de los ciudadanos.

Los proyectos más destacados impulsados a través de esta convocatoria de ayudas han sido:

- Dinamización del barrio de Salesas y consolidación del proyecto “Salesas Village”, impulsado por ACOTEX
- Campaña “Madrid Es Moda”, impulsada por ACME
- Promoción de Triball, impulsada por Triball
- Promoción de la zona comercial Costa Fleming, impulsada por la asociación Costa Fleming
- Eventos de promoción del sector hostelero impulsados por La Viña
- Promoción de los restaurantes centenarios de Madrid, promovida por su asociación.
- Acciones de promoción del comercio y la hostelería de Lavapiés, impulsados por Distrito 12 (“tapapiés”, “chollopiés”, “Parking Day”....)

- Promoción del comercio y la hostelería de San Blas-Canillejas, impulsada por la asociación de comerciantes de ese distrito (ruta de la tapa y tiendas de San Blas Canillejas)
- Dinamización del comercio de Malasaña impulsada por la asociación Vive Malasaña
- Acciones de dinamización de la actividad hostelería de la Plaza Mayor, impulsadas por el Gremio de hosteleros de Plaza Mayor y Madrid de los Austrias
- Acciones de dinamización del comercio y la hostelería del Barrio de las Letras, impulsadas por la asociación de comerciantes Barrio de las Letras ("decoración", "mercado de las ranas")
- Ruta de la tapa de Villaverde, impulsada por la asociación de autónomos de Villaverde
- Acciones de promoción del comercio del distrito de Latina, impulsadas por ASELAC
- Acciones de promoción del comercio de Vicálvaro, impulsadas por la asociación Redescubre Vicálvaro
- Acciones de promoción del comercio del barrio de Salamanca, impulsadas por la asociación de comerciantes Distrito 41
- Organización del evento mensual "Santa Ana streetmarket" por la asociación de comerciantes de Santa Ana
- Acciones de dinamización del sector hotelero promovidas por la asociación empresarial hotelera de Madrid
- Acciones de promoción y fomento del asociacionismo en el sector detallista de pescados, promovidas por ADEPESCA
- Acciones de promoción y fomento del asociacionismo e impulso de la digitalización en el sector detallista de carnes, promovidas por FEDECARNE

3.2.2 Subvenciones para la modernización y dinamización de las galerías de alimentación

En el año 2017, sobre la base de unos antecedentes históricos estrechamente vinculados con el comercio tradicional de barrio y dentro de unas políticas dotacionales que han desarrollado su ordenación, se creó una nueva línea de subvenciones específicamente dirigida a incentivar la modernización de las galerías de alimentación, lo que ha supuesto un importante elemento para impulsar la competitividad del sector y el esfuerzo emprendedor, así como para multiplicar la carta de servicios al alcance más cercano del consumidor madrileño.

En el marco de la dicha convocatoria, tramitada juntamente con la de mercados, se han concedido ayudas por un importe total de algo más de

300.000 euros. para la realización de proyectos de modernización de las estructuras e instalaciones en 5 galerías y 12 locales en estos dos años (2017-2018). La inversión privada inducida ha sido superior a 700.000 euros.

3.2.3 MADRID CAPITAL DE MODA

En el periodo junio 2015-2019 la actuación más relevante de apoyo al comercio de proximidad y promoción de la imagen de la ciudad como destino de compras ha sido el programa Madrid Capital De Moda (MCDM), puesto en marcha en el año 2016, y afianzado con rotundidad en los ejercicios 2017 y 2018. Este proyecto se basa en la colaboración público-privada y está dirigido a agrupar todas las iniciativas impulsadas por los principales agentes implicados en el mundo de la moda, tanto del sector creativo, como del industrial y del comercial, dirigidas a posicionar Madrid como sede de referencia económica, cultural y social de las mismas. El hecho de patrocinar e impulsar este tipo de acciones, unido a su recopilación y registro en una única plataforma responde al objetivo de dar una mayor visibilidad, una imagen global y unitaria y destacar el importante papel de la ciudad de Madrid como capital de esta industria y todo lo relacionado con ella.

El crédito total destinado desde 2016 a la financiación de las actividades integradas en el proyecto MCDM con cargo al programa presupuestario del programa “promoción comercial y emprendimiento” ha ascendido a cerca de 400.000 euros.

A este importe hay que sumar:

- la valoración de recursos institucionales destinados a la promoción del proyecto Madrid Capital de Moda que no han tenido incidencia presupuestaria (mobiliario urbano, medios de

comunicación y otros), cuyo valor de tarifa supera los 2,4 millones de euros,

- el importe, difícilmente cuantificable, pero muy superior al anterior, de los gastos asumidos por distintas entidades colaboradoras y patrocinadoras (Canal de Casa, Conde Nast, ACOTEX...) para la organización de las múltiples acciones de promoción de la ciudad como capital de moda que se han ejecutado a lo largo de 2018 y
- el elevado valor de mercado de la cobertura informativa de todos eventos en publicaciones tan prestigiosas como Vogue, Traveler, Glamour, Architectural Digest y GQ, o la emisión de reportajes de las principales zonas comerciales de Madrid en los canal de televisión Decasa (cobertura nacional) y Mas Chic TV (cobertura en Latinoamérica y Estados Unidos) y de los mercados municipales en Canal Cocina.

Entre las actuaciones más destacables en el proyecto Madrid Capital De Moda (MCDM), cabe citar:

- Creación y registro de la marca MCDM (Madrid Capital de Moda)
- Desarrollo del portal www.madridcapitaldemoda.com

- Difusión de actividades y eventos propios y de distintas entidades a través de la web y rrss de madrid capital de moda.
- Acciones de comunicación on line y off line (redes sociales, autobuses EMT, mobiliario urbano,)
- Instalación de pantalla gigante en plaza de Margaret Thatcher para la retransmisión en directo de los desfiles de la Mercedes Benz Fashion Week y de diversos contenidos de interés.
- Organización de la exposición urbana MENINAS MADRID GALLERY
- Definición de las 15 áreas comerciales de la ciudad de mayor atractivo desde el punto de vista del turismo de compras, elaboración de contenidos audiovisuales para su promoción
- Organización de un encuentro de moda sostenible en colaboración con el British Council
- Producción y emisión, en España y Latinoamérica, de la serie "De compras en Madrid", del canal decasa TV
- Campaña "De compras en Madrid, mejoren bus", en mobiliario urbano y autobuses de EMT
- Campañas de promoción de MBFWM y Madrid es Moda en autobuses de EMT.
- Colaboración en la organización de eventos de moda y acciones de dinamización de zonas comerciales como:
 - Mercado de las flores de Jorge Juan
 - Vogue Fashion Night Out
 - Noche de San Jorge Juan
 - Parking day
 - Salesas Village
 - Decoración
 - Mercado de las ranas
 - Feria Madrid Saludable en Malasaña
 - Tapapiés
 - Santa Ana Street Market
- Organización de desfiles de moda en calles, plazas, mercados y edificios municipales (Plaza de Salesas, Calle Conde Duque, Patio de Cristales de la Plaza de la Villa, Galería de Cristal de Cibeles, Jardines de Cecilio Rodríguez, mercado de Antón Martín, mercado de las Ventas,N@ve, Casa del Reloj..)
- Intervenciones de arte urbano, en colaboración con Urvanity art, en distintos emplazamientos para promover la dinamización de zonas comerciales a través del arte urbano. (Fuencarral, Callao, Augusto Figueroa, Alonso Martínez, Tribulete, Puerta Cerrada, Santa Isabel...)

3.2.4 Comercios centenarios

Desde junio de 2015 se ha dado continuidad a la promoción de los comercios centenarios de la ciudad, a través del mantenimiento y actualización de la web www.comercioscentenarios.com.

Adicionalmente se han promocionado los comercios centenarios a través de redes sociales.

El importe destinado a este proyecto en desde junio de 2015 hasta diciembre de 2018 ha ascendido a más de 100.000 euros, cifra a la que hay que sumar el valor de tarifa de las campañas realizadas en mobiliario urbano el último semestre de 2015, en 2016 y en 2018, que supera los 200.000 euros .

3.2.5 Campañas de apoyo al comercio de proximidad

Además de las campañas de promoción del comercio de proximidad realizadas en el marco del proyecto Madrid Capital de Moda, se han llevado a cabo otras acciones de promoción, como la campaña “Lo próximo es lo próximo” ejecutada en 2018 en mobiliario urbano, prensa gráfica y redes sociales.

3.2.6 Estudios

En el periodo junio 2015-diciembre 2018 se han realizado diversos estudios sobre la actividad comercial y hostelería, entre los que cabe destacar:

- Estudio de la Brecha de Género en el sector comercial
- Estudio de la Brecha de Género en el sector hostelería
- Estudio de la percepción y estimación del comportamiento de los ciudadanos ante las futuras medidas de reordenación del tráfico en la Gran Vía
- Diagnóstico de la percepción del sector relativa a la actividad comercial en Arganzuela
- Diagnóstico de la percepción del sector relativa a la actividad comercial Villaverde
- Diagnóstico comercial del barrio de la Latina/Palacio
- Estudio comparativo y dictamen de sistemas de instalación de detección y alarmas de la PCI en los mercados municipales.
- Actualización de la información de los establecimientos ubicados en los 46 mercados municipales.
- Redacción de los Estudios de ITE de los mercados municipales(Alto de Extremadura, Bami, Chamartín, Dña Carlota, La Guindalera, Jesus del

Gran Poder, Moratalaz, Orcasitas, Prosperidad, San Isidro, Tetuán, Usera, Valdezarza y San Cristóbal.

Además, se ha colaborado con INCYDE Cámaras y la fundación JP Morgan en la realización del estudio “Consolidación de pequeños comercios con bajos ingresos en zonas urbanas desfavorecidas”

3.2.7 Acuerdos de colaboración con entidades privadas y contratación de servicios para el desarrollo de actividades de dinamización comercial

A través de la contratación de servicios y de la formalización de convenios de colaboración con la iniciativa privada, se han desarrollado actividades de notable repercusión y relevancia para la dinamización del comercio de proximidad y la promoción de la imagen de la ciudad como destino de compras y sede de elección para la organización de eventos y establecimiento de empresas.

Desde junio de 2015 se han suscritos los siguientes convenios:

- Convenio de colaboración con la ASOCIACION EMPRESARIAL DE COMERCIO TEXTIL Y COMPLEMENTOS DE LA COMUNIDAD DE MADRID (ACOTEX).
- Convenio de colaboración con MULTICANAL IBERIA, S.L.U.
- Convenio de colaboración con LA ASOCIACION DE COMERCIANTES, AUTÓNOMOS Y PEQUEÑAS EMPRESAS BARRIO DE LAS LETRAS

- Convenio de colaboración con EDICIONES CONDÉ NAST SA (CONDÉ NAST)
- Convenio de colaboración con LA ASOCIACION DE COMERCIANTES DE LA CALLE DE JORGE JUAN DE MADRID, posteriormente, DISTRITO 41
- Convenio de colaboración con LA ASOCIACION DE COMERCIANTES Y EMPRESARIOS DE AZCA (PROAZCA)
- Convenio de colaboración con la Escuela de Organización Industrial (EOI) con la colaboración de Orange España
- Convenio de colaboración con la Asociación de Comerciantes de la calle Ortega y Gasset (Madrid Luxury District)
- Convenio de Colaboración con la Asociación de Creadores de Moda de España (ACME)

3.3 FORMACIÓN DIRIGIDA AL SECTOR COMERCIAL Y HOSTELERO

La DGCE ha desarrollado programas dirigidos a facilitar a las empresarias y empresarios, trabajadoras y trabajadores del sector comercial y hostelero actividad formativa dirigida a incrementar la competitividad de los profesionales del sector comercial y hostelero facilitándoles el acceso a la formación en las habilidades y herramientas necesarias a través del programa de talleres impartidos en la Escuela de Comercio del Ayuntamiento de Madrid, de las actividades formativas impartidas en los viveros de empresa y de distintos programas formativos desarrollados en colaboración con distintas entidades.

A través de estos recursos se ha impartido tanto formación transversal y generalista, como formación específica demandada distintos sectores, en particular, sector moda, sector carnicería-charcutería y sector pescadería.

A través de la ESCUELA DE COMERCIO DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID se han impartido, en el periodo 2015-2018, un total de 262 talleres, que han supuesto más de 1.000 horas de formación a las que han asistido cerca de 3.000 personas.

El presupuesto total destinado durante este periodo a financiar la actividad de la Escuela de Comercio del Ayuntamiento de Madrid alcanzó los 90.000 euros.

Adicionalmente, la actividad formativa dirigida al sector comercial se ha complementado con otras actuaciones desarrolladas sin coste económico para el Ayuntamiento, gracias a la colaboración con distintas entidades y asociaciones dirigidas a presentar a los empresarios y profesionales del sector comercial los profundos cambios que está

experimentando el sector y las herramientas de que disponen para la mejora y adaptación de su negocio.

Entre estas actividades cabe destacar:

- Programa Diálogos con la Moda, organizados en colaboración con ACOTEX
- Jornada Retos en la gestión de la Moda, en colaboración con ACOTEX
- Foro Master Your Card, “educando al mundo sobre el poder de los pagos electrónicos”, en colaboración con Marter Card
- Programa Sé Digital, curso de formación online en nuevas tecnologías desarrollado por la Escuela de Organización Industrial (EOI) con la colaboración de Orange España y el apoyo del Ayuntamiento a través de la de Dirección General de Comercio y Emprendimiento. La participación fue de 1.182 personas.
- Programa Sé+Digital, curso de formación online en nuevas tecnologías desarrollado por la Escuela de Organización Industrial (EOI) con la colaboración de Orange España y el apoyo del Ayuntamiento a través de la de Dirección General de Comercio y Emprendimiento. La participación se cifró en 457 personas

- Programa Lánzate, desarrollado dentro del Convenio de Colaboración suscrito por el Ayuntamiento de Madrid y la Agencia para el Empleo con la Escuela de Organización Industrial (EOI) y Orange España para Convenio EOI Orange suscrito el 3 de agosto de 2018. El programa Lánzate es un programa de apoyo dirigido a emprendedores y PYMEs con una idea o proyecto de negocio vinculados a las tecnologías de la información y comunicación, apoyando y conectando a los participantes con altos directivos y líderes empresariales del sector Tic para incrementar las posibilidades de éxito. El programa se puso en marcha en octubre de 2018 y contó con 128 candidaturas inscritas
- Jornada “Las franquicias como oportunidad de negocio”
- Jornada de presentación de las conclusiones del Programa Piloto de Mercado 47
- Apoyo a la implantación del Centro de Formación Educarne en Mercado Barceló mercado municipal y a través de la subvención de 13.000 euros concedida y que cubre el 30% de la inversión subvencionable dentro del Plan Estratégico de Mercados 2017-2021.
- Apoyo a la organización por UNECA y GESTOMER de I Jornada nacional de Modernización y

Transformación del Comercio Ambulante en España, celebrada el 15 de noviembre de 2018 en el Palacio de Cibeles, inaugurada por la Ministra de Industria, Comercio y Turismo.

3.4 APPLICACIÓN DE LAS TICS

Aunque las actividades realizadas desde la DGCE para la promoción del uso de las TICs ya han sido mencionadas de manera dispersa en anteriores apartados, la especial necesidad de apostar por éstas como instrumentos indispensables para promover la dinamización comercial y la mejora de la competitividad de las pymes de los sectores comercial y hostelería de la ciudad y para contribuir al posicionamiento de la ciudad en los rankings de las ciudades más atractivas para el establecimiento de negocios de los sectores mencionados, aconseja resumir las mismas en este apartado específico.

Por ello procede recordar en este apartado que, desde junio de 2015 hasta diciembre de 2018, con el objetivo de promover la aplicación de las TICs para los objetivos señalados:

- se ha fomentado la aplicación de las nuevas tecnologías a la promoción de los mercados municipales, sus comercios, actividades y servicios a través de la aplicación para móviles Mercamad y de sus redes sociales.
- se ha impulsado el desarrollo y promoción de Mercado47, (www.mercado47.com) portal conjunto de comercio electrónico al que puede adherirse cualquier pyme de la ciudad y de las redes sociales para su difusión.

- se ha desarrollado la web www.madridcapitaldemoda.com, y las redes sociales para la difusión de la iniciativa Madrid capital de Moda. Esta web ha alcanzado en 2018 la cifra de 62.041 visitas correspondientes a cerca de 28.800 usuarios.
- se ha mantenido y mejorado la webApp www.comercioscentenariosdemadrid.es, portal específico destinado a la promoción de los comercios centenarios de la ciudad.
- Se ha colaborado con la empresa DataCentric en la difusión del buscador One Business Place, (OBP) desarrollado por la dicha entidad y seleccionado por la Comisión Europea dentro del programa Horizonte2020.

Junto a ello, destaca la intensa actividad de dinamización y divulgación online del conjunto de las actividades y eventos, tanto los promovidos directamente por la DGCE, como aquellos otros en los que ha colaborado, a través de la web www.madridemprende.es y sus cuentas en redes sociales, que se detallan en el apartado 6 “COMUNICACIÓN”.

3.5 ACTUACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE ILEGAL

En materia de venta ambulante ilegal, corresponde a la Dirección General de Comercio y Emprendimiento el desarrollo de acciones de sensibilización a la ciudadanía sobre los riesgos, peligros y graves perjuicios

que causa la venta ilegal y de falsificaciones a los consumidores y a los empresarios, así como el ejercicio de la potestad sancionadora a través de la incoación, instrucción y resolución de los procedimientos sancionadores derivados de las actas levantadas por policía municipal por el ejercicio de la venta ambulante sin autorización.

En este orden de cosas, destaca:

- Las campañas de sensibilización contra la venta ambulante ilegal y las falsificaciones llevadas a cabo en mobiliario urbano y redes sociales.
- la constitución de un Grupo de trabajo con representantes de las principales entidades y organismos implicados en la lucha contra la venta ambulante ilegal y de falsificaciones, así como del sector comercial de la ciudad, con el objetivo de diseñar un plan integral de medidas contra estas prácticas dados los graves perjuicios que genera a nivel económico y social. Dicho Grupo de trabajo se constituyó el 6 de noviembre de 2018. En el seno de esta primera reunión se expuso la reposición de la campaña “Si compras falsificaciones, la aventura siempre acaba mal” el 20 de noviembre con el objetivo de sensibilizar a la ciudadanía contra la compra de productos en la venta ambulante ilegal y de falsificaciones. Además, todos los presentes estuvieron de acuerdo en la necesidad de aunar esfuerzos y de que se incrementase la intervención policial.

- La colaboración con ANDEMA y la OEPM en la organización del Marcathlon
- La participación en distintos foros y el apoyo a acciones de sensibilización contra la venta ilegal desarrolladas por otras entidades e instituciones. (Vestiaire Collective, Foro de debate sobre las falsificaciones de CECU, Mesa del intrusismo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, ...)

Por lo que respecta a la actividad sancionadora, que no inspectora (puesto que la misma compete a la policía municipal) desarrollada por la DGCE entre 2015 y 2018, se han recibido más de 95.000 actas levantadas por policía municipal por ejercicio de la venta ambulante sin autorización que han dado lugar a la incoación de más de 30.000 procedimientos sancionadores con infractor identificado.

3.6 CONSEJO DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MADRID

El Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid es el órgano de participación específico para el sector de la distribución comercial que viene a desarrollar y complementar la permanente colaboración que se viene llevando a cabo entre el Ayuntamiento y el comercio madrileño, dotando a la misma de un valioso instrumento de interlocución. Se constituye como órgano de consulta y cauce de la participación ciudadana en materia de comercio, a través de las organizaciones empresariales más representativas del sector comercial con implantación en el término municipal de Madrid.

El Consejo de Comercio de la ciudad de Madrid se creó por acuerdo de Pleno de 28 de noviembre de 2008. Sin embargo, tuvo un recorrido corto,

pues en la legislatura 2007-2011 sólo se reunión en dos ocasiones, y en la siguiente no se llegó a constituir.

El Consejo ha sido reactivado en 2016 y se encuentra plenamente operativo.

3.7 RELACIONES INSTITUCIONALES

En el periodo junio 2015-diciembre 2018 numerosas instituciones, entidades y Ayuntamientos de nuestro país y también de fuera de nuestras fronteras han manifestado su interés por conocer el proyecto y el modelo de dinamización y renovación de los mercados municipales madrileños. Así, se ha incrementado el número de visitas institucionales, siendo sus procedencias muy variadas, incluyendo delegaciones procedentes de Europa, Asia y América Latina. Algunas de ellas son: Francia, Alemania, Perú, Paraguay, Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Méjico, Rumanía, Rusia, República Dominicana, Corea, China

En otro orden de cosas, cabe señalar también que la DGCE viene colaborando desde 2017 con la Escuela de Formación del Ayuntamiento de Madrid, que tiene suscritos convenios de colaboración con diversas universidades madrileñas para la realización de prácticas de alumnos. En virtud de lo anterior, en 2018 se colaboró en la realización del PRÁCTICUM del grado en Derecho y de los dobles grados en Derecho y Ciencias Políticas, en Derecho y Administración de Empresa y en Derecho y Economía de la Universidad Carlos III de Madrid, acogiendo a dos alumnos de dicha institución durante un período de tres meses

4 EMPRENDEDORES Y PYMES

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento tiene delegadas por la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid las competencias municipales en materia de apoyo y fomento del emprendimiento. Para el desarrollo de dichas competencias, desde esta Dirección General, se implementa la estrategia y se desarrollan las actuaciones necesarias para fomentar el espíritu emprendedor de la ciudadanía madrileña y apoyar ideas emprendedoras que puedan derivar en la generación de empleo y de nuevas actividades económicas.

Así, la DGCE tiene entre sus objetivos el impulso a la creación de nuevas empresas, a través de la prestación de servicios de información, asesoramiento, tramitación de la constitución de empresas y apoyo a la financiación, que se vienen realizando principalmente en la Ventanilla Única del Emprendedor (ubicada en la sede principal de la DGCE). Así mismo, con el objeto de incentivar y apoyar el desarrollo de empresas en sus fases iniciales, además de los servicios anteriores, se ofrecen servicios de

alojamiento en despachos, tutelaje y preincubación de empresas, espacios de coworking y aceleración de proyectos de alto potencial en la red municipal de viveros de empresas. Como complemento al tutelaje y seguimiento permanente, también se realizan numerosas actividades de formación y networking, que dotan a la red de viveros de un valor añadido dirigido a reforzar la consolidación del tejido empresarial y cubrir sus necesidades formativas.

En la línea de fomento del emprendimiento, se realizan acciones de sensibilización y de apoyo a la generación de ideas que fructifiquen en empresas en determinados colectivos, como las realizadas para favorecer el emprendimiento femenino, el emprendimiento juvenil y el emprendimiento social. Las actuaciones más destacadas en este ámbito son el Premio Emprendedoras, los Premios MAD⁺ de emprendimiento social y las actuaciones de fomento del emprendimiento juvenil que se desarrollan en colaboración con la Fundación Junior Achievement.

Además, a lo largo del periodo 2015-2018 se ha participado en numerosos foros y ferias para ofrecer los servicios de apoyo al emprendimiento a todas las personas que acuden a dichos eventos e informar de la existencia de estos. El objetivo es impulsar la cultura emprendedora y acercar el emprendimiento a diversos sectores de la sociedad, así como conocer de primera mano las principales demandas y necesidades de las personas emprendedoras para poder diseñar nuevas acciones que se acomoden a ellas.

Todas estas medidas y actuaciones van encaminadas a crear un ecosistema emprendedor en nuestra ciudad, con una serie de recursos y facilidades que hacen de Madrid la ciudad más atractiva a la iniciativa emprendedora y empresarial de nuestro país.

Para alcanzar los objetivos de la DGCE en materia de emprendimiento y apoyo a la pyme se ha desarrollado una intensa actividad administrativa a través de los siguientes instrumentos fundamentales:

- contratación administrativa
- tramitación de las solicitudes de acceso a los servicios de apoyo integral al emprendimiento prestados en despachos en los viveros
- liquidación de precios públicos por la utilización de los servicios de la red de viveros
- gestión del régimen interior de los edificios que componen la red de viveros
- formalización del acuerdos y convenios de colaboración
- participación institucional en el desarrollo de actividades promovidas por entidades privadas.
- interlocución directa con emprendedores
- interlocución con otras administraciones, instituciones y entidades
- participación en consejos sectoriales, órganos colegiados y similares
- atención a las sugerencias y reclamaciones en el ámbito de las competencias en materia de emprendimiento y pymes
- atención a las peticiones de información de los grupos políticos y de los distritos en materia de emprendimiento

El presupuesto total destinado desde 2015 hasta 2018 a la ejecución de las actividades derivadas del desarrollo de las competencias de la Dirección general en materia de apoyo a emprendedores y pymes y fomento de la cultura emprendedora ha sido de unos 8 millones de euros, con cargo al programa presupuestario 431.40, promoción comercial y emprendimiento, crédito al que hay que sumar el valor de tarifa de los recursos publicitarios institucionales dedicados al fomento del emprendimiento, que ha sido de cerca de 1,5 millones de euros.

4.1 ASESORAMIENTO Y TRAMITACIÓN

El Ayuntamiento de Madrid, a través de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento, dispone de una Red de Puntos de Atención al Emprendedor (PAE), donde se facilita a las personas emprendedoras y al empresariado la creación de nuevas empresas, el inicio efectivo de su actividad y su desarrollo a través de la prestación de servicios de información, la tramitación de documentación, así como el asesoramiento, la formación y el apoyo a la financiación empresarial.

Por tanto, los PAE del Ayuntamiento de Madrid tienen una doble misión:

- prestar servicios de información y asesoramiento a las personas emprendedoras en la definición de sus iniciativas empresariales y durante los primeros años de actividad de la empresa.
- iniciar el trámite administrativo de

constitución de la empresa a través de la plataforma CIRCE (Centro de Información y Red de Creación de Empresas), mediante la elaboración y tramitación del Documento Único Electrónico (DUE).

El sistema de tramitación telemática de CIRCE admite también la realización del cese de actividad de autónomos y de las empresas.

El emprendedor puede acercarse a cualquiera de las instalaciones donde se le ofrecerán estos servicios, solicitando cita previa a través de la Sede Electrónica del Ayuntamiento de Madrid (<http://www.madrid.es/citaprevia>) o llamando al 010 (Línea Madrid).

Las oficinas de la Red PAE del Ayuntamiento de Madrid se encuentran ubicadas en la sede de la DGCE y en los seis viveros de empresas.

Desde 2015 se han constituido 2.694 empresas en la red PAE de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento, destacando el incremento interanual observado año tras año, especialmente relevante en 2018, ejercicio en el que se ha observado un incremento del 86 % respecto a 2017.

4.2 VENTANILLA ÚNICA DEL EMPRENDEDOR

Durante el periodo 2015-2018, la Ventanilla Única del Emprendedor ha mantenido su intensa actividad dirigida a ofrecer a las personas emprendedoras un servicio centralizado y directo en el que:

- se asesora sobre la idea de negocio

- se tutela la realización del plan de empresa,
- se facilita el acceso a la financiación bancaria, estudiando e informando la viabilidad de los planes de empresa, o a otras fórmulas de financiación innovadoras, y
- se da la posibilidad de iniciar telemáticamente los trámites de constitución de la empresa a través de la plataforma CIRCE (Centro de Información y Red de Creación de Empresas). Así mismo, se puede realizar el cese de actividad de empresas (autónomos, sociedades limitadas, etc.).

Además, la Ventanilla Única del Emprendedor pone a disposición de los/las emprendedores/as a técnicos asesores en urbanismo, en colaboración con la Agencia de Actividades, para informar sobre los requisitos del local para implementar la actividad económica correspondiente y los trámites necesarios sobre la tramitación de la declaración responsable o, en su caso, licencia.

En el periodo 2015-2018, a través de la VuE se han realizado 33.416 asesoramientos, creado 1.160 empresas y tutelado 304 planes de empresa.

4.3 PLAN DE TRANSMISIÓN DE EMPRESAS.

Durante 2018, en el marco de su compromiso de apoyo integral al emprendimiento, el Ayuntamiento de Madrid, a través de la Dirección

General de Comercio y Emprendimiento, ha puesto en funcionamiento el programa Plan de Apoyo a la Transmisión de Empresas impulsado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Este programa está enfocado a dinamizar la compraventa de negocios económicamente viables en el municipio de Madrid como un elemento fundamental del desarrollo económico de la ciudad por medio de un mercado online con información, asesoramiento y gestión que posibilita la venta o compra de pequeños negocios o microempresas.

El servicio se ofrece en la Ventanilla Única del Emprendedor y se asesora a las personas físicas o jurídicas sobre los trámites para transmitir/adquirir una empresa. Las principales gestiones que se llevan a cabo son:

- Publicación de un anuncio de compra/venta en la web de transmisión de empresas, www.transmisionempresas.es, una vez que el asesor ha supervisado la propuesta.
- Facilitación de contactos con los compradores/vendedores que se hayan interesado por el negocio anunciado.
- Envío de información general acerca de los procesos de transmisión de empresas.
- Derivación a servicios complementarios para elaborar el *Due diligence* y completar la transacción hasta el cierre.

En el año 2018, en el período que va desde junio a diciembre, se han recibido 43 solicitudes de información, 19 relativas a venta y 24 a compra.

4.4 ALOJAMIENTO Y TUTELAJE

La red de viveros de empresas, gestionados por la Dirección General de Comercio y Emprendimiento, dispone de espacios físicos dirigidos a la promoción de las iniciativas emprendedoras que combinan la utilización de

despachos, un total de 119 distribuidos entre los 6 viveros, con el asesoramiento en la gestión empresarial y la prestación de unos servicios comunes para cubrir así las necesidades básicas que permitan el establecimiento, despegue y consolidación de nuevas empresas durante los primeros años de su vida, mediante el pago de un precio público.

Los servicios ofrecidos en la red de viveros de empresas son los siguientes: utilización de despachos por un periodo máximo de 3 años, tutelaje del proyecto empresarial, espacios de coworking (compuesto de dos servicios: preincubación de proyectos empresariales y espacios compartidos de negocio) y aceleración de proyectos de alto potencial. Además, se realizan labores de asesoramiento y tramitación telemática de la empresa para personas emprendedoras y se oferta un amplio abanico de talleres y actividades formativas.

4.4.1 LA RED DE VIVEROS DE EMPRESAS

La red de viveros de empresas se enmarca en las estrategias y actuaciones del Ayuntamiento de Madrid, destinadas a impulsar el talento emprendedor y la creación de empresas, así como el emprendimiento innovador en nuestro municipio. Pretende potenciar las condiciones que reúne Madrid para la actividad empresarial mediante el despliegue de un entramado de espacios y servicios específicamente concebidos para apoyar a las nuevas iniciativas.

La red de viveros de empresas va dirigida a personas emprendedoras que cuenten con:

- un proyecto empresarial a punto de constituirse
- una empresa de nueva creación
- una empresa con una antigüedad máxima de 5 años desde el inicio de su actividad económica.

Dicha red pone a disposición de las personas emprendedoras servicios integrales de apoyo al emprendimiento mediante el abono de un precio público. Estos servicios incluyen 119 despachos para desarrollar la actividad, salas de reuniones, salones de actos y aulas de formación, así como otra serie de prestaciones: tutelaje, asesoramiento y seguimiento empresarial, así como formación específica y general que capacitará a las personas emprendedoras en las diferentes habilidades necesarias. También se incluyen numerosas actividades de networking y se cubren las necesidades básicas de las nuevas empresas durante los primeros años de vida, favoreciendo su establecimiento, despegue y consolidación.

El plazo máximo de estancia en los despachos de los viveros de empresas es de dos (2) años, con la posibilidad de ser prorrogado por un año más.

En febrero de 2016 el Pleno del Ayuntamiento aprobó una reducción del 9,5% del precio público por la prestación de los servicios de apoyo al emprendimiento de los viveros de empresas, así como un descuento adicional del 25% durante el primer año de estancia.

En 2018 se ha aprobado además una bonificación de un 20% en los precios de aquellos proyectos empresariales o empresas beneficiarias de los despachos de los viveros de empresa cuando sean promovidos mayoritariamente por mujeres, que ha entrado en vigor a partir del 1 de enero de 2019.

En los viveros, además de la incubación de 268 proyectos, cuya facturación global ha superado los 72 millones de euros, se realiza una importante labor de asesoramiento con más de 28.500 consultas atendidas y más de 14.600 asesoramientos a proyectos no incubados.

4.5 ESPACIOS DE COWORKING

En los espacios de coworking se prestan dos tipos de servicios, ambos gratuitos para sus usuarios. Son los siguientes:

4.5.1 *Servicio de Preincubación*

Las preincubadoras de empresas están dedicadas a la gestación de proyectos empresariales y ofrecen de manera gratuita a las personas emprendedoras espacios de trabajo totalmente acondicionados para la elaboración del plan de empresa o negocio, contando con la ayuda de un tutor experto para asegurar la viabilidad técnica y económica del plan de negocio.

En las preincubadoras de empresas se cede un espacio por un período de 6 meses (en turnos de mañana o tarde –previa cita-) para desarrollar el plan de empresa. Desde 2015 hasta diciembre de 2018 han estado en funcionamiento las preincubadoras de los viveros de Vicálvaro, Puente de Vallecas, Villaverde y Carabanchel.

Así mismo, se da la posibilidad de trabajar el plan de empresa externamente y que éste sea revisado por el tutor de manera puntual en citas concertadas.

Desde 2015 hasta diciembre de 2018 se han pre-incubado 698 proyectos.

4.5.2 *Espacios de Coworking*

Los denominados espacios compartidos de negocio están dirigidos a empresas de reciente creación que realizan preferentemente su actividad en la sede del cliente. La estancia máxima es de un año y supone la cesión

gratuita de un espacio físico dotado con el mobiliario necesario para la actividad empresarial. La forma de acceder a estos espacios está recogida en las instrucciones que regulan su uso, bajo petición y previa valoración del plan de empresa.

En el periodo 2015-2018 han utilizado estos espacios un total de 132 empresas.

Existen espacios de coworking en los viveros de empresas de Carabanchel, Puente de Vallecas, Vicálvaro y Villaverde.

4.6 ACELERADORA DE PROYECTOS DE ALTO POTENCIAL

El principal objeto de este servicio es apoyar a las empresas con mayor potencial de crecimiento y cierto grado de madurez en su fase de desarrollo. Se ofrece asistencia avanzada y ajustada a las necesidades de cada una de las empresas seleccionadas con la finalidad de maximizar su potencial y facilitar su crecimiento.

En el proceso de aceleración, tras una fase de diagnóstico del potencial y necesidades del proyecto, se establece un plan de trabajo individualizado en base a los objetivos marcados para cada una de las empresas. Durante este proceso se proporciona a las empresas una amplia gama de servicios y recursos como la búsqueda de financiación, el acceso a redes y contactos, apoyo en la internacionalización, plan comercial y de marketing, entre otros.

El servicio es gratuito y tiene una duración de seis meses, ofreciendo a las empresas un espacio de coworking, servicios de consultoría y mentoring, además de la posibilidad de participar en todos los eventos,

presentaciones y actividades organizadas en la red de viveros de empresas del Ayuntamiento de Madrid.

Desde 2015 hasta marzo de 2018 se han acelerado en el vivero de Carabanchel 35 proyectos.

4.7 MEJORAS DE LAS INSTALACIONES

Con el objetivo de conservar y mantener las instalaciones y de mejorar y modernizar los espacios existentes en la red de viveros, se han llevado a cabo una serie de obras de rehabilitación, con cargo a las Inversiones Financieramente Sostenibles (IFS). Asimismo, motivada por la necesidad de incorporar las nuevas tecnologías a la red de viveros de empresas para dotar a estos centros de las herramientas y soluciones tecnológicas adecuadas y adaptadas a las necesidades de los usuarios de los servicios de apoyo al emprendimiento que se prestan en los viveros, se ha llevado a cabo la adquisición de equipos audiovisuales de última tecnología.

Las principales actuaciones de mejora realizadas en el periodo junio 2015-diciembre 2018, a las que se ha dedicado un presupuesto de **cerca de 400.000 euros** han sido:

- Para facilitar la inclusión, igualdad, calidad de vida y autonomía de las personas emprendedoras, se han instalado en los 6 viveros de empresas los materiales necesarios para facilitar el acceso y la movilidad de las personas con algún tipo de discapacidad física, intelectual o sensorial. Entre este material se encuentran planos hapticos y pictogramas identificativos de distintos espacios y directorios informativos accesibles.
- Habilitación de nuevos espacios compartidos de negocio en el vivero de empresas de Carabanchel.

- Suministro e instalación de ventanas proyectantes en la planta 5^a del vivero de empresas de San Blas para facilitar la limpieza de los cristales.
- Habilitación de nuevos espacios compartidos de negocio en el vivero de empresas de Puente de Vallecas, habilitación de una nueva sala de reuniones, instalación de puntos de conexión eléctrica para cada puesto habilitado para la formación en el salón de actos del vivero, así como el suministro e instalación de 19 nuevas ventanas correderas en despachos y zonas comunes del vivero para mejorar la ventilación de estos espacios.
- Suministro y montaje de rótulos en las fachadas de los viveros de empresas, mediante letras corpóreas, con el nombre, dirección y logo del Ayuntamiento de Madrid. Asimismo, se llevó a cabo el suministro e instalación de expositores exteriores dónde se anuncian las empresas incubadas en cada uno de los viveros de empresas que integran la Red.
- Suministro e instalación de dos líneas de vida en el vivero de Carabanchel, una interna y otra externa, para garantizar la seguridad de los trabajadores de las empresas adjudicatarias de los servicios de limpieza y mantenimiento durante la realización de trabajos de altura.
- Suministro e instalación en los despachos, aulas de formación y salas de reuniones del vivero de Carabanchel de ventanas proyectantes con el objetivo de mejorar la ventilación de estos espacios.
- Suministro e instalación de tarima flotante para uso intensivo en la 4^a y 5^a planta del vivero de San Blas, así como ocultación de diverso cableado mediante el suministro y montaje de nuevo falso

techo y suministro e instalación de nuevas iluminarias de tecnología led para contribuir a un ahorro energético.

- Con el objetivo de mejorar y ampliar los espacios comunes con los que cuenta el vivero de empresas de Puente de Vallecas, se ha instalado una pérgola en la zona exterior del mismo para que los emprendedores dispongan de un espacio para trabajar o reunirse en un entorno más distendido, contribuyendo a fomentar las relaciones entre ellos.
- En el vivero de empresas de Vicálvaro se ha habilitado una nueva sala de reuniones en la zona de la preincubadora, se han instalado ventanas proyectantes en despachos y salas de reuniones para mejorar la ventilación de estos espacios, se ha reforzado la estructura interior en las tres plantas del vivero y se ha llevado a cabo el cerramiento de la plataforma elevadora para evitar accidentes a los usuarios del vivero.

4.8 CONVENIOS DE COLABORACIÓN CON ENTIDADES Y ORGANIZACIONES

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento establece convenios con distintas entidades en materia de emprendimiento. Estos convenios buscan impulsar la cooperación en todas aquellas actuaciones que permitan un desarrollo económico en la ciudad de Madrid.

En el periodo junio 2015-2018 se han suscrito convenios con:

- Ministerio de Economía, Industria, y Competitividad, para el funcionamiento de los puntos PAE
- Microbank-La Caixa, con objeto de facilitar a las personas emprendedoras financiación bancaria

- Banco de Sabadell, con objeto de facilitar a las personas emprendedoras financiación bancaria
- Fundación Junior Achievement España, para el desarrollo de programas de fomento del espíritu emprendedor en estudiantes de todos los niveles académicos.
- Universidad Complutense de Madrid, para el fomento del espíritu emprendedor en el ámbito universitario
- Fundación Universidad Autónoma de Madrid, para el fomento del espíritu emprendedor en el ámbito universitario
- Fundación Konecta-Universidad Rey Juan Carlos, para conseguir un mejor aprovechamiento de los recursos y facilitar a los emprendedores participantes en los programas de la cátedra, que tiene como objetivo el análisis y la investigación de aspectos relacionados con la realidad social, económica y política empresarial en el marco del emprendimiento de las personas con discapacidad (mayo 2016).
- Fundación Nantik Lum, para impulsar la consecución de microcréditos para personas con exclusión laboral y financiera, como herramienta de lucha contra la pobreza y la exclusión social, financiera y/o laboral en nuestra ciudad
- Unidad Editorial Revistas, S.L., para establecer y regular las condiciones de colaboración entre las entidades firmantes

- en la organización, realización, promoción y difusión del Premio Emprendedoras
- Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar de Madrid (ADEFAM), para impulsar la cooperación en todas aquellas actuaciones que contribuyan a generar actividades que promuevan el emprendimiento y la creación y crecimiento de las Pymes de la ciudad, el apoyo a la empresa familiar y el impulso de la competitividad de las empresas
- Asociación Españolas de Mujeres Empresarias (ASEME), para impulsar la cooperación entre ambas entidades en todas aquellas actuaciones que permitan el apoyo al desarrollo económico, el espíritu emprendedor, la difusión de la información, la creación y la consolidación de empresas y, en general, el crecimiento económico de la ciudad de Madrid, dando especial interés en el fomento de autoempleo de las mujeres, la promoción de la equidad, la conciliación profesional, laboral y personal, y la promoción a la incorporación normalizada de las mujeres a puestos directivos en la vida económica y social
- Fundación Me Importas, para impulsar la cooperación entre ambas entidades en todas aquellas actuaciones que permitan el aprovechamiento de los recursos de ambas entidades en materia de ayuda a emprendedores, con el fin de facilitar el acceso a estos recursos a personas en exclusión social

- Fundación Cepaim, Acción Integral con Migrantes, para impulsar la cooperación en todas aquellas actuaciones que permitan el apoyo al desarrollo económico, el espíritu emprendedor, la difusión de la información, la creación y la consolidación de empresas y, en general, el crecimiento económico de la ciudad de Madrid teniendo siempre presentes los principios de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres y de Gestión de la Diversidad
- Fundación INCYDE, para el desarrollo de programas de emprendimiento femenino.

4.9 FORMACIÓN PARA EMPRENDEDORES

4.9.1 Formación presencial en la red de viveros

Proporcionar los conocimientos y la capacitación profesional necesaria a todas aquellas personas que inician o quieren iniciar su proyecto empresarial, es la razón de ser del servicio de formación que se ofrece en la red de viveros de empresas del Ayuntamiento de Madrid.

Para ello, se pone a disposición de las personas emprendedoras una amplia programación anual de actuaciones y talleres formativos cuyo objetivo es el de proporcionar los conocimientos y la capacitación profesional necesarios a aquellas personas que estén interesadas en iniciar o consolidar un proyecto empresarial, mejorando sus habilidades tanto personales como profesionales, para que puedan alcanzar en las mejores condiciones sus objetivos empresariales.

Esta formación se imparte de forma presencial y tiene carácter gratuito para los asistentes. Para llegar a su público objetivo, se usan como

canales de comunicación las RRSS y la newsletter de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid, la página web www.madridemprende.es y los boletines mensuales de los propios viveros.

Las materias abordadas han sido muy variadas, haciendo hincapié, dentro de la gestión empresarial, por ejemplo, en materias como:

- Planificación financiera. Fiscalidad, Contabilidad.
- Marketing.
- Contabilidad
- Coaching para emprendedores.
- Prevención de riesgos laborales.
- Cuestiones prácticas en materia mercantil, fiscal y laboral.
- Técnicas de ventas y Habilidades de comunicación, etc.
- Licencias y trámites administrativos
- Modelos de negocio y crowdfunding
- Gestión de existencias
- Comercio on line
- Comunicación efectiva
- Diseño aplicado al comercio
- Diseño de páginas web
- Protección de datos
- Uso de redes sociales para la promoción del comercio

En el periodo 2015 -2018 se han impartido en los viveros de empresas 637 actividades formativas a las que han asistido más de 14.600 personas.

4.9.2 Formación virtual

Con el objeto de adaptar la formación a las nuevas tecnologías, durante 2018 se han realizado los trabajos necesarios para desarrollar e implementar una plataforma para aprendizaje online con la finalidad de dar soporte, mediante internet, a la actividad formativa dirigida a emprendedores que hasta este momento se venía desarrollando únicamente de forma presencial.

Como resultado de estos trabajos se ha creado “**Aula Emprende**”, mediante la solución LMS (Learning Management System) Moodle, de estándares abiertos y de uso universal.

Con los trabajos desarrollados durante 2018, a partir de 2019 y a través de “Aula Emprende”, se podrá acceder a video tutoriales, MOOC’s (Curso Online Abierto Masivo), píldoras informativas, cursos tutorizados y cursos de apoyo a la formación presencial.

El sistema permitirá, además, el seguimiento de alumnos, la dinamización de los cursos, la explotación de datos e informes y la gestión de los diferentes perfiles de usuarios.

Además, se han elaborado los primeros contenidos a los que se podrá acceder en el aula. Se ha creado un curso formato MOOC relativo a la elaboración del plan de empresa, tomando como referencia el que se usa como modelo en los servicios de asesoramiento de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento.

También se han creado otros dos cursos abiertos que añaden un total de cinco horas de formación efectiva. Ambos cursos tienen un formato de video tutorial y se han estructurado con una introducción, tres módulos que exponen el contenido y un área para ejemplos y descarga de infografías. El primero se ha denominado curso sobre “Business Model Canvas” (BMC)

y se ha diseñado para facilitar la comprensión y utilización del lienzo de modelo de negocio, incluyendo ejemplos de modelos de negocio conocidos. El segundo, “Canales de Tracción”, explica principios básicos del marketing para conocimiento del cliente y como identificar los canales online y offline más relevantes.

Por otra parte, para continuar con la actividad formativa que se venía realizando en años anteriores, pero ya dentro de este nuevo contexto, se ha licitado un concurso para realizar durante los años 2019 y 2020 formación virtual y presencial (con apoyo virtual), con la que se pretende ofrecer un apoyo orientado a las nuevas necesidades formativas y a la tendencia del mercado.

Para ello, se ha planteado una oferta de formación general en materia empresarial, así como determinada formación especializada y centrada en materias de actualidad, orientada, tanto a conocimientos comunes o troncales y temas de interés general, como a cuestiones específicas de alguna de las áreas o sectores en los que se están produciendo innovaciones empresariales.

Las actividades formativas objeto del concurso van a ser implementadas por diferentes medios, para maximizar su alcance y facilitar el acceso a la formación del mayor número posible de personas interesadas. Así, se realizarán, por un lado, actividades formativas de forma exclusivamente presencial, con apoyo de medios virtuales y, por otra parte, formación completamente virtual, ambas destinadas a un número concreto de usuarios por cada una de las ediciones de cursos previstas. Estas actividades se completarán con el conjunto de acciones necesarias para la creación de cursos abiertos tipo MOOC, con formato de píldoras formativas.

4.10 ACTIVIDADES DE NETWORKING Y OTROS EVENTOS

Las personas emprendedoras que se acercan cada año a nuestros viveros de empresas a poner en marcha su idea de negocio nos ayudan a plantearnos qué otras actividades realizar en estas instalaciones municipales.

Además de las acciones formativas ya mencionadas, se realizan actividades de networking, coffee breaks, afterworks, encuentros y jornadas que pueden ayudar en gran medida a crecer, a avanzar en cada negocio, a dar el salto que necesita una empresa para ser visible dentro del mercado o a generar contactos; es decir, a crear sinergias.

En el periodo 2015-2018 han asistido al conjunto de estos eventos más de 4.000 personas

4.11 PARTICIPACIÓN EN FOROS DE EMPRENDIMIENTO

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento ha participado desde 2015 en diversos foros para ofrecer sus servicios a los/las emprendedores/as que acuden a ellos. En estos eventos, además de dar a conocer los servicios que el Ayuntamiento de Madrid pone a disposición de las personas emprendedoras, se persigue dar visibilidad a los proyectos empresariales alojados en la Red de viveros, permitiéndoles dar a conocer sus productos y servicios para poder conseguir bien la financiación necesaria, bien a potenciales clientes o bien establecer posibles sinergias que les permitan nuevos productos o incluso nuevos proyectos empresariales.

Los más destacados han sido

- Salón Mi Empresa 2016 y 2017
- Expofranquicia 2016. 2017 y 2018
- Spain South Summit 2015, 2016, 2017 y 2018
- Ficod 2015
- Feria de Empleo en la Era Digital 2016
- Zinc Shower 2016
- Feria de Empleo Jurídico 2016 y 2017
- Galardones Latinos emprendedores en España 2016, 2017

4.12 SENSIBILIZACIÓN Y FOMENTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento organiza acciones de sensibilización empresarial, orientadas a la población de diversa índole, con objeto de fomentar la cultura emprendedora. Entre las actividades más relevantes desarrolladas desde 2015 cabe señalar las siguientes:

4.12.1 PREMIO EMPRENDEDORAS

El Ayuntamiento de Madrid, a través de la DGCE convoca anualmente el Premio Emprendedoras, cuya finalidad es promover, fomentar, apoyar, impulsar y motivar la capacidad emprendedora de las mujeres que tengan proyectos o empresas originales, creativas e innovadoras.

El premio cuenta con dotación económica desde 2017, siendo la dotación total de 18.000 euros.

Desde 2015 han participado en esta convocatoria un total 855 emprendedoras , siendo destacable el incremento de candidaturas año tras año, especialmente tras la dotación económica del premio.

4.12.2 PREMIOS MAD⁺ 2018

Convocado por primera vez en 2017 los Premios de emprendimiento social MAD+, con el lema "Para un MADrid MÁS justo y MÁS solidario" se dirigen a pymes con un proyecto social constituidas con menos de cinco años de antigüedad, con un proyecto o servicio con prototipo ya probado y que pudiera generar un impacto positivo y medible en la sociedad, así como en la actividad económica de la ciudad de Madrid.

Estos premios tienen una dotación económica de 24.000 euros, correspondiendo 20.000 euros al primer premio y 4.000 euros al proyecto que obtenga el segundo premio.

En estas dos ediciones celebradas se han presentado un total de 171 solicitudes

4.12.3 JUNIOR ACHIEVEMENT

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento ha colaborado con la Fundación Junior Achievement en sus programas de sensibilización empresarial en las aulas, que en el periodo 2015-2018 han beneficiado a más de 17.000 alumnos participantes.

Los programas en los que ha participado la Dirección General de Comercio y Emprendimiento han sido los siguientes:

- La Compañía, la empresa solidaria
- Simulador de dirección estratégica de empresas
- Competición Nacional de miniempresas
- Competición nacional de emprendedores universitarios Start up programme
- I edición del Foro de Emprendimiento de la Escuela Pública.

4.12.4 Premios Emprendedores Universitarios

Además de otro tipo de acciones de sensibilización, que se detallan en el siguiente apartado, nuestra Dirección General participa y colabora en la entrega de los Premios Emprendedores Universitarios de la Universidad Complutense. En estos premios se participa dando nombre a uno de los galardones y aceptando el compromiso de fomentar el espíritu emprendedor entre jóvenes universitarios/as, favoreciendo su implantación con la cesión de un espacio en uno de los viveros de empresas.

Desde 2018 la persona premiada por el Ayuntamiento puede disfrutar de una bonificación de 3.000 euros en el precio público de los despachos de la Red de viveros de empresas del Ayuntamiento de Madrid.

4.12.5 Otras acciones de sensibilización con estudiantes

Con el objetivo de difundir el espíritu emprendedor entre los jóvenes estudiantes, se reciben visitas a los distintos viveros por parte de alumnos de centros de educación secundaria y de formación profesional y por grupos de alumnos de universidades públicas y privadas de cursos de grado y masters de postgrado. En ellas, además de enseñarles las

instalaciones, se les traslada en una charla cuales son los servicios que se prestan en los viveros de empresa, contándose normalmente con la participación de un emprendedor alojado que les cuenta su experiencia emprendedora.

Además, y por primera vez de forma continuada, durante 2018 nos hemos acercado a las aulas para impartir “in situ” charlas de fomento del emprendimiento y talleres formativos en distintos centros educativos.

En total han sido 17 charlas y talleres y 43 horas impartidas con distintas temáticas, en función de las necesidades y el nivel del alumnado. Así, se han dado 14 charlas informativas que han servido para ampliar los conocimientos generales de los alumnos sobre el ecosistema emprendedor y el ecosistema financiero para emprender y 3 talleres más específicos, centrados en la gestión económica y financiera de la empresa.

En total, han asistido 329 alumnos que han valorado el programa muy positivamente (9,5 sobre 10 ha sido el resultado de las encuestas de satisfacción), motivo por el cual el programa se repetirá a lo largo de 2019.

4.13 FINANCIACIÓN

Los convenios de colaboración suscritos entre el Ayuntamiento de Madrid con el Banco Sabadell en el periodo 2015-2018 han permitido la tramitación de nueve solicitudes de financiación a proyectos empresariales. El préstamo “inicio” es el instrumento que mejor se está adaptando a las necesidades de los emprendedores derivados a esta entidad ya que financia a medio plazo hasta el 100% de la inversión inicial para ejercer la actividad profesional con la posibilidad de un año de carencia.

Los beneficiarios son también emprendedores y empresarios asesorados en la Ventanilla Única del Emprendedor y en los Viveros de empresas, en este caso, tanto las personas alojadas en los despachos como los que hacen uso del servicio de coworking.

En cuanto al convenio con Microbank La Caixa, desde la firma del último convenio con esta entidad, en el mes de noviembre hasta el final de 2018 se han tramitado desde la VUEm cinco solicitudes de financiación para los usuarios de nuestros servicios, de las que por ahora se han resuelto dos favorablemente.

No obstante, cualquier persona emprendedora que pasa por nuestras oficinas es orientada, asesorada y redireccionada a otras entidades públicas que cada año ponen a su disposición otras líneas de financiación, como líneas ICO, líneas ENISA, AVALMADRID, etc.

5 COMUNICACIÓN

Desde junio de 2015 la DGCE ha desarrollado una intensa actividad de dinamización y divulgación online del conjunto de las actividades y eventos promovidos por la misma y sus colaboradores, a través de:

- La web www.madridemprende.es y sus cuentas en redes sociales (Facebook, twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube).
- La web www.madridcapitaldemoda.com y sus cuentas en redes sociales (Facebook, twitter, Instagram, YouTube).
- La cuenta de Instagram madrid_mercados

5.1 Web y redes sociales bajo el dominio madridemprende

El presupuesto destinado al mantenimiento y actualización de los recursos en web y redes sociales bajo el dominio madridemprende ha ascendido a 255.000 euros.

La media mensual de visitas a la web www.madridemprende.es durante el ejercicio 2018 ha sido de 12.800.

En cuanto a redes sociales, la cuenta Twitter @madridemprende acabó el año con 51.400 seguidores, unos 1.600 más que en 2017, y los seguidores en Facebook, alcanzaron el número de 6.795 (incremento del 10 % respecto al ejercicio anterior).

Durante el año 2018 se han abordado los trabajos para hacer accesible la web www.madridemprende.es, habiéndose obtenido el certificado de accesibilidad doble A expedido por AENOR.

5.2 Web y redes bajo el dominio madridcapitaldemoda

Madrid Capital de Moda es un portal abierto en el que tienen cabida todos los eventos de tendencias celebrados en la ciudad. Esta iniciativa es una guía para dar a conocer las propuestas más significativas, tanto de entidades públicas como privadas, que convierten a Madrid en una capital de moda a nivel internacional.

Tanto la web como las redes de Madrid Capital de Moda tienen como objetivo principal ser un escaparate de actualidad, acercando a los

usuarios todo lo relacionado con distintos sectores como la moda, la belleza, la decoración, la gastronomía y el estilo de vida en general.

La web madridcapitaldemoda.com, a lo largo de 2018 ha contado con 28.800 usuarios y ha superado las 62.000 visitas, cifras que representan un notable incremento respecto a 2017.

Durante el año 2018 se han iniciado los trabajos para hacer accesible la web www.madridcapitaldemoda.com.

De las redes sociales de este dominio, Instagram (@m_c_d_moda) es la que cuenta con mayor aceptación. Cerró 2018 con 1.576 seguidores, cifra representa un incremento de más de mil desde el inicio del año, a pesar de no haber realizado ninguna campaña de captación de fans lo cual muestra la buena acogida que ha tenido esta cuenta de Instagram

La cuenta de twitter cerró 2018 con 812 seguidores, 600 más que a principio de año.

5.3 @madrid_mercados

En 2018 se ha continuado prestando especial atención a la promoción de los mercados y actividades de dinamización comercial a través de la cuenta de Instagram @madrid_mercados que a lo largo de 2018 ha alcanzado el número de 2.113 seguidores.

El mantenimiento de esta cuenta no implica coste, por estar gestionada directamente por la directora general.

5.4 Acciones off line

En el presente ejercicio se ha desarrollado asimismo una intensísima labor de comunicación off line de todas las actividades de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento y de los distintos servicios

municipales de apoyo al comercio y al emprendimiento, que ya se han ido desglosando en los distintos apartados de esta memoria y que se resumen en este apartado.

Merecen especial mención el conjunto de campañas de publicidad llevadas a cabo utilizando los recursos institucionales que incluyen soportes exteriores de publicidad (mobilario urbano y autobuses de EMT) y cesiones de espacios públicos para la organización de eventos (vías públicas, pabellón de Cecilio Rodríguez, salones de actos, galería de cristal del palacio de Cibeles, museo de San Isidro....)

El valor de tarifa estimado de los recursos institucionales (soportes exteriores) de información, promoción y publicidad destinado al conjunto de acciones realizadas desde 2015 hasta 2018 ha ascendido a cerca de 9 millones de euros, importe que, si bien no tiene incidencia presupuestaria, debe ser contabilizado a todos los efectos como inversión municipal en los programas de apoyo al comercio y emprendimiento correspondientes.

5.5 Recursos de entidades colaboradoras

En esta cifra no está contabilizado el valor de tarifa a las acciones de comunicación llevadas a cabo por los colaboradores de la DGCE para el desarrollo de las actividades de promoción y dinamización del comercio de proximidad, los mercados, el proyecto Madrid Capital de Moda, o los distintos programas de apoyo al emprendimiento, cuyo valor de mercado supera ampliamente el de los recursos municipales que se han ido reseñando en apartados precedentes.

De este conjunto de actividades cabe destacar:

- el importe, difícilmente cuantificable, pero muy superior al anterior, de los gastos asumidos por distintas entidades colaboradoras y patrocinadoras (Canal de Casa, Conde Nast, ACOTEX...) para la organización de las múltiples acciones de promoción de la ciudad como capital de moda que se han ejecutado a lo largo de 2018 y
- artículos en prensa en medios on line y off line de las diferentes cabeceras del grupo Conde Nast
- post en redes sociales del grupo Conde Nast
- eventos en vía pública de notable repercusión (mercados de las flores, Vogue Fashion Night Out, Meninas Madrid Gallery)
- producción y emisión de programas de televisión de la productora AMC NETWORKS, (decasa, canal cocina y más chic TV) en España y Latinoamérica
- post en redes sociales de decasa y canal cocina

6 REPRESENTACIÓN EN FOROS Y CONSEJOS

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento es miembro de los consejos, comisiones, foros y mesas que a continuación se relacionan, asistiendo a las sesiones convocadas por los mismos y realizando cuantas gestiones y trabajos se derivan de la actuación de los mismos.

- Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid
- Consejo Local para el Desarrollo y Empleo de Madrid
- Consejo Rector Agencia de Actividades (AGLA)
- Consejo Rector Agencia para el Empleo
- Consejo Rector Agencia Tributaria
- Consejo para la Promoción del Comercio en la Comunidad de Madrid
- Consejo de Administración de Mercamadrid
- Comisión Ejecutiva de Mercamadrid

- Consejo Consultivo de la Economía Social y Solidaria de la Ciudad de Madrid
 - Comisión Conmemorativa IV Centenario Plaza Mayor
 - Comisión Técnica de Patrocinios
 - Comisión Grupo Técnico de Publicidad
 - Comisión de Terrazas de Hostelería y Restauración
 - Comisión Calidad del Aire
 - Comisión Técnica de Accesibilidad
 - Comisión de Licitación para la adjudicación de contratos
 - Comisión Técnica de Empleo
 - Comité Desperdicio Alimentario
 - Foro Municipal de Comercio Justo
 - Foro de Empresas por Madrid
 - Mesa Seguimiento Pacto de Milán
 - Mesa Seguimiento Madrid Central
 - Comité de Moda MBFWM
 - Comité Organizador MOMAD Metrópolis
 - Comité Organizador FITUR
 - Grupo de Trabajo Promoción Internacional de Madrid
 - Comité Organizador Mercado de Artesanía de la Comunidad de Madrid
 - Centro de Transportes de Madrid
 - Comité Organizador del Salón del Vehículo de Ocasión
 - Comité Organizador FRUIT ATRACTTION
 - Plan de Estrategia Alimentaria
 - Plan de Ciudades Amigables con los Mayores
 - Plan de Empleo
- Interlocución Permanente del Sistema de Sugerencia y Reclamaciones
 - Interlocución Tratamiento y Protección de datos personales
 - Mesa de Innovación.
 - Mesa preparación Dispositivo movilidad Navidad , Fin de Año y Rey

7 AVANCE DE ACTIVIDADES ENERO FEBRERO 2019

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento ha comenzado el ejercicio 2019 con una intensa actividad, dando continuidad a los proyectos, líneas de actuación y planes estratégicos puestos en marcha en ejercicios anteriores con el fin de garantizar la consecución de los objetivos de las políticas municipales de apoyo y dinamización de los sectores comercial y hostelero y de fomento y promoción de la actividad emprendedora y de las pymes.

El crédito definitivo del programa 431.40, Promoción Comercial y Emprendimiento, para el ejercicio 2019, excluidos los gastos de personal asciende a **5.928.900 euros**.

Adicionalmente, se destinarán al apoyo del comercio y promoción del emprendimiento, recursos institucionales sin incidencia presupuestaria, pero indispensables para alcanzar esos objetivos, entre los que destacan las

cesiones de soportes publicitarios de mobiliario urbano, cuyo valor de tarifa se encuentra publicado en la web municipal.

Asimismo, se sumarán a este apoyo a comercio y emprendimiento las aportaciones privadas de los beneficiarios de las ayudas públicas y los patrocinadores y colaboradores de los distintos programas impulsados por esta Dirección General.

A fecha 28 de febrero, el crédito total autorizado asciende a **5.387.733 euros**, (90,9% del crédito definitivo del programa) y el crédito dispuesto a **3.187.403 euros** (53,8 % del crédito definitivo).

El valor de tarifa de los recursos institucionales destinados al desarrollo de acciones de promoción del comercio y fomento del emprendimiento a fecha 28 de febrero es de cerca un millón de euros

Las actuaciones más significativas con incidencia presupuestaria en estos dos meses, en términos de autorizaciones de crédito corresponden a:

- Autorización del crédito de la convocatoria de subvenciones para la modernización y dinamización de los mercados municipales, más de 2 millones de euros
- Autorización del crédito de la convocatoria de subvenciones para la dinamización del comercio de proximidad, fomento del asociacionismo y la formación en el sector comercial, 600.000 euros.
- Gestión y mantenimiento de las webs y redes sociales madridemprende.es y madridcapitaldemoda.com, 125.000 euros aproximadamente

- Contrato para la instalación de la pantalla gigante de Colón coincidiendo con las semanas de la moda de Madrid de enero y julio, 66.000 euros aproximadamente
- Contratos de diseño y producción de los recursos necesarios para el desarrollo de las campañas de promoción del comercio y apoyo al emprendimiento, cerca de 30.000 euros
- Gestión de actividades formativas de la escuela de comercio, 30.000 euros aproximadamente.
- Contratación de estudio sobre comercio, 15.000 euros aproximadamente (en trámite otros dos estudios por un importe aproximado de 27.000 euros)
- Contratación del programa aprende a comprar y cocinar en los mercados de Madrid 2019, del orden de 10.000 euros
- Autorización de crédito de las convocatorias de los premios de emprendimiento femenino y social: Premio emprendedoras y premio MAD+, 42.000 euros
- Autorización de crédito de la subvención nominativa a favor de Junior Achievement, para el desarrollo de programas de apoyo al emprendimiento juvenil, 30.000 euros
- Contratos de gestión de los servicios integrales de apoyo al emprendimiento en los viveros de empresa y ventanilla única del emprendedor, 1,1 millones de euros aproximadamente.

- Contratos de limpieza, seguridad, conservación y mantenimiento de los viveros de empresa, más de 830.000 euros.

Las campañas realizadas en soportes institucionales en los meses de enero y febrero han sido:

- Comercios Centenarios de Madrid: Mupis
- Saborea los mercados de Madrid: Mupis
- Con M de Mercado: Mupis digitales
- Ponte Madrid Vive la moda: marquesinas
- De compras mejor en bus: marquesinas
- Premio emprendedoras: contratada para ejecución durante todo el mes de marzo
- Premio MAD+: contratada para ejecución durante todo el mes de marzo

El 4 de marzo comienzan las campañas de información de la convocatoria de los premios emprendedoras y MAD+ en autobuses de EMT.

Las actuaciones más destacadas desarrolladas en colaboración con distintas entidades privadas en los dos primeros meses de 2019 incluyen.

- Exposición Viaja a los sabores del mundo, quédate en los mercados de Madrid, en colaboración con Conde Nast Traveler.
- Emisión de los capítulos de la serie DE COMPRAS EN MADRID, dedicados a la moda española en DECASA, en España, y MasCHICTV, en Latinoamérica, en colaboración con AMC Networks
- Intervenciones de arte urbano de distintos artistas nacionales e internacionales en distintos emplazamientos del distrito Centro en colaboración con urvanyt art
- Instalación de escultura de Juan Garaizabal en calle Ortega y Gasset en colaboración con Madrid Luxury District y ARCO.

Las actuaciones ya iniciadas en 2019 en relación con las competencias que la DGCE tiene atribuidas son:

7.1 MERCADOS MUNICIPALES (PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADOS)

INVERSIONES:

SUBVENCIONES

- Publicación de la convocatoria de subvenciones para la modernización y dinamización de los mercados municipales y galerías de alimentación.

Fecha publicación: 6/2/2019

Finalizado el plazo de presentación de proyectos el 26/2/2019

Crédito: 2.161.452

OTRAS INVERSIONES: PRESUPUESTO ORDINARIO E INVERSIONES FINANCIERAMENTE SOSTENIBLES

- - Obras de acondicionamiento de la planta primera del edificio del mercado de San Cristóbal y mantenimiento ascensor edificio mercado San Cristóbal.

Crédito: 77.385 euros.

DINAMIZACIÓN, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD:

- Participación en Gastrofestival
- Participación en Festitur
- Reposición de la Campaña Con M de Mercados en Mupis digitales
- Campaña “Viaja a los sabores del mundo, quédate en los mercados de Madrid”, en colaboración con Conde Nast Traveler
 - o Fase I: Exposición fotográfica en calle Serrano, del 15 de febrero al 15 de abril
 - o Fase II: Exposición en mercado de la Paz, en preparación

- o Fase III. Recursos audiovisuales para pantallas, medios on line y redes sociales. En preparación

- Organización de la ruta de la sardina de carnaval (EL SARDINERO), acción de Promoción de pastelerías en colaboración con ACYRE, ASEMPAS y Chocolates Eureka
- Programa Aprende a Comprar y cocinar en los mercados de Madrid
- Acciones de dinamización sociocultural en distintos mercados

IMPULSO DE LAS TICS.

- Próximo lanzamiento de mercado47 en los mercados de Chamberí, La Paz y Prosperidad.

MERCADO DE PRODUCTORES

- Celebradas las ediciones de enero y febrero.

GESTIÓN ECONÓMICA:

- Tramitación y aprobación de la bonificación del 95% de la cuota íntegra del IBI aplicable a los mercados municipales.

GESTIÓN ADMINISTRATIVA:

- Iniciada la redacción de los pliegos para la licitación de la nueva concesión del mercado de Moratalaz

7.2 COMERCIO DE PROXIMIDAD

SUBVENCIONES

- Publicación de la convocatoria de subvenciones para la dinamización del comercio de proximidad, fomento del asociacionismo y la formación en el sector comercial

Fecha publicación: 6/ 2/ 2019

Finalizado el plazo de presentación de proyectos el 26/2/2019

Crédito: 600.000 euros

PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN:MADRID CAPITAL DE MODA, Y COMERCIO DE PROXIMIDAD

- Campañas en mobiliario urbano:
 - o Comercios centenarios de Madrid: 11/2-18/2
 - o De compras Mejor en bu: 11/2-26/2
 - o Ponte Madrid Vive la Moda 18/2-4/3
- Estand propio de MCDM en FITUR
- Instalación de la pantalla gigante de la plaza de Colón para la retransmisión en streaming de los desfiles de MBFWM de IFEMA, desfiles fuera de la sede de IFEMA y otros contenidos de moda.
- Grabación de desfiles de moda celebrados fuera de la sede de IFEMA durante la semana de la moda de Madrid

- Cesión de espacios municipales y colaboración en la organización de los desfiles de Oteyza (Teatro Español) y Pilar Dalbat (Patio de Cristales de la Casa de la Villa) Pedro del Hierro y Ailanto (galería de cristal del Palacio de Cibeles)
- Colaboración con la asociación de creadores de moda de España (ACME) en la organización del festival de moda urbana MADRID ES MODA
- Patrocinio del concurso de escaparatismo convocado por ACME
- Encuentro de la alcaldesa con los diseñadores en Cecilio Rodriguez
- Programa de intervenciones de arte urbano en distintas ubicaciones durante la semana del arte para promover la dinamización de zonas comerciales en colaboración con Urvanity Art [Fuencarral (mural en suelo de 1010), Callao (escultura de Sabek), Augusto Figueroa (intervención de Moneyless), Alonso Martínez (escultura de Quiñones), murales en Santa Isabel, 18, frente al mercado de Antón Martín, (obra de Marat Morik), Puerta Cerrada (obra de Poni), callejón de Tribulete (obra de Pro176)]y Madrid Luxury District y ARCO (escultura de Juan Garaizabel en calle Ortega y Gasset)
- Nueva imagen de la web Madrid Capital de Moda
- Salesas The Festival, edición febrero

- Tramitación de los convenios de colaboración con :
 - o Madrid Luxury District : dinamización del comercio de proximidad. Zona Ortega y Gasset
 - o ACME: dinamización del sector de la moda

SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE ILEGAL Y DE FALSIFICACIONES

- Participación en la Jornada organizada por CEIM sobre el problema que representa la venta ilegal en Madrid, el 22/1/2019
- Campaña de sensibilización en las revistas VOGUE, GLAMOUR Y VANITY FAIR edición papel.

ESTUDIOS

- Contratación de estudios sobre:
 - Situación y necesidades del comercio: COCEM
 - Situación y necesidades de los mercados: COCAM
 - Análisis del impacto de las actividades de dinamización del comercio de proximidad en la evolución de la actividad comercial y la imagen de la ciudad: caso Salesas: ACOTEX

FORMACIÓN

- Nuevos cursos en la Escuela de Comercio

7.3 EMPRENDIMIENTO

FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO

- **FEMENINO:** Convocatoria de la 9 edición del premio emprendedoras.
 - o Aprobación: 15/02/2019
 - o Publicación: BOCM 20/02/2019
 - o Plazo: hasta 8 de abril
 - o Dotación: 18.000 euros en premios (15.000 primer premio, 2.000 segundo premio; 1.000 accesit accesibilidad)
 - o Campaña en EMT redes sociales y a través de colaboradores
 - o Colaboradores: Onda Madrid, ASEME; Womenalia, AEHM y URJC.
- **SOCIAL:** Convocatoria de la 3 edición del premio de emprendimiento social MAD+, por un Madrid más justo y Más solidario.
 - o Aprobación: 15/02/2019
 - o Publicación: BOCM 20/02/2019
 - o Plazo: hasta 8 de abril
 - o Dotación: 24.000 euros en premios (20.000 primer premio, 4.000 segundo premio)
 - o Campaña en EMT redes sociales y a través de colaboradores

- **JUVENIL:** Convenio de colaboración con la fundación Junior Achievement .
 - o En trámite
 - o Dotación económica: 30.000 uros
 - o Activiad principal: Foro de emprendimiento en la escuela pública que se celebrará el 26 de marzo en los jardines de Cecilio Rodriguez

APOYO A PYMES

- Campaña de difusión del servicio de apoyo a la transmisión de empresas en mupis digitales,

ACTIVIDADES DE NETWORKING

- Coffee Breaks:
 - o Carabanchel: 26/02 Javier Sánchez, Crowd Centaurus (start uP)
 - o Villaverde: Delia Torrano, Obrador de Delia
 - o Vicálvaro: Miriam tara, Kilosout
 - o Moratalaz: Aitor Espinosa, Cucus y Worth Sapiens.
- Venture café, en colaboración con la fundación en Food Market Barceló.

MEDIDAS PARA REDUCIR LA BRECHA DE GÉNERO:

- bonificación precio público por la utilización de los servicios de incubación en despachos de los viveros para emprendedoras o empresas constituidas mayoritariamente por mujeres

Entrevistas Onda Madrid a los ganadores de los premios MAD + y Eas 22/1 /2019

7.4 COOPERACIÓN INSTITUCIONAL

- Presentación del Plan Estratégico de Mercados en la JORNADA “INDICADORES Y ACTUACIONES URBANAS INNOVADORAS”, organizada por el Ministerio de Hacienda el 21 de febrero con el objetivo de
 - o Conocer las claves para diseñar operaciones urbanas innovadoras que nos abran otras puertas
 - o Promover la inspiración y la transferencia de conocimiento en el marco de otros programas urbanos europeos que favorezcan la combinación de fondos y la ampliación de redes como URBACT, UIA (Acciones Urbanas Innovadoras) o IUC (Cooperación Urbana Internacional).
 - o Entender la potencialidad de las estrategias de Desarrollo urbano sostenible, EDUSI, como algo más que una subvención FEDER
- Participación en la jornada de presentación del estudio “Consolidación de pequeños comercios de bajos ingresos en zonas urbanas desfavorecidas”, realizado sobre 45 comercios del distrito de Usera, por INCYDE en colaboración con la fundación JPMORGAN , en cuya elaboración a participado la DGCE
- Colaboración con la Comisión Europea (DG GROW) en la organización del workshop que se celebrará el 14 de marzo en la sede de la DG de Comercio y emprendimiento para la presentación de la guía práctica para la revitalización del

pequeño comercio, "Facing the future: a practical guide for revitalising and modernising the small retail sector' en el que se incluye Mercado47 como caso de éxito

- Reunión con una delegación empresarial de Rumanía en la embajada de ese país.
- Recepción de representantes del sector de pastelería y panadería de Francia, en el marco e celebración de Interscoop
- Participación en la Jornada informativa sobre las áreas de promoción económica, BID / APE, organizada por el gobierno de Navarra el 15 de marzo en Pamplona

8 PERFILES Y CONTACTO

Nuestras webs

madridemprende.es
madridcapitaldemoda.com
comercioscentenariosdemadrid.es

Nuestras cuentas de Instagram

@madrid_emprende
@m_c_d_moda
@madrid_mercados

Nuestras cuentas de Facebook

Madrid Emprende
Madrid Capital de Moda

Nuestras cuentas de Linkedin

Madrid Emprende

Nuestros mail:

dgcomercioemprendim@madrid.es
infocomercioe@madrid.es

Nuestro teléfono:

914 803 322

MEMORIA 2015 - 2019: GALERÍA FOTOGRÁFICA

MERCADOS: INVERSIONES Y MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS

MERCADO DE SAN CRISTÓBAL





MERCADO DE BARCELÓ

MERCADO DE DOÑA CARLOTA

MERCADO DE DOÑA CARLOTA



MERCADO DE GUILLERMO DE OSMA



MERCADO DE PROSPERIDAD

PESCI

MERCADO DE BAMI





MERCADO DE VALLEHERMOSO

MERCADO DE CHAMBERÍ



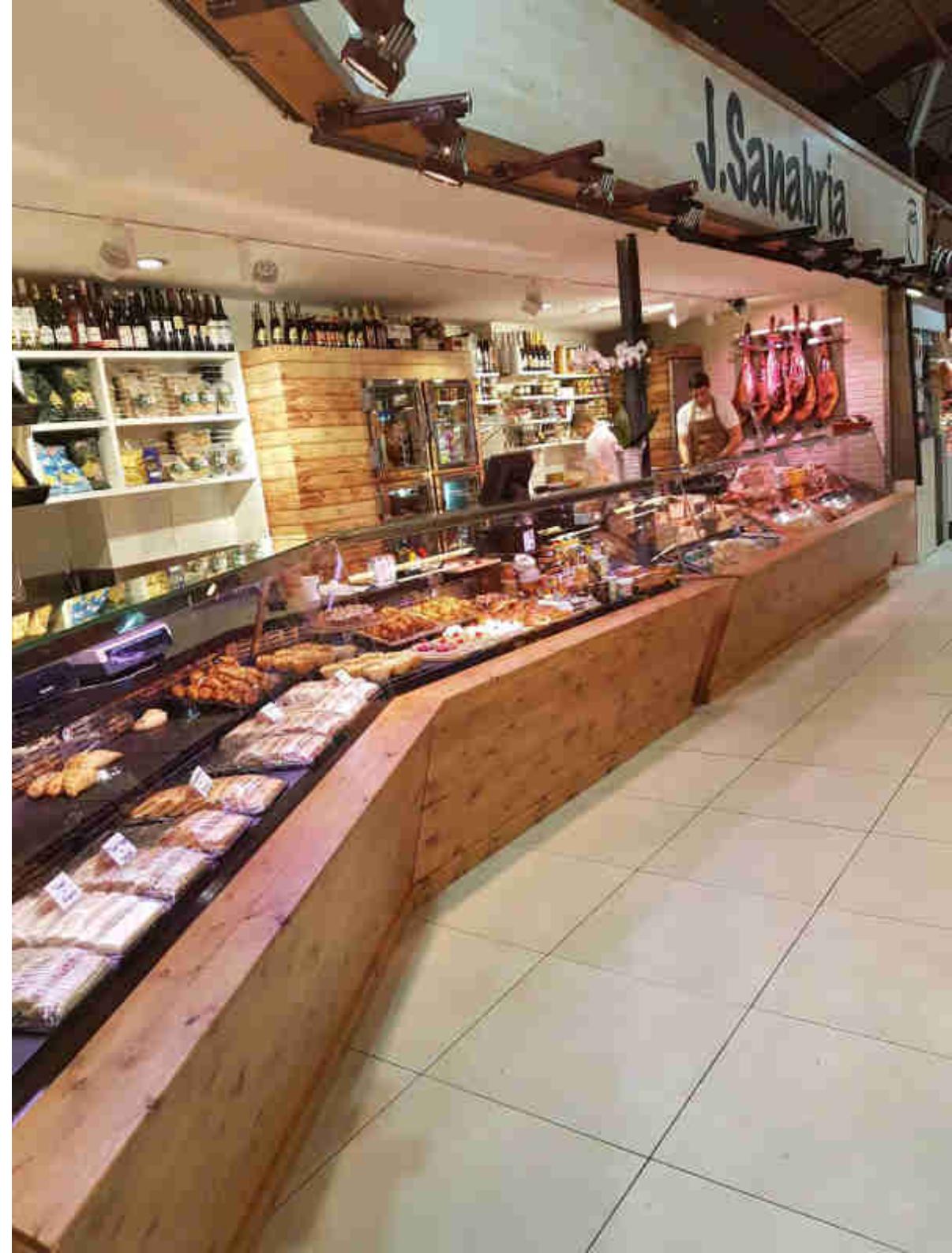


MERCADO DE TETUÁN/ JARDÍN EXTERIOR

MERCADO DE LAS VENTAS



LOCAL MERCADO DE LA PAZ



LOCAL MERCADO DETETUÁN



SALCHICAS
NATURALES
BAJAS
EN
GRASA

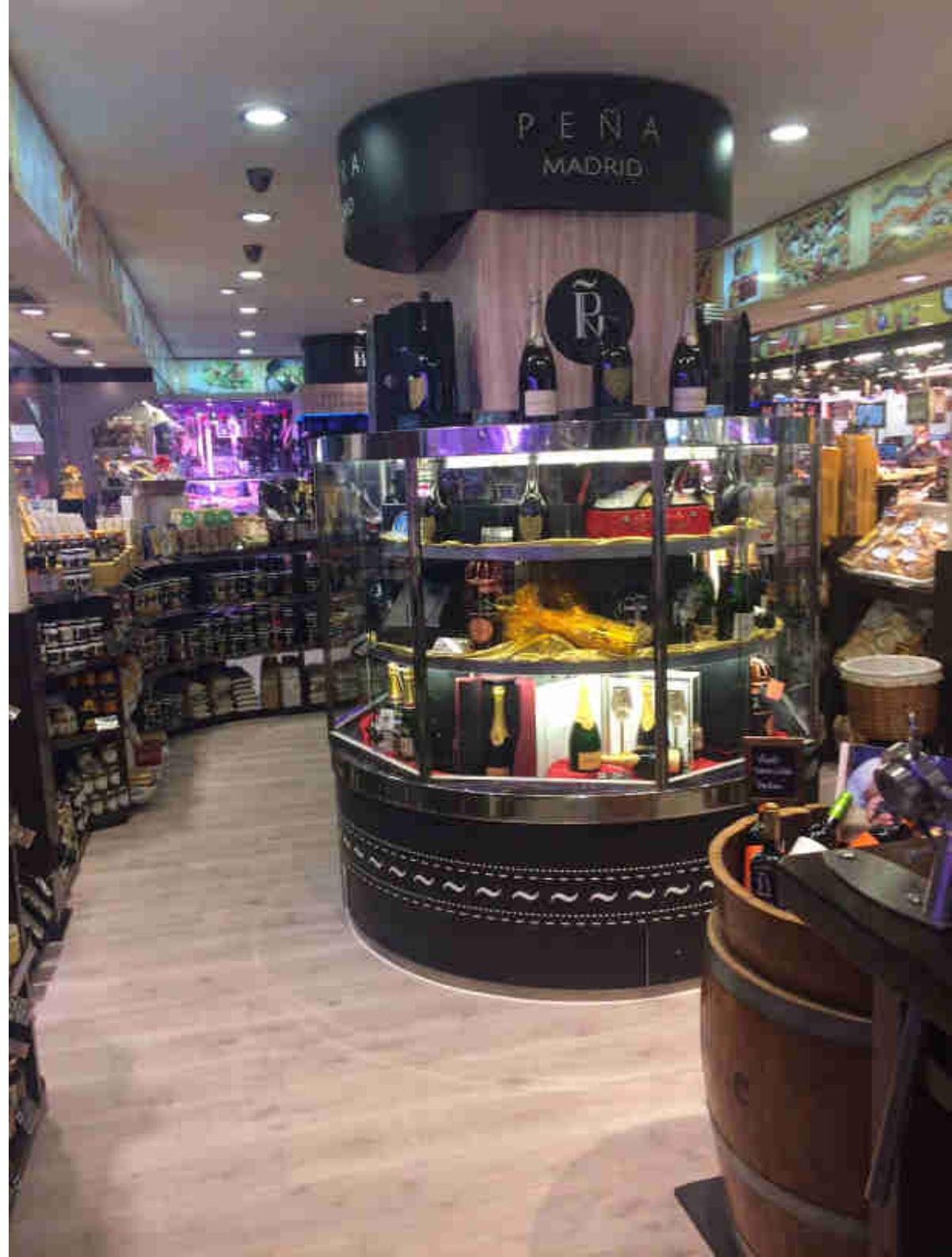
CAMBIO LOCAL
CHULETAS 14,00 - 5,00
PIERNA 8,00
PALETILLA 9,00

COMPRO

LOCAL MERCADO DE LAS ÁGUILAS



LOCAL MERCADO DE CHAMARTÍN



LOCAL MERCADO DE CHAMARTÍN

MADERACIÓN

En esta cámara, la carne reposa a una temperatura y humedad perfecta para que la carne vaya consiguiendo su máximo potencial en textura y sabor.

Recomendamos maduraciones moderadas de 30 a 60 días, pero ciertas carnes admiten maduraciones superiores. Agrega tu tiempo.

DRI

LOCAL MERCADO DE LAS ÁGUILAS



MERCADO DE VILLA DE VALLECAS



MERCADO DE LAS VENTAS





SUPRESIÓN DE BARRERAS/ MERCADO DE LOS MOSTENSES



DESFIBRILADORES EN MERCADOS MUNICIPALES



WIFI EN MERCADOS MUNICIPALES



mercados
de madrid



ZONA WIFI
MUNICIPAL
GRATUITA

MADRID

mercado
PROSPERI-
DAD

MERCADO DE PROSPERIDAD



MERCADO DE PRODUCTORES PLANETARIO

MERCADOS: PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN

FRUTAS Y VERDURAS



CONCIERTOS NAVIDEÑOS

CAMPAÑA INSTITUCIONAL DE PROMODICÓN DE MERCADOS

DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE MERCADOS: TAPITALIA 2018



DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE MERCADOS: VERANOS DE LA VILLA EN VALLEHERMOSO





DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE MERCADOS:
GASTROFESTIVAL 2017 EN ANTÓN MARTÍN



DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE MERCADOS:
DEL HUERTO DE FLORETTE A LOS MERCADOS DE MADRID

DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE MERCADOS: VOLCANIC XPERIENCE CON CHEF PEPPO EN SANTA MARÍA DE LA CABEZA





DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE MERCADOS:
DEL HUERTO DE FLORETTE A LOS MERCADOS DE MADRID EN BARCELÓ

DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE MERCADOS: APRENDE A COMPRAR Y COCINAR



PROMOCIÓN DE MERCADOS: MERCADOS EN CANAL COCINA



DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE MERCADOS: ÉCHALE HUEVOS A TU COCINA



DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE MERCADOS: GIRA DE MERCADERES EN BARCELÓ





DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE MERCADOS: GIRA DE MERCADERES EN LAS ÁGUILAS

EL ARTE EN LA PAZ

**16 JUNIO - 16 JULIO
MERCADO DE LA PAZ
C/AYALA 28
MADRID**

**DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE MERCADOS:
EXPOSICIÓN DE PINTURA EN LA PAZ**





DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE MERCADOS:
TAPAPIÉS EN ANTÓN MARTÍN

DINAMIZACIÓN DE MERCADOS: CONSIGNAS DE CORREOS EN MERCADOS



**DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN
DE MERCADOS:**

**VIAJA A LOS SABORES DEL
MUNDO, QUÉDATE EN LOS
MERCADOS DE MADRID**

**EN COLABORACIÓN CON CONDE
NAST TRAVELER**



DIGITALIZACIÓN:
MERCADO47

mercado47

EL MERCADO VIRTUAL DE MADRID

Un espacio comercial disponible para
todos los comercios, pymes y
autónomos de Madrid.

DIGITALIZACIÓN: MERCADO47





**DIGITALIZACIÓN:
WORKSHOP DE LA UE SOBRE MERCADO47, ELEGIDO COMO EJEMPLO
DE MEJORES PRÁCTICAS DE APOYO AL RETAIL EN LA UE**

MADRID CAPITAL DE MODA



MCDM: MENINAS MADRID GALLERY



MCDM: MENINAS MADRID GALLERY



MCDM:MERCADO DE LAS FLORES VOGUE EN JORGE JUAN



MCDM: MERCADO DE LAS FLORES VOGUE NAVIDAD EN JORGE JUAN



MCDM: SALESAS VILLAGE THE FESTIVAL

MCDM: TREND CYCLE MADRID





MCDM: PANTALLA GIGANTE EN COLÓN

MCDM: DESFILES DE MODAL EN LA CALLE/
JC PAJARES EN COLÓN





MCDM: DESFILES DE MODA EN LA CALLE/
MAISON MESA EN LA LATINA

A vibrant fashion show scene at the Cibeles Crystal Gallery. Models in various colorful, patterned dresses walk down a runway. The background features large windows looking out onto a city skyline at night.

**MCDM:DESFILES DE MODA EN ESPACIOS MUNICIPALES/
THE PETITE FASHION WEEK EN LA GALERÍA DE CRISTAL
DE CIBELES**

**MCDM: DESFILES DE MODA EN
ESPACIOS MUNICIPALES/**

**PILAR DALBAT EN EL PATIO DE
CRISTAL DE LA PLAZA DE LA VILLA**





MCDM: ENCUENTRO DE LA ALCALDESA CON LOS DISEÑADORES DE MODA

MCDM: NOCHE DE SAN JORGE JUAN



MCDM: NOCHE DE SAN JORGE JUAN



The background of the image is a collage of various photographs showing narrow, sunlit streets of a Spanish town. The buildings are white with dark wooden shutters and balconies. Numerous festive decorations hang from the buildings, including large, colorful triangular flags with floral patterns in red, blue, green, and yellow, and vertical bunting in red, white, and blue stripes. In the foreground, two large, stylized letters 'M' and 'C' are prominently displayed, partially obscuring the street view.

MCDM: DECORACIÓN BARRIO DE LAS LETRAS



MCDM: DECORACIÓN BARRIO DE LAS LETRAS



MCDM: MERCADO DE LAS RANAS EN BARRIO DE LAS LETRAS

VOGUE 30 años



McKenna Hellan por Camila Falquez,
julio 2018.

Un paseo por la moda

Con motivo del '30º aniversario' de su llegada a España, y a modo de celebración, Vogue, en colaboración con Madrid Capital de Moda, presenta más de 70 impactantes imágenes publicadas en 2018 que respiran espíritu festivo. Fotógrafos como Emma Summerton, Paola Kudacki, Camila Falquez y Torma

Yeste acompañan a la cabecera en esta exposición que, mirando al presente y sin rendirse a la nostalgia, ahora llega a la calle.

MC
DM

MADRID

www.madridcapitaldemoda.com

UTERQÜE

MCDM: EXPOSICIÓN VOGUE30



MCDM: ARTE URBANO EN MADRID CENTRAL
DE LA MANO DE URVANITY ART

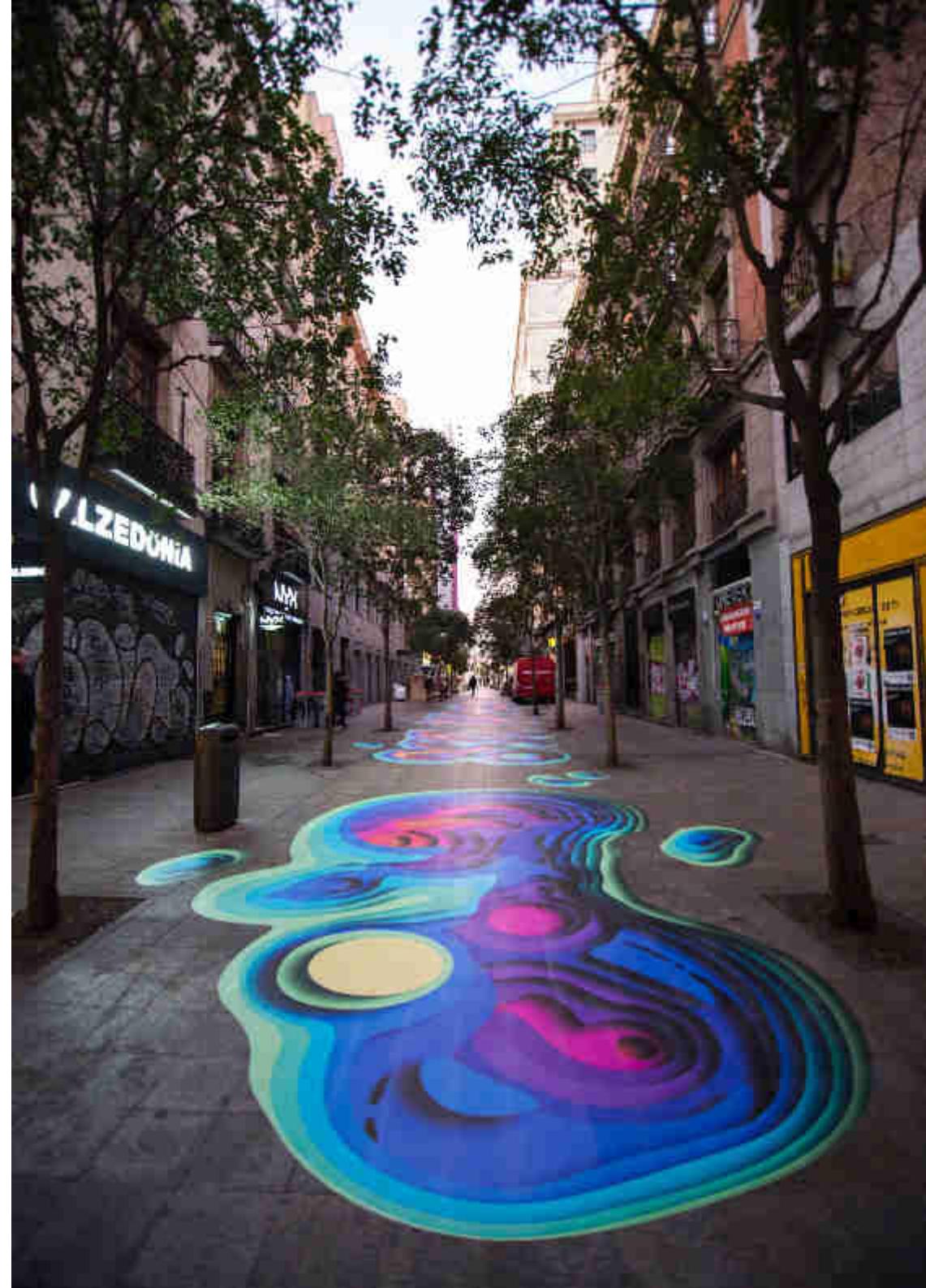


MCDM: ARTE URBANO EN MADRID
CENTRAL DE LA MANO DE URVANITY ART



MCDM: ARTE URBANO EN MADRID CENTRAL DE LA MANO DE URVANITY ART

**MCDM:
ARTE URBANO EN MADRID CENTRAL
DE LA MANO DE URVANITY ART**





MCDM:
CAMPAÑA "HAZ LATIR EL
CORAZÓN DE MADRID"

DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD



DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD:
SARDINA DE CARNAVAL



DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD: SARDINA DE CARNAVAL



DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD: TAPAPIÉS



¡Vive
AZCA!
TE ESPERAMOS



DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD:
VIVE AZCA

7 de Octubre
en plaza de la Luna

Malasaña ñ MARKET



DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD:
MALASAÑA MARKET

VIVE . . ALASAÑA
VIVE BARrio
PROXIMO Y MEDIANO COMERcio UNIDO PARA MEJORAR EL BARrio



A vibrant outdoor market scene in a parking lot. In the foreground, there's a green lawn with several small tables covered in colorful tablecloths, each displaying various items for sale. A blue metal structure, possibly a stall or a fence, is visible on the left. In the background, a row of parked cars is visible, and a person in a red shirt is walking away from the camera. The overall atmosphere is lively and colorful.

DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD: PARKING DAY



DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD:
RUTA DE LAS TAPAS Y LAS COMPRAS EN SAN BLAS-CANILLEJAS

DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD: REDESCUBRE VICÁLVARO



SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE ILEGAL Y DE FALSIFICACIONES

SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE ILEGAL Y DE FALSIFICACIONES



SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE ILEGAL Y DE FALSIFICACIONES



SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE ILEGAL Y DE FALSIFICACIONES





SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE ILEGAL Y DE FALSIFICACIONES

FORMACIÓN

FORMACIÓN PARA EL SECTOR COMERCIAL Y HOSTELERO: FORO MASTER YOUR CARD

ercio y
ndimiento

AIRID



MASTER
YOUR CARD
tu mejor herramienta de gestión



Una mujer habla en un podium, apoyada en un trípode. A su lado, una cámara de video filma la presentación. En la parte derecha de la imagen, un hombre se inclina sobre un micrófono para grabar la charla.





**FORMACIÓN PARA EL SECTOR COMERCIAL Y HOSTELERO:
JORNADA SOBRE FRANQUICIAS COMO OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**

JORNA



**FORMACIÓN PARA EL SECTOR COMERCIAL Y HOSTELERO, PYMES Y PERSONAS
EMPRENDEDORAS EN ESCUELA DE COMERCIO Y VIVEROS DE EMPRESAS**

CONSEJO DE COMERCIO

INTERLOCUCIÓN CON EL SECTOR COMERCIAL: CONSEJO DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MADRID



EMPRENDIMIENTO Y PYMES



FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO: PARTICIPACIÓN EN FERIAS

TODO LO
NECESARIO
PARA EMPEZAR
PARA
CREAR PARA
EMPRENDER

emprende.es

SI PIENAS
QUE NO
PUEDES NO
PODRÁS

Apoyo integral al
EMPRENDIMIENTO



FORMACIÓN PARA PERSONAS EMPRENDEDORAS Y EMPRESAS



FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO: SALÓN MI EMPRESA

FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO: PARTICIPACIÓN EN FERIAS



**FOMENTO DEL
EMPRENDIMIENTO FEMENINO:
PREMIO EMPRENDEDORAS**





FORMACIÓN Y NETWORKING: COFFEE BREAKS

PREMIOS

MAD +

+JUSTO+ SOLIDARIO

Premios Emprendimiento Social
Pobla de Segur Ciudad MÁS justa y más solidaria

PREMIO 20.000 €



FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL: PREMIO MAD +



FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO JUVENIL:
VISITAS A VIVEROS DE EMPRESAS DE CENTROS DE ENSEÑANZA

EMPRENDIMIENTO INCLUSIVO: JORNADA SOMOS SORD@S, ESCÚCHANOS





FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO: PARTICIPACIÓN EN FERIAS / EXPOFRANQUICIA



**MEJORA DE LAS INSTALACIONES DE LOS VIVEROS DE EMPRESAS:
PÉRGOLA EN PUENTE DE VALLECAS**

ESPACIOS PARA EMPRENDER: COWORKING

ESPACIOS PARA EMPRENDER

Nuevos espacios para el emprendimiento cultural



COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN: CAMPAÑAS EN MOBILIARIO URBANO





COMUNICACIÓN:
CAMPAÑAS EN MOBILIARIO URBANO



COMUNICACIÓN:
CAMPAÑAS EN MOBILIARIO URBANO

COMUNICACIÓN: CAMPAÑAS EN MOBILIARIO URBANO



COMUNICACIÓN: CAMPAÑAS EN MOBILIARIO URBANO



COMUNICACIÓN: CAMPAÑAS EN MOBILIARIO URBANO



COMUNICACIÓN: CAMPAÑAS EN MOBILIARIO URBANO





COMUNICACIÓN:
CAMPAÑAS EN MOBILIARIO URBANO

Si PIENSAS
QUE NO
PUEDES NO
PODRÁS

Apoyo integral al
EMPRENDIMIENTO



**COMUNICACIÓN:
CAMPAÑAS EN MOBILIARIO URBANO**



**COMUNICACIÓN:
CAMPAÑAS EN BUSES EMT**

COMUNICACIÓN: CAMPAÑAS EN BUSES EMT





COMUNICACIÓN:
CAMPAÑAS EN BUSES EMT

COOPERACIÓN INSTITUCIONAL



COOPERACIÓN INSTITUCIONAL:
DELEGACIÓN SANTO DOMINGO

COOPERACIÓN INSTITUCIONAL:
DELEGACIÓN BUENOS AIRES PROYECTO IUC BUENOS AIRES-MADRID

