



MEMORIA DE ACTIVIDADES 2016

Dirección General de Comercio y Emprendimiento



equidad, derechos
sociales y empleo

MADRID

INDICE

1	INTRODUCCIÓN	3
2	ESTRUCTURA	7
3	COMERCIO Y MERCADOS.....	9
3.1	MERCADOS MUNICIPALES.....	11
3.2	COMERCIO DE PROXIMIDAD, TURISMO DE COMPRAS Y ASOCIACIONISMO	27
3.3	FORMACIÓN.....	34
3.4	APLICACIÓN DE LAS TICs.....	35
3.5	ACTUACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE NO AUTORIZADA.....	36
4	EMPRENDEDORES Y PYMES	39
4.1	ASESORAMIENTO Y TRAMITACIÓN	41
4.2	ALOJAMIENTO Y TUTELAJE	47
4.3	ACELERACIÓN DE PROYECTOS.....	57
4.4	COLABORACIÓN CON ENTIDADES Y ORGANIZACIONES	58
4.5	FORMACIÓN Y NETWORKING PARA EMPRENDEDORES	60
4.6	FINANCIACIÓN	73
5	PRESUPUESTO	75

1 INTRODUCCIÓN

En el ejercicio 2016, el Área de Equidad, Derechos Sociales y Empleo, ha tenido atribuidas todas las competencias municipales relativas a ámbitos que inciden de manera directa en la generación de empleo en la ciudad, siendo la Dirección General de Comercio y Emprendimiento (DGCE) la responsable de las competencias en materia de comercio, mercados municipales, emprendimiento, viveros de empresa y PYMES. Asimismo, corresponden a esta Dirección General la gestión patrimonial de los 46 mercados municipales y de los seis viveros de empresa de la ciudad.

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento, cuya estructura y competencias fueron establecidas por Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid de 29 de octubre de 2015, de organización y competencias del área de gobierno de Equidad, cuenta con dos Subdirecciones Generales: Subdirección General de Comercio y Mercados (SGCM) y Subdirección General de Emprendimiento y PYMES (SGEP).

El apoyo al tejido comercial de la ciudad y la promoción y fomento del emprendimiento son, de forma genérica, las grandes áreas en las que la DGCE desarrolla sus competencias, con el objetivo último de contribuir a asegurar el dinamismo y la vitalidad de la actividad económica en la ciudad.

Los objetivos prioritarios de la DGCE en materia de comercio son la dinamización de la actividad comercial y hostelería 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

Muy vinculada a estos objetivos se encuentra otra de las competencias que asume la DGCE. Se trata de la sensibilización contra la venta ambulante ilegal, especialmente a través de campañas informativas y formativas, que desde distintos enfoques subrayan primordialmente la contribución y responsabilidad de esta actividad ilegal en la destrucción de empresas y empleos del sector económico en el que la Dirección General de Comercio y Emprendimiento ejerce sus competencias.

En relación con los mercados municipales, en 2016 se ha continuado con la política de incentivación de la inversión en estos equipamientos y con la adopción de medidas dirigidas a la mejora estructural y funcional de los mismos, con especial atención a las actuaciones encaminadas a garantizar la accesibilidad universal, a agilizar su adaptación a los hábitos y demandas de los consumidores, a favorecer la implantación de nuevas actividades que aumenten su atractivo, a facilitar la incorporación de nuevas tecnologías que mejoren la competitividad de sus establecimientos y a su promoción y consolidación como centros de actividad, tanto económica como social.

Además, en este ejercicio, se ha prestado especial atención a la promoción de los mercados entre el público infantil, a través de una importante actividad divulgadora tanto en colegios de nuestra ciudad como en los propios mercados. También a nivel de promoción, se ha aumentado significativamente el número de eventos dónde los mercados han estado presentes contribuyendo a una mayor visibilidad de los mismos.

En materia de dinamización comercial, asociacionismo y promoción de la imagen de la ciudad como destino de compras e inversión, se ha incentivado la colaboración público privada con el tejido comercial, el desarrollo de acciones conjuntas de promoción de las actividades comerciales y hosteleras 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 distintas áreas y sectores comerciales. En este ámbito merece ser destacada la especial atención prestada al sector de la moda, con la creación de la marca Madrid Capital de Moda y la puesta en marcha del proyecto que ampara la misma.

La respuesta a las necesidades formativas de los trabajadores del sector, con objeto de mejorar sus oportunidades

ante los cambios en la demanda de empleo, se ha canalizado a través de las actividades de la Escuela de Innovación para el Comercio, de los viveros de empresa y de programas específicos de colaboración con empresas y asociaciones. En concreto, las acciones formativas de la Escuela de Comercio se han destinado a la gestión empresarial, económica, financiera y comercial, las nuevas tecnologías y la internacionalización de las empresas.

La promoción y fomento del emprendimiento, segunda de las grandes áreas que abarca el ámbito competencial de la Dirección General, se aborda 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.

Así, en materia de emprendimiento se ha facilitado, a través de la red de viveros de empresas y otros espacios, programas, actividades y/o servicios de alojamiento, “coworking”, aceleración, incubación, tutoría, networking, mentorización, asesoramiento y formación, dirigidos a fomentar la cultura e iniciativa emprendedora, a apoyar a los emprendedores en todo el proceso que va desde la génesis de las ideas hasta su materialización en empresas viables y a impulsar proyectos empresariales e ideas de negocio.

Además, 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 promover la mejora de la competitividad del comercio, la hostelería y el ecosistema emprendedor de la ciudad y a potenciar la cultura emprendedora.

Para el desarrollo de todas las actividades citadas, desde la DGCE se ha gestionado y desarrollado toda el trabajo administrativo necesario para aplicar al cumplimiento de los objetivos mencionados los distintos instrumentos y recursos que prevé la normativa vigente (asignación presupuestaria, adscripción de recursos humanos, contratación pública, concesión de subvenciones, colaboración público –privadas, inspección y control, ejercicio de la potestad sancionadora).

2 ESTRUCTURA

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento, a 31 de diciembre de 2016, contaba con la siguiente estructura organizativa:

- **DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO Y EMPRENDIMIENTO**
 - **SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO Y MERCADOS:**
 - Consejería Técnica
 - Servicio de Mercados
 - Departamento de Orientación y Supervisión
 - Adjuntía a Departamento
 - Departamento Técnico
 - División técnica
 - Servicio de Promoción Comercial
 - Departamento de Programación Comercial
 - Adjuntía a Departamento
 - Servicio de Innovación Comercial y Disciplina
 - Departamento de Venta Ambulante
 - Adjuntía a Departamento

- ***SUBDIRECCIÓN GENERAL DE EMPRENDEDORES Y PYMES:***

- Servicio de Emprendedores y Pymes
 - Departamento de Emprendedores y Pymes
 - Unidad de gestión de viveros
 - Unidad de espacios compartidos de negocio
 - Ventanilla Única del Emprendedor
 - Unidad de estudios y análisis de calidad

- ***CONSEJERÍA TÉCNICA***

3 COMERCIO Y MERCADOS

La DGCE, a través de la Subdirección General de Comercio y Mercados (SGCM), ha continuado desarrollado la estrategia municipal de fomento y mejora de la competitividad del comercio de proximidad, prestando especial atención a los mercados municipales, a las áreas comerciales de la ciudad, a la necesidad de consolidar la imagen de Madrid como destino de compras y ciudad de referencia en el sector de la moda, al tejido asociativo sectorial y territorial, a las nuevas tecnologías y a las necesidades formativas del sector comercial y hostelero.

Los objetivos y ámbitos de actuación en materia de comercio en 2016 han sido:

- Avanzar en la modernización estructural y funcional de los mercados municipales 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.
- 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, a lo largo del ejercicio 2016, 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
- subvenciones públicas.
- formalización del acuerdos 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.
- reactivación del Consejo de Comercio de Ciudad de Madrid
- 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 los 46 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.

En 2016 se han destinado cerca de 2 millones de euros al desarrollo de esas 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.

Adicionalmente, se han realizado, sin incidencia en el referido programa presupuestario, campañas de comunicación y publicidad a las que se han destinado recursos institucionales de publicidad y comunicación, principalmente soportes de mobiliario urbano, con un elevado valor de mercado.

3.1.1 Inversiones en obras de mejora de los mercados municipales derivadas de convocatoria de subvenciones.

En 2016 se han realizado obras de rehabilitación en instalaciones generales de 20 mercados así como remodelaciones de 78 locales (pertenecientes a 17 mercados) a través de la concesión de 71 subvenciones de capital por un **importe total de superior a 1,2 millones de euros**, que han inducido una inversión privada subvencionable superior a los 4,0 millones de euros.

El instrumento principal de canalización de ésta ha sido la convocatoria de subvenciones para la modernización de los mercados municipales, publicada en el BOCM de 25 de mayo de 2016 a la que han concurrido 122 proyectos, de los que 86 han resultado beneficiarios de esta línea de ayudas.

- **Resultados de la convocatoria.**

PROYECTOS SUBVENCIONADOS	NÚMERO DE PROYECTOS
Mercados que han modernizado sus instalaciones generales y de servicio	20
Proyectos de remodelación de locales comerciales de mercados	78
<i>Mercados donde se ha intervenido</i>	24

- **Proyectos de obras en mercados municipales**

CATEGORÍA	% SOBRE EL TOTAL DE SUBVENCIONES LIQUIDADAS
<i>Obras de reforma y mejora de instalaciones</i>	63 %
<i>Adquisición de nuevos equipamientos comerciales</i>	17 %
<i>Mejora imagen exterior</i>	6 %
<i>Eliminación de barreras arquitectónicas-mejora accesibilidad</i>	3 %
<i>Mejora de la seguridad</i>	3 %
<i>Mejora de eficiencia energética</i>	8 %

Si se toman como referencia los datos del año 2015, se puede comprobar que se ha producido un incremento porcentual en las cantidades relativas a nuevos equipamientos y eficiencia energética.

- **Proyectos de obras en locales comerciales de mercados municipales**

CATEGORÍA	% SOBRE EL TOTAL DE SUBVENCIONES LIQUIDADAS
Obras de reforma y mejora de instalaciones	49 %
Adquisición nuevos equipamientos comerciales	28 %
Mejora imagen exterior	11 %
Mejora eficiencia energética	8 %
Mejora de la seguridad	3 %
<i>Eliminación barreras arquitectónicas</i>	1 %

Si se toman como referencia los datos del año 2015, se puede comprobar que se ha producido un incremento de 30 puntos porcentuales en las inversiones destinadas a reforma y mejora de instalaciones por la apertura y modernización de un gran número de negocios en mercados. También se ha producido un incremento en la inversión dirigida a la renovación de la imagen exterior (promoción, vinilados y rótulos de puestos), en este caso, de 8 puntos porcentuales.

En el caso de adquisición de nuevos equipamientos comerciales, se ha reducido el porcentaje de subvención dedicado a este apartado, en 19 puntos porcentuales porque en muchos de estos negocios ya disponen de suficiente equipamiento de servicio que no requiere renovación, en todo caso mantenimiento.

• **Principales indicadores de la ejecución de la convocatoria 2016:**

INDICADORES	RESULTADOS
Presupuesto de la convocatoria	2.354.900 €
Subvención concedida para las inversiones proyectadas	2.029.292 €
Inversión global inducida por los proyectos realizados	6.587.566 €
Grado de ejecución de las subvenciones concedidas	62,2 %
Subvención para modernización de las estructuras de los mercados	849.368 €
Nº proyectos de mejora de la eficiencia energética de los mercados	6
Nº proyectos para la implantación de TICs en los mercados	8
Nº proyectos para potenciar la accesibilidad total en los mercados	4
Inversión privada en remodelación de locales en los mercados	1.786.958 €
Nº de nuevas empresas instaladas	58
<i>Incremento en el porcentaje de ocupación locales de mercados</i>	<i>1,5%</i>

• **Proyectos más significativos desarrollados en 2016 con apoyo municipal:**

BENEFICIARIO	PROYECTO	INVERSIÓN SUBVENCIO- NABLE (€)	AYUDA CONCEDIDA (€)
Mercado de Villa de Vallecas	Refuerzo de estructuras, mejora de las comunicaciones verticales entre plantas, adecuación sistemas generales de la planta primera con la incorporación de una nueva actividad (gimnasio), y ampliación de aseos y vestuarios de la planta sótano.	640.620	192.186
Mercado de Prosperidad	Rehabilitación integral y reestructuración comercial del centro con incorporación de un Ahorramás (segunda fase).	343.697	126.067
Mercado de Vallehermoso	Rehabilitación de la cubierta, paramentos, solado e instalaciones de la galería exterior para la puesta en marcha de un mercado de productores.	168.571	50.575
Mercado de Doña Carlota	Reforma y rehabilitación integral del mercado, con incorporación de una mediana superficie (ECOFAMILIA) (segunda fase).	242.415	76.604
Mercado de Guillermo de Osma	Rehabilitación de la segunda planta y sótano, con la incorporación de una mediana superficie (DÍA) y una escuela de formación de comerciantes.	28.675	8.603
Mercado de la Cebada:	Mejora del sistema de protección contra incendios y sustitución de ventanas en cubierta	127.910	38.373
Mercado de Maravillas	Adecuación del sistema de protección contra incendios y del sistema de ventilación en sótanos, y sustitución del sistema de iluminación por sistema led en planta comercial	254.300	76.290
Mercado de La Paz	Mejora de los sistemas de climatización y wifi del mercado	166.167	49.850
Mercado de Las Águilas	Rehabilitación de aseos públicos, adecuación de aseo de discapacitados y renovación de elementos de imagen interior	100.157	32.755
Mercado de San Pascual	Trabajos de refuerzo en la estructura del inmueble y rehabilitación de la red horizontal de pocería y saneamiento del mercado	150.448	45.134
Mercado de Chamberí	Creación del espacio "Plaza Gourmet" en el mercado y adecuación de la red de pocería y saneamiento en almacenes	203.930	61.179
Mercado de Vicalvaro	Rehabilitación de las fachadas del mercado (segunda fase) e instalación de sistema de sistema de videovigilancia en el edificio.	109.183	32.755



3.1.2 Otras inversiones

Durante el ejercicio 2016 se han materializado, con cargo al presupuesto municipal, inversiones dirigidas a la ejecución de proyectos de mejora de las instalaciones y el servicio público que exceden de la obligación los concesionarios de los mercados. El **importe destinado a estas obras ha sido de 242.918 euros**, que han permitido la ejecución de los siguientes proyectos:

- Primera fase de la reforma y acondicionamiento de la planta 1ª del Mercado de San Cristobal
- Subsanación de deficiencias en las instalaciones de frio 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.
- Reparación del cuarto de basuras del mercado de Orcasur
- Reparación del muro de cerramiento de la fachada sur del mercado de Orcasur.
- Instalacion de Wifi gratuito en los mercados de Embajadores, Villa de Vallecad, Alto de Extremadura, Maravillas, Prosperidad y Barceló y señalización del mismo.

3.1.3 Inversiones financieramente sostenibles.

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.

De conformidad con la normativa citada, y con cargo a los Remanentes de Tesorería del ejercicio 2015 **se destinaron 175.823**

euros para la ejecución de inversiones financieramente sostenibles que consistieron en:

- Obras de acondicionamiento y accesibilidad en el mercado de Las Ventas.
- Incorporación de aseos para discapacitados en los mercados de Antón Martín, Chamberí, La Paz, Los Mostenses, Ventas, Vallehermoso.
- Inicio de la tramitación de la contratación de suministros dirigidos a asegurar la accesibilidad universal en los mercados municipales y la instalación de desfibriladores semiautomáticos en todos los que esta no es obligación contractual del concesionario.
- Inicio de la tramitación de las obras de acondicionamiento de la planta primera del mercado de San Cristóbal para usos diversos de apoyo al comercio y el emprendimiento.

3.1.4 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, durante el ejercicio 2016 se han desarrollado 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, con incidencia en el programa presupuestario 431.40 “Promoción comercial y emprendimiento”, destinado a la promoción de los mercados en 2016 ha sido de 167.416 euros. Este importe se ha destinado a la financiación de diversas acciones institucionales directas y de 17 proyectos promovidos por la iniciativa privada, que han supuesto una inversión adicional de unos 130.000 euros.

En este importe no están contabilizado la valoración de recursos institucionales destinados a la promoción de mercados que no han tenido incidencia presupuestaria (mobiliario urbano, medios de comunicación y otros), cuyo valor de mercado ascendería a unos 900.000 euros.

Entre las distintas actividades de promoción y dinamización de mercados de Madrid promovidas, facilitadas o realizadas por la DGCE en 2016 cabe destacar:

- *Participación de los mercados en Gastrofestival 2016*

Un año más, distintos mercados de Madrid (de Antón Marín, Barceló, Chamartín, La Paz, San Antón, y Vallehermoso), han sido escenario de actividades incluidas en la programación de Gastrofestival, resaltando el incuestionable papel de los mercados como referentes de la buenas gastronomía.

- *Desarrollo de la campaña “Me gusta mi mercado”.*

En 2016 Madrid se sumó por ver primera a la campaña internacional “Me gusta mi Mercado” (Love your local market), iniciativa surgida en Reino Unido para apoyar el comercio local y los mercados tradicionales, en la que participan mercados de España, Reino Unido, Francia, Alemania, Holanda, Polonia, Italia, Irlanda, Bélgica, Grecia, Dinamarca, Suecia, Hungría, Serbia, Hong Kong y Estados Unidos.

Promovida por la World Unión of Wholesale Markets, la edición 2016, celebrada en la segunda quincena de mayo bajo el lema “Markets: Your healthy choice”.contó con la participación de los mercados de Madrid, a través de un amplio programa de actividades en distintos mercados (Gira de

Mercaderes, degustaciones, talleres, catas...) y una intensa campaña en autobuses y mobiliario urbano.

- *Presencia de mercados de Madrid en Canal Cocina:*

Con objeto de promocionar los mercados madrileños como lugares de elección para la compra de alimentos, desde la DGCE se ha gestionado la presencia de los mercados de Madrid en distintos programas de cocina de Canal Cocina (canal especializado en cocina de la cadena AMC Network), grabando en algunos de los mercados de Madrid episodios de programas de máxima audiencia (Me gusta mi mercado (mercado de Prosperidad) y Hoy cocina la alcaldesa) y píldoras promocionales de publicidad en diversos mercados

- *Campaña “Madrid, plaza Mayor de Legumbres”.*

Coincidiendo con la presentación por la Alcaldesa de Madrid del libro oficial del Año Internacional de las Legumbres de Naciones Unidas en el marco de la iniciativa Madrid, Plaza Mayor de las Legumbres, se realizó una campaña de promoción de los mercados en mobiliario urbano, acompañada de actividades de dinamización en diversos mercados municipales (Las Águilas, Antón Martín, La Paz, Moratalaz y Tirso de Molina) que organizaron talleres de cocina donde intercambiar recetas, cocinar y degustar legumbres.

- *Campaña “Mmmm...con M de Mercado. Come sano, come de mercado”:*

Con objeto de promover la imagen de los mercados de Madrid como lugar de referencia para la compra de los ingredientes de una alimentación saludable y sostenible, se ha desarrollado una campaña de mobiliario urbano, además de 31 talleres de cocina para niños en 23 colegios, en los que cocineros y cocineras profesionales pertenecientes a ACYRE (Asociación de cocineros y reposteros de Madrid) han enseñado a más de 700 alumnos de primaria los principios de una alimentación saludable y la importancia de saber comprar los ingredientes de la dieta, con especial mención a los mercados madrileños.

Esta acción se ha complementado con una importante campaña en mobiliario urbano y la distribución de folletos y carteles divulgativos a través de los distritos.

- *Campaña de Navidad.*

Con motivo de la campaña de Navidad, la DGCE organizó conciertos corales en 44 mercados municipales, a cargo del Coro de Jóvenes de Madrid, bajo la dirección artística de Juan Pablo de Juan

Asimismo, diversos mercados municipales realizaron múltiples propuestas promocionales abiertas a todos los públicos, como Talleres de cocina Navideña en Familia en los Mercados de Las Águilas, Barceló, Doña Carlota, San Fernando y Prosperidad, degustaciones, concursos, ferias, sorteos, actividades infantiles, decoración específica....

La oferta cultural de los mercados municipales fue incluida en el programa oficial de Navidad del Ayuntamiento de Madrid.

Adicionalmente, durante el período navideño se realizó una importante campaña de comunicación “Haz Navidad con quien tienes más cerca...mercados de Madrid .en web, redes sociales y blogs especializados en gastronomía.

- *Actividades socio culturales en mercados*

Los mercados municipales de Madrid son lugares escogidos por numerosos promotores y entidades privadas para la realización de campañas de comunicación y publicidad de todo tipo. Los centros ofrecen sus espacios por el valor añadido que puede significar las promociones en el interés del público y en el enriquecimiento comercial y sociocultural del mercado.

Un total de 26 de los 46 mercados de Madrid han desarrollado más de un centenar de actividades lúdicas, culturales, talleres, ferias comerciales, actividades infantiles... a lo largo del año.

Entre estas actividades cabe destacar:

- *Gira de mercaderes*, en los mercados de Prosperidad, La Guindalera, Tirso de Molina, Barceló y Las Águilas.
- *Music & Dealers*, en el mercado de la Cebada



3.1.5 Aplicación de las TICs a la promoción y mejora de la competitividad de los mercados municipales.

A lo largo del ejercicio 2016 la DGCE ha invertido más de 50.000 euros en promover la incorporación de nuevas tecnologías a la promoción y mejora de la competitividad de los mercados municipales. Los dos proyectos desarrollados con este fin son:

- *MERCAMAD*

En 2016 se ha continuado apoyando, vía patrocinio, el desarrollo y mejora de la aplicación para móviles MERCAMAD, único recurso de estas características específicamente desarrollado para la promoción y difusión de información relativa a la oferta comercial y actividades.

Los desarrolladores de Mercamad llevan a cabo una intensa actividad de promoción de los mercados en redes sociales

Los datos de descargas y seguidores de esta aplicación (superiores a 21.000 y 6.000 respectivamente) y sus redes demuestran el interés de continuar apoyando su desarrollo y mejora como instrumento esencial para la promoción de los mercados de la ciudad.

- *mercado47*

Desde La DGCE se ha impulsado, vía patrocinio, el desarrollo de mercado47 (www.mercado47.com) una plataforma de comercio on line o market place dirigida a dotar a los comercios, pymes y autónomos de la ciudad de herramientas asequibles para promocionar y vender sus productos y servicios a través de un único espacio on line común, de una manera sencilla y profesional.

mercado47, aunque abierto a todas las pymes de la ciudad, presta especial atención a atender a la digitalización de los locales de los mercados municipales, a cuyos titulares fue presentada en primer lugar.

A finales de 2016 esta plataforma contaba con un centenar de establecimientos adheridos, muchos de ellos con sede física en alguno de los 46 mercados de la ciudad.

Adicionalmente, con objeto de promover la adhesión de las pymes a esta plataforma, así como el conocimiento y uso de la misma por los ciudadanos, se ha desarrollado en 2016 una campaña específica de publicidad, en soportes de mobiliario urbano (mupis y cabinas telefónicas), autobuses de EMT, web y redes sociales.

3.1.6 Gestión administrativa del servicio público de mercados

Durante el ejercicio 2016, se han desarrollado las actuaciones administrativas para el ejercicio de las competencias de la DGCE como órgano encargado de la gestión de la red integrada por los 46 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 en régimen de concesión administrativa.*

Los 46 mercados municipales se gestionan en régimen de concesión administrativa.

La DGCE, como órgano gestor de los mercados municipales y responsable de su gestión patrimonial, es la competente para promover los expedientes de contratación de la gestión indirecta de estos equipamientos.

En 2016 se adjudicaron 2 nuevas concesiones.

- Villaverde Alto, fecha de adjudicación 20/10/2016
- Mediodía Entrevías, fecha de adjudicación 25/11/2016

- *Gestión Económica:*

Aspecto fundamental de la gestión de los mercados municipales es el relativo a su gestión económica y financiera, siendo necesario salvaguardar en todo momento el equilibrio financiero de la concesión. Esta salvaguarda se ha desarrollado a través de:

- Elaboración de las liquidaciones del canon concesional de los mercados municipales y comprobación periódica de las liquidaciones. En 2016 se realizaron 121 liquidaciones del canon concesional correspondiente a los 46 mercados municipales, y del Centro de Transportes de Mercancías de Mercamadrid, devengándose ingresos por importe superior a los 800.000 euros.
 - Soporte al mantenimiento del equilibrio económico de la concesión mediante la revisión, en los casos en que proceda, de las tarifas a abonar por los comerciantes usuarios de los locales. Durante 2016 se han tramitado y resuelto 2 expedientes de revisión de tarifas.
- *Seguimiento, supervisión control de la gestión realizada por los concesionarios y de la actividad desarrollada en los 46 mercados municipales.*

Con el claro objetivo de procurar la mejora constante del servicio que los Mercados Municipales prestan al ciudadano, se han llevado a cabo las tareas relativas al control, seguimiento y supervisión de la gestión realizada por los concesionarios y de actividad desarrollada en los mercados municipales. En 2016 Esta labor ha consistido básicamente en:

- 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 al concesionario 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.

En el año 2016 se han tramitado y resuelto 13 expedientes coercitivos o sancionadores.

- *Asesoramiento y apoyo a los concesionarios de los mercados municipales para la mejora del servicio de mercado que se presta al ciudadano.*

La DGCE brinda en todo momento el apoyo necesario en su gestión a los concesionarios de los 46 mercados municipales, atendiendo a sus requerimientos, ofreciéndoles asesoramiento y resolviendo cuantas cuestiones se les puedan plantear, con idéntico objetivo de procurar la mejora del servicio que se presta al ciudadano.

- *Intervención administrativa de la gestión de los mercados centrales de Mercamadrid.*

El Ayuntamiento de Madrid, como titular del servicio público de mercados mayoristas de la ciudad, gestiona los mercados centrales de Pescados y de Frutas y Verduras de manera indirecta a través de la empresa mixta Mercamadrid, S.A., correspondiendo a la DGCE el ejercicio de todas las competencias que los reglamentos de prestación del servicio de Mercamadrid y funcionamiento de los mercados centrales no atribuyen específicamente a otros órganos, así como la propuesta de aprobación de las tarifas de los servicios municipalizados. En ejercicio de estas competencias se han realizado en 2016 las siguientes actuaciones:

- *Gestión de cesiones y nuevas autorizaciones para operar como mayoristas.*
- *Colaboración con los órganos judiciales.*
- *Cambios en la 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 hostelero 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 hostelero.

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 los distintos 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.

Al cumplimiento de los objetivos de la DGCE en materia de dinamización del comercio de proximidad y fomento del asociacionismo se han destinado alrededor de 500.000 euros programa presupuestario 431.40 “promoción comercial y emprendimiento”, destinados a la financiación de las actividades directas de dinamización comercial y a la concesión de subvenciones dirigidas a incentivar el desarrollo de este tipo de actividades por las asociaciones empresariales. A estas hay que añadir el conjunto de actividades promovidas por entidades patrocinadoras y colaboradoras cuyo valor de mercado supera ampliamente el anterior

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 directa de acciones de dinamización comercial

- *Concesión de subvenciones:*

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

A través de la convocatoria 2016 de subvenciones para la dinamización del comercio de proximidad, el fomento del asociacionismo y la formación en el sector comercial, se presentaron 36 propuestas de actuación promovidas por las asociaciones de comerciantes madrileñas, de las cuales se han financiado finalmente 22 proyectos que han sido impulsados con una ayuda municipal por importe de 377.000 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.

• **Resultados globales de la convocatoria 2016**

LÍNEA DE AYUDA	Dinamización del comercio de proximidad, el fomento del asociacionismo y la formación en el sector comercial
Presupuesto de la convocatoria	400.000 €
Subvención concedida para el desarrollo de acciones promocionales	377.047 €
Importe global inducido por los proyectos realizados	421.446 €
Grado de ejecución de las subvenciones concedidas	94 %
Número de establecimientos comerciales participantes a través de las actividades subvencionadas	22.270
Incremento en el número de asociados de las entidades solicitantes como consecuencia de la puesta en marcha de los proyectos	194
Campañas de promoción que han contribuido a mejorar la posición de Madrid como destino de compras	9
Campañas de promoción destinadas a fomentar el atractivo de las zonas comerciales urbanas de proximidad	86
<i>Resultado de la valoración de los comerciantes de las campañas promocionales realizadas</i>	8 (en una escala de 0 a 10)

• **Entidades y proyectos subvencionados 2016**

BENEFICIARIO	PROYECTO	AYUDA CONCEDIDA (€)
Asociación Costa Fleming	Realización de acciones de comunicación y publicidad	3.374
Confederación de Comercio Especializado de la Comunidad de Madrid (Cocem)	Congreso "Madrid Retail Congress. Segunda Edición"	10.090
Asociación de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados de la Comunidad Autónoma de Madrid (Adepesca)	Campaña promocional "Tu pescado a un click"	19.985
Asociación Profesional de Empresarios de Tintorerías y Lavandería de la Comunidad de Madrid	Dinamizar el sector, fomentar el asociacionismo y la formación	2.977
Asociación de Comerciantes Triball	Acciones de comunicación y publicidad	5.535
Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos de la Comunidad de Madrid (ACOTEX)	Acciones de comunicación. Evento Salesas Village	28.889
Asociación de Vecinos Comerciantes e Industriales Sol Madrid de la Zona Peatonal Preciados Carmen (APRECA)	Evento "Refréscate y diviértete en el centro de Madrid"	22.935
Pymes Chamartín	Campaña de promoción Gastronomía Chamartín	10.000
Asociación Madrid Foro Empresarial	Creación Radio-Televisión Empresarial de Madrid	10.000
Asociación Autónomos Villaverde	Evento: II Ruta de la tapa de Villaverde	15.040
Asociación Empresarial de Hostelería de la Comunidad de Madrid (La Viña)	Premios gato terrazas 2016 - Ruta de tapas gastroletras - Rutas de tapas por Salamanca Retiro. Gastro Shopping	44.407
Asociación ACEH Autónomos Comerciantes Emprendedores y Hostelería Distrito San Blas-Canillejas	Evento: IV Ruta de la tapa y tiendas San Blas-Canillejas	18.100
Asociación Madrileña de Vecinos, Comerciantes y Empresarios Distrito 12	Acciones de promoción de la asociación: Campañas Navidad, Web, Artesana Week	34.560
Asociación de Comerciantes, Autónomos y Pequeñas Empresas del Barrio de las Letras. Distrito Centro	Evento: DecorAcción 2016. Día de las ranas Ediciones Cervantes y Cine ampaña de Navidad	71.907
Asociación Restaurantes Centenarios de Madrid	Plan de comunicación y promoción 2016-2017 de la asociación	22.396
Asociación de Empresarios Latina Carabanchel (ASELAC)	Campaña: "Trabajando para tu comercio"	30.685
Asociación Profesional de Comerciantes Mercado Chamberí	Actuaciones de publicidad, promoción y difusión del mercado de Chamberí	10.379
Asociación Pro Azca	Acciones de publicidad	2.738
Asociación Empresarial de fabricantes y comerciantes mayoristas de artículos de regalo (Regalo-Fama)	Concurso "Regalo del año"	4.325
Asociación de comerciantes de Malasaña "Vive Malasaña"	Acciones promocionales	9.923
Asociación Mercado Tradicional Plaza Mayor de Madrid	Acciones de comunicación. Implantación de marca de identidad	9.500
Asociación de Perfumistas y Drogueros de la Comunidad Autónoma de Madrid	Animación en internet, publicidad en prensa y promociones	12.253



- *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 acuerdos 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.

En el año 2016, una de las actuaciones más relevantes en este ámbito ha sido la puesta en marcha del proyecto **Madrid Capital De Moda (MCDM)**. Se trata de un proyecto basado en la colaboración público privada y dirigido a aglutinar 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.

Entre las actividades más destacables llevadas a cabo en desarrollo del 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
- 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 (septiembre), de MFshow (septiembre) y de diversos contenidos de interés.
- 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 e inicio de la campaña de promoción “de compras en Bus”.



- Organización en colaboración con ACOTEX, de las jornadas formativas e informativas, Diálogos por la moda, en los meses de abril, junio, septiembre y diciembre
- Organización de la jornada “Retos en la gestión de la moda”, en noviembre, en colaboración con ACOTEX
- Organización de pasarela de moda en calle Conde Duque, con motivo del 30 aniversario del Centro Superior de Moda de Madrid.
- Colaboración en la organización de eventos de moda y acciones de streetmarketing, como:
 - MFshow Men y Women
 - Desigual Diverscity
 - Salesas Village
 - Vogue Fashion Night Out
 - Noche de San Jorge Juan
 - Mercado de las Flores Jorge Juan,

Asimismo, en 2016 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 y de la colocación de placas identificativas en los 20 locales centenarios que se han adherido a este programa en el ejercicio 2016.

- *Ejecución de actuaciones con cargo a los Fondos de Reequilibrio Territorial.*

Con objeto de contribuir a la dinamización del tejido comercial y hostelero del distrito de San Blas Desde la DGCE se ha gestionado en 2016, con cargo a los fondos de reequilibrio territorial 2016, el apoyo a la ejecución de la ruta de la tapa en el distrito de San Blas.

A la ejecución de este proyecto se han destinado alrededor de 10.000 euros con cargo al FRT, que se han sumado a los más de 18.000 euros de subvención concedida a la asociación de comerciantes para la ejecución de este mismo proyecto

3.3 FORMACIÓN

La DGCE ha continuado con su 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 Innovación para el Comercio del Ayuntamiento de Madrid, todo un referente en la formación gratuita.

Durante el año 2016 se han impartido a través de la Escuela 114 talleres, lo que ha supuesto un total de 388 horas de formación, impartidas por 33 ponentes/formadores. El total de asistentes ha sido de 2.204 (1.005 asistentes únicos).

En la actividad de la escuela cabe destacar la participación de las mujeres con un 58% frente al 42% de hombres. Por edades, la franja de edad comprendida entre los 45 y los 55 años es la que ha contado con una mayor participación. Por lo que respecta a los colectivos más receptivos han sido los autónomos del sector servicios.

Los talleres impartidos se han distribuido en las siguientes áreas formativas:

- Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs): 24 talleres.
- Gestión empresarial, management y habilidades directivas: 34 talleres.
- Gestión comercial y de ventas: 15 talleres.
- Atención al cliente, comunicación y habilidades sociales: 5 talleres.
- Gestión económico-financiera: 20 talleres.
- Marketing en el punto de venta, técnicas AVEC y escaparatismo comercial: 6 talleres.
- Nuevas tecnologías: 9 talleres.
- Comercio exterior e internacionalización: 1 taller

Al desarrollo de esta actividad se ha destinado un presupuesto total de 84.260.

Adicionalmente, la actividad formativa dirigida al sector comercial se ha complementado con otras actuaciones desarrolladas en colaboración con distintas entidades asociativas y dirigidas a presentar a los empresarios 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 los ya citados “Diálogos por la moda”, la jornada “Retos en la gestión de la moda” (organizados en colaboración con ACOTEX) y el Madrid Retail Congress y Retail Disruption Show, (organizados por COCEM, con el apoyo del Ayuntamiento de Madrid a través de la concesión de una subvención).

3.4 APLICACIÓN 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 estas como instrumentos indispensables para promover la dinamización comercial y la mejora de la competitividad de las pymes de los sectores comercial y hostelero 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, durante 2016, con el objetivo de promover la aplicación de las TICs para los objetivos señalados:

- se ha continuado fomentando 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 promovido el desarrollo 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 su difusión. Esta web ha superado la cifra de 21.000 visitas correspondientes a cerca de 7.000 usuarios

- se ha actualizado y mantenido la webapp www.comercioscentenariosdemadrid.es, portal específico destinado a la promoción de los comercios centenarios de la ciudad. Esta aplicación ha tenido alrededor de 30.000 visitas a lo largo de 2016.

Asimismo, en relación al uso de las nuevas tecnologías es preciso destacar la intensa actividad de dinamización y divulgación de actividades y eventos en Internet a través de la web madridemprende.es y las cuentas en redes sociales de que dispone la Dirección General, para promover la dinamización comercial, fomentar el emprendimiento y apoyar e informar a las pymes, a cuyo mantenimiento se han destinado cerca de 80.000 euros del presupuesto de la DGCE.

La media mensual de visitas a la web www.madridemprende.es ha sido durante 2016 de 53.000 entradas, lo que ha supuesto un incremento respecto a 2015 de un 76%. En cuanto a redes sociales, la cuenta Twitter @madridemprende acabó el año con 47.578 seguidores, unos 3500 más que en 2015 (incremento del 8%) y con 1200 nuevos seguidores, y los seguidores en Facebook, alcanzaron el número de 5596 (incremento del 25,35 %).

3.5 ACTUACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE NO AUTORIZADA

De acuerdo con el reparto de competencias en el ámbito de la administración del Ayuntamiento de Madrid, en materia de venta ambulante no autorizada corresponde a la Dirección General de Comercio y Emprendimiento el desarrollo de actividades de sensibilización a la ciudadanía y conjunto de consumidores, 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.

Respecto a las actividades de sensibilización, en 2016 se dio continuidad a la campaña “Tú decisión importa”, puesta en marcha por la Dirección General de Comercio y Emprendimiento y la Oficina Española de Patentes y Marcas y en la que colaboraron gran número de entidades empresariales, con el objetivo fundamental de informar de lo que supone a nivel social, comercial, económico e incluso para nuestra propia salud comprar y acceder a falsificaciones

tanto en puestos ambulantes ilegales en la calle como por Internet. Un vez más la campaña se desarrolló mediante la inserción de publicidad gráfica en prensa gráfica y digital, videos, cartelería de gran formato en mobiliario urbano, folletos divulgativos y comunicaciones a través de la web propia.

Asimismo, la DGCE participó activamente con ANDEMA y la Oficina Española de Patentes y Marcas en la organización de la tercera edición del MARATHLON 2016: El recorrido de las marcas un evento lúdico y educativo, dirigido a sensibilizar a la ciudadanía contra la piratería y los riesgos y perjuicios que esta causa, que se celebró el día 4 de junio en AZCA

Por otra parte, se ha mantenido un fluido diálogo con la Asociación Nacional para la Defensa de la Marca, con objeto de buscar cauces de colaboración para el desarrollo de acciones de sensibilización de la ciudadanía, por ser este aspecto de la lucha contra la venta ilegal, que no el de la inspección, el que corresponde al ámbito competencial de la DGCE.

En cuanto a la actividad sancionadora, que no inspectora, durante 2016 se recibieron en la DGCE unas 22.700 actas levantadas por policía municipal por ejercicio de la venta ambulante sin autorización que dieron lugar a la incoación de unos 7.700 procedimientos sancionadores.

Si bien el número de procedimientos sancionadores tramitados ha sido inferior al del ejercicio 2015, la cantidad recaudada por ingreso de las sanciones pecuniarias impuestas ha sido de 66.400 €, casi un 60 % más que en el ejercicio anterior, lo que supone un incremento de recaudación en relación al montante de las sanciones impuestas de más de 3,3 puntos porcentuales respecto a lo recaudado en 2015.

4 EMPRENDEDORES Y PYMES

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento, es el órgano competente para el desarrollo de las actuaciones municipales de promoción empresarial y fomento del emprendimiento, del diseño de las estrategias y actuaciones para el fomento el espíritu emprendedor del ciudadano madrileño, así como del apoyo a las ideas emprendedoras que puedan derivar en la generación de empleo y de nuevas actividades económicas.

Así, la DGCE tiene entre sus objetivos el impulso de la creación de nuevas empresas, a través de la prestación, por las unidades adscritas a la Subdirección General de Emprendedores y Pymes, de servicios de información, asesoramiento, formación, 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 SGEP). Asimismo, con el objeto de incentivar y apoyar el desarrollo de empresas en sus fases iniciales, se ofrecen servicios alojamiento en despachos, tutelaje y preincubación de empresas, espacios compartidos de negocio, y aceleración de proyectos de alto potencial en la Red de Viveros de Empresas del Ayuntamiento de Madrid. Como complemento al tutelaje y seguimiento permanente, 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.

Como parte de estas actuaciones, se fomenta el crecimiento del tejido empresarial madrileño, apoyando la innovación empresarial para aumentar la competitividad, y fomentando el desarrollo de proyectos modernos y atractivos que permitan una mayor consolidación y establecimiento de nuevas empresas en nuestra ciudad.

Como apoyo a todo este tipo de actividades, a lo largo del año 2016 se ha participado en numerosos foros y ferias para ofrecer los servicios del Ayuntamiento de Madrid a todos los emprendedores que acuden a dichos eventos; con objeto de impulsar la cultura emprendedora y acercar el emprendimiento a diversos sectores de la sociedad, así como el de conocer de boca de los emprendedores sus principales demandas y necesidades, para poder diseñar nuevas acciones que se acomoden a ellas.

Además, se han realizado acciones de sensibilización empresarial, orientadas a la población en edad escolar, con objeto de fomentar la cultura emprendedora desde las aulas.

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.

Asimismo, corresponde a la DGCE la gestión patrimonial de los edificios en los que se ubican los viveros de empresa y la contratación de todos los servicios necesarios para su conservación, mantenimiento y funcionamiento.

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 autorizaciones para la utilización de despachos
- liquidación de precios públicos por la utilización los servicios de 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 comercio y mercados
- atención a las peticiones de información de los grupos políticos y de los distritos en materia de comercio y mercados

El presupuesto total destinado en el ejercicio 2016 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 algo más de 1,9 millones de euros

4.1 ASESORAMIENTO Y TRAMITACIÓN

4.1.1 Puntos de Atención al Emprendedor (PAE)

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

Por tanto los PAE que tiene el Ayuntamiento de Madrid tienen una doble misión:

- Prestar servicios de información y asesoramiento a los emprendedores 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). Las formas jurídicas que posibilita la tramitación electrónica, hasta ahora, son Sociedad Limitada, Sociedad Limitada Nueva Empresa, Empresario Individual y Sociedad de Formación Sucesiva. (Empresario

Individual (Autónomo), Emprendedor de Responsabilidad Limitada, Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL o SL), Sociedad Limitada de Formación Sucesiva, Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE), Comunidad de Bienes y Sociedad Civil.

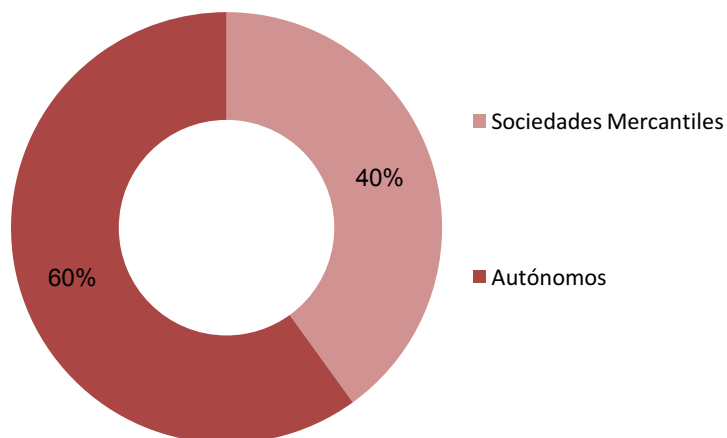
El emprendedor puede acercarse a cualquiera de las instalaciones donde se les ofrecerán estos servicios, solicitando cita previa a través de la Sede Electrónica del Ayuntamiento de Madrid (<http://www.madrid.es/citaprevia>), o llamando al 010- Línea Madrid-,

Las oficinas de la Red PAE del Ayuntamiento de Madrid se encuentran ubicadas en:

Ventanilla Única del Emprendedor
C/ Príncipe de Vergara, 140. 28002 Madrid
Vivero de Empresas de San Blas-Canillejas
C/ Alcalá, 586. 28022 Madrid
Vivero de Empresas de Vicálvaro
C/ Villablanca, 85. 28032 Madrid
Vivero de Empresas de Puente de Vallecas
C/ Diligencia, 9. 28018 Madrid
Vivero de Empresas de Villaverde
Avda. Orovilla, 54. 28041 Madrid
Vivero de Empresas de Carabanchel
C/ Cidro, 3. 28044 Madrid
Vivero de Empresas de Moratalaz
C/ Camino de Vinateros, 106. 28030 Madrid

Durante 2016 se han creado 582 empresas en la red de PAE de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento, de las cuales 233 son sociedades mercantiles y 349 autónomos.

Creación de empresas 2016



4.1.2 Ventanilla Única del Emprendedor (VUE)

Durante el año 2016, la Ventanilla Única del Emprendedor, puesta en marcha por el Ayuntamiento de Madrid en marzo de 2011, ha mantenido su intensa actividad dirigida a ofrecer al emprendedor un servicio centralizado y directo en el que:

- se asesora sobre la idea de negocio,
- se tutoriza 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 Centro de Información y Red de Creación de Empresas (CIRCE)

Además, la Ventanilla Única del Emprendedor, cuenta con la colaboración de la Agencia de Actividades del Ayuntamiento de Madrid que pone a disposición de los emprendedores técnicos asesores en urbanismo 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.

- Asesoramientos realizados en la Ventanilla Única del Emprendedor: 8.799

- Empresas creadas en la Ventanilla Única del Emprendedor: 222 (incluidas en la cifra proporcionada sobre el total de creación de empresas en la Red PAE)

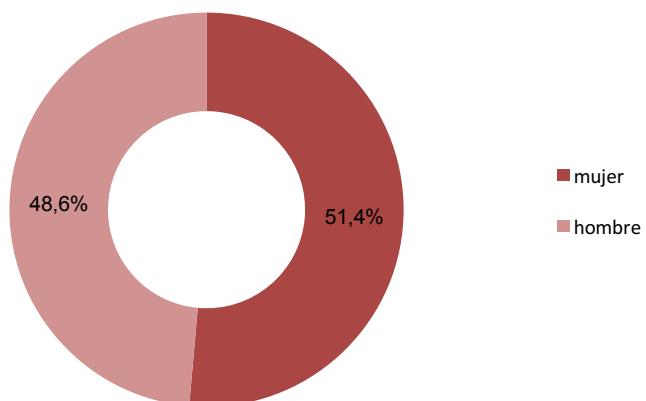
Personas emprendedoras asesoradas según el sector de actividad del proyecto



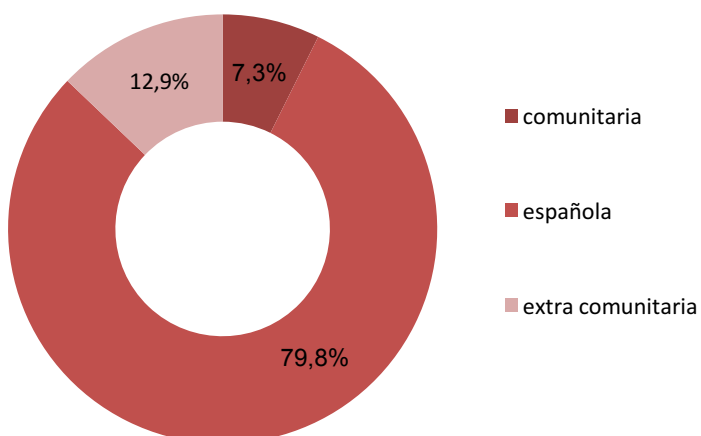
- *Caracterización del perfil de emprendedor asesorado en la Ventanilla Única del Emprendedor*

Se destaca que el número de hombres y mujeres que han demandado el servicio de asesoramiento empresarial es prácticamente el mismo, aunque las mujeres superan a los hombres en un 2%, así mismo, más de la mitad de los usuarios del servicio tienen una formación universitaria o superior. El rango predominante de edad de los emprendedores que se acercan a la Ventanilla es de 30 a 45 años.

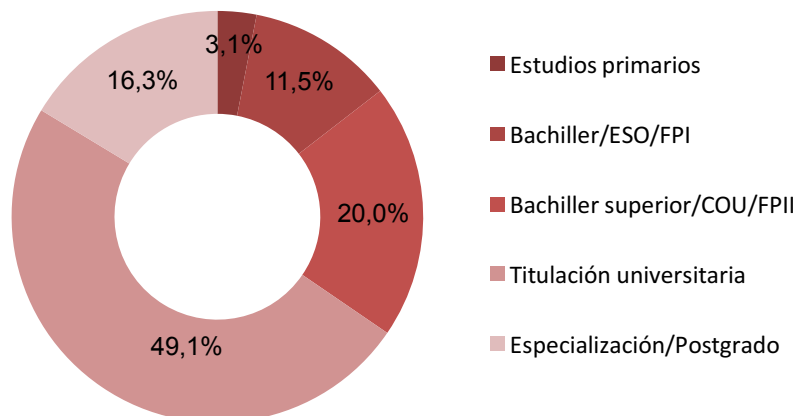
Asesoramientos realizados por género 2016



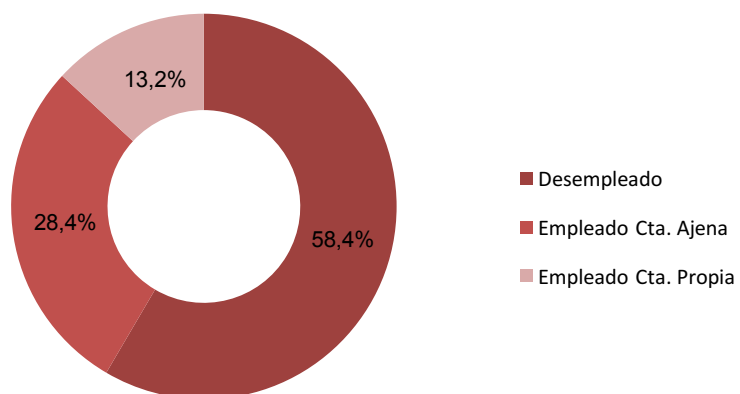
Asesoramientos realizados por nacionalidad 2016



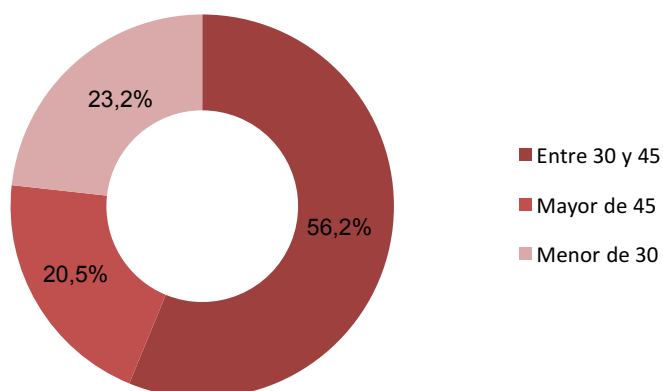
Asesoramientos según el nivel de estudios 2016



Asesoramientos según situación laboral 2016



Asesoramientos según rango de edad 2016



4.2 ALOJAMIENTO Y TUTELAJE

Los viveros de empresas, gestionados por la Dirección General de Comercio y Emprendimiento son espacios físicos dirigidos a la promoción de las iniciativas emprendedoras que combina la utilización de despachos 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 aprobado por el Pleno del Ayuntamiento de Madrid.

Las prestaciones ofrecidas en la red de Viveros de Empresas son las siguientes: utilización temporal de despachos, tutelaje y preincubación de proyectos empresariales, 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 externos al vivero.

4.2.1 La red de viveros de empresas

El mantenimiento y gestión de la red de viveros de empresas se enmarca dentro de 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 específicamente concebidos para apoyar a las nuevas iniciativas.

En la red de viveros de empresas se ponen a disposición de las personas emprendedoras que cuenten con un proyecto empresarial a punto de constituirse o las empresas de nueva creación o con una antigüedad máxima de 5 años desde el inicio de su actividad económica, los servicios integrales de apoyo al emprendimiento mediante el abono de un precio público. Estos servicios ofrecen no sólo una zona de trabajo para desarrollar la actividad, salas de reuniones, salones de actos y aulas de formación, sino también otra serie de prestaciones: como son el tutelaje, asesoramiento y seguimiento empresarial; formación específica y general, que capacitarán en las diferentes habilidades emprendedoras; numerosas actividades de networking; servicios para cubrir las necesidades básicas de nuevas empresas durante los primeros años de su vida, que permitan el establecimiento, despegue y consolidación.

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

A partir del 1 de febrero de 2016, se ha establecido un nuevo precio público que supone una reducción importante sobre el precio anterior, tanto para los usuarios como para las nuevas incorporaciones. El nuevo importe es de 7,15 euros por metro cuadrado durante los primeros 12 meses de ocupación del despacho y 9,53 euros por metro cuadrado a partir del décimo tercer mes.

Este precio ha implicado un rebaja del 9,50 % además de un precio reducido, con un descuento adicional del 25% durante el primer año de estancia del Vivero.

• ***Datos globales 2016:***

Vivero	San Blas- Canillejas	Vicálvaro	Puente de Vallecas	Villaverde	Carabanchel	Moratalaz
Apertura	2007	2008	2009	2009	2009	2011
Despachos	12	28	23	13	31	13
Preincubadora	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
Espacios compartidos de negocio	No	Sí	Si	Sí	Sí	No

<i>Empresas graduadas</i>	
<i>Graduadas en 2016</i>	46

<i>Actividades de la Red de Viveros</i>	
<i>Consultas atendidas</i>	5.129
<i>Asesoramientos a proyectos externos</i>	4.188
<i>Proyectos incubados y preincubados</i>	439
<i>Actuaciones formativas</i>	157
<i>Asistentes a las actuaciones formativas</i>	3.394
<i>Constitución telemática empresas (PAE)</i>	360
<i>Ocupación de los despachos</i>	83,7%

<i>Empresas alojadas durante todo el año 2015</i>	
<i>Empresas incubadas</i>	132
<i>Proyectos empresariales preincubados internos</i>	133
<i>Proyectos empresariales preincubados externos</i>	149
<i>Proyectos en espacios compartidos de negocios</i>	25
TOTAL EMPRESAS Y PROYECTOS	439

<i>Datos de las empresas incubadas</i>	
Empleos creados	757
Facturación de las empresas	19,71 M€
Edad media de los proyectos (meses)	25,73
Ceses de actividad	37

- **Vivero de Carabanchel**

Entrada en funcionamiento	Diciembre 2009
Superficie	6.100 m ²
Nº de despachos	31
Nº de puestos en espacios de coworking	6

Actividad del Vivero

Consultas atendidas	489
Asesoramientos a proyectos externos	1.839
Actuaciones formativas	29
Asistentes a programas de formación	735
Empresas constituidas telemáticamente	100
Empresas incubadas	32
Planes de empresas tutelados	50
Empresas en espacios compartidos de negocios	8
Ocupación de los despachos	80,6 %

Datos de las empresas incubadas

Empleos creados	249
Facturación de las empresas	9.530.837 €
Edad media de los proyectos (meses)	21,74
Graduadas en 2016	8
Ceses de actividad	0

- **Vivero de Moratalaz**

Entrada en funcionamiento	Febrero 2011
Superficie	1.000 m ²
Nº de despachos	13
Nº de puestos en espacios de coworking	-

Actividad del Vivero

Consultas atendidas	1.315
Asesoramientos a proyectos externos	464
Actuaciones formativas	23
Asistentes a programas de formación	467
Empresas constituidas telemáticamente	91
Empresas incubadas	16
Planes de empresas tutelados	26
Empresas en espacios compartidos de negocios	
Ocupación de los despachos	98,1 %

Datos de las empresas incubadas

Empleos creados	47
Facturación de las empresas	963.725€
Edad media de los proyectos (meses)	23,12
Graduadas en 2016	3
Ceses de actividad	0

- **Vivero de Puente de Vallecas**

Entrada en funcionamiento	Mayo 2009
Superficie	4.004 m ²
Nº de despachos	25
Nº de puestos en espacios de coworking	12

Actividad del Vivero

Consultas atendidas	1.408
Asesoramientos a proyectos externos	532
Actuaciones formativas	29
Asistentes a programas de formación	809
Empresas constituidas telemáticamente	53
Empresas incubadas	19
Planes de empresas tutelados	57
Empresas en espacios compartidos de negocios	0
Ocupación de los despachos	62,8 %

Datos de las empresas incubadas

Empleos creados	96
Facturación de las empresas	2.783.991 €
Edad media de los proyectos (meses)	30,65
Graduadas en 2016	8
Ceses de actividad	0

- **Vivero de San Blas**

Entrada en funcionamiento	Mayo 2007
Superficie	600 m ²
Nº de despachos	12
Nº de puestos en espacios de coworking	

Actividad del Vivero

Consultas atendidas	257
Asesoramientos a proyectos externos	343
Actuaciones formativas	35
Asistentes a programas de formación	640
Empresas constituidas telemáticamente	21
Empresas incubadas	17
Planes de empresas tutelados	24
Empresas en espacios compartidos de negocios	
Ocupación de los despachos	91,4 %

Datos de las empresas incubadas

Empleos creados	85
Facturación de las empresas	1.682.504 €
Edad media de los proyectos (meses)	30,24
Graduadas en 2016	5
Ceses de actividad	1

- **Vivero de Vicálvaro**

Entrada en funcionamiento	Febrero 2008
Superficie	2.904 m ²
Nº de despachos	28
Nº de puestos en espacios de coworking	16

Actividad del Vivero

Consultas atendidas	1.163
Asesoramientos a proyectos externos	310
Actuaciones formativas	23
Asistentes a programas de formación	420
Empresas constituidas telemáticamente	36
Empresas incubadas	35
Planes de empresas tutelados	67
Empresas en espacios compartidos de negocios	15
Ocupación de los despachos	93,6 %

Datos de las empresas incubadas

Empleos creados	158
Facturación de las empresas	3.468.293€
Edad media de los proyectos (meses)	26,92
Graduadas en 2016	9
Ceses de actividad	0

- **Vivero de Villaverde**

Entrada en funcionamiento	Mayo 2009
Superficie	630 m ²
Nº de despachos	13
Nº de puestos en espacios de coworking	2

Actividad del Vivero

Consultas atendidas	497
Asesoramientos a proyectos externos	700
Actuaciones formativas	18
Asistentes a programas de formación	323
Empresas constituidas telemáticamente	59
Empresas incubadas	13
Planes de empresas tutelados	58
Empresas en espacios compartidos de negocios	2
Ocupación de los despachos	85,1 %

Datos de las empresas incubadas

Empleos creados	122
Facturación de las empresas	1.280.995 €
Edad media de los proyectos (meses)	22,77
Graduadas en 2016	4
Ceses de actividad	1

4.2.2 Red de viveros: Preincubadoras de empresas

Dedicadas a la gestación de proyectos empresariales, estas preincubadoras de empresas ofrecen de manera gratuita a los emprendedores espacios compartidos de trabajo totalmente acondicionados para la elaboración del plan de empresa o negocio, contando con la ayuda de un tutor experto, que trabaja con el emprendedor para asegurar la viabilidad técnica y económica del plan de negocio.

Estas preincubadoras ceden un espacio por un período de 6 meses (en turnos de mañana o tarde –previa cita-) para desarrollar el plan de empresa. Durante el año 2016 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 puntualmente en citas concertadas.

Durante 2016, se han preincubado 282 proyectos, de los que 133 son proyectos tutelados en las preincubadoras y 149 son tutelados de forma externa.

Los datos por viveros de empresa son:

- San Blas-Canillejas:	24
- Vicálvaro:	67
- Villaverde:	58
- Puente de Vallecas:	57
- Carabanchel:	50
- Moratalaz:	26

Además, en la Ventanilla Única del Emprendedor, también se han tutelado y mentorizado 58 planes de empresa.

4.2.3 Red de viveros: espacios compartidos de negocio (coworking gratuito)

En el año 2012 se habilitaron los denominados espacios compartidos de negocio, 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, se asignan en turnos de mañana o de tarde.

A lo largo del año 2016 han utilizado estos espacios un total de 25 empresas.

A final de 2016 se han habilitado en los viveros de Puente de Vallecas y de Carabanchel dos nuevos espacios de coworking a fin de proporcionar un mayor número de espacios gratuitos a nuevas empresas, que se pondrán en funcionamiento en el 2017.

4.3 ACCELERACIÓN DE PROYECTOS

La aceleradora de proyectos de alto potencial ubicada en el Vivero de Empresas de Carabanchel, presta un servicio cuyo objetivo es ofrecer asistencia avanzada y ajustada a las necesidades de las empresas con alto potencial de crecimiento, basada en la realización de un diagnóstico a estas empresas, y el establecimiento de las medidas adecuadas para maximizar su potencial y facilitarle su crecimiento.

La aceleradora proporciona una amplia gama de servicios y recursos entre los que se encuentra el apoyo en la búsqueda de financiación, el acceso a redes y contactos, apoyo en la internacionalización, plan comercial y de marketing, entre otros. El programa, que tiene una duración de cinco meses, ofrece un espacio de coworking, servicios de consultoría y mentoring, pudiendo participar en todos los eventos, presentaciones y actividades que se organicen.

Durante 2016 se ha celebrado la 4ª Convocatoria de aceleración de proyectos de alto potencial. El periodo de inscripción transcurrió del 15 de febrero al 13 de marzo de 2016 y se recibieron un total de 87 proyectos, con representación en todos los sectores, educación, ocio, salud, deporte moda, consultoría, comercio electrónico, etc. entre los que se procedió a la valoración para la selección de los cinco proyectos que entraron a formar parte del proyecto de aceleración hasta el 31 de agosto del 2016:

- The Urban Roosters: primera plataforma de entretenimiento destinada a realizar competiciones de Rap en streaming.
- Videoky: enfoca su actividad en la comercialización y personalización de productos de vídeo tarjetas.
- Edapty: proyecto de educación y formación. Consiste en acercar los contenidos a los usuarios.
- Keynos: es una solución tecnológica dirigida a la motivación e implicación de los empleados en las empresas.
- My Rules: se fundamenta en la planificación, construcción y lanzamiento de una nueva marca al sector de la salud y el bienestar.

4.4 COLABORACIÓN CON ENTIDADES Y ORGANIZACIONES

La DGCE elabora convenios con distintas entidades para impulsar la cooperación en todas aquellas actuaciones que permitan el apoyo al desarrollo económico, la innovación, el espíritu emprendedor y apoyo a los autónomos y la economía social, así como la creación de actividad industrial en la ciudad de Madrid.

Durante 2016 se han firmado 7 nuevos Convenios de colaboración:

- 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 (julio 2016).
- 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 (agosto 2016).

- Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar de Madrid (ADEFAM), impulsar la cooperación entre las tres entidades 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 (septiembre 2016).
- 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 (noviembre 2016).
- Fundación Me Importas, para es 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 (noviembre 2016).
- Fundación Cepaim, Acción Integral con Migrantes, 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 teniendo siempre presentes los principios de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres y de Gestión de la Diversidad (noviembre 2016).

4.5 FORMACIÓN Y NETWORKING PARA EMPRENDEDORES

4.5.1 Ciclos de cursos de in-formación

Los Cursos de In-formación de la DGCE del Ayuntamiento de Madrid, son ciclos formativos eminentemente prácticos que recogen los temas más relevantes a tener en cuenta a la hora de poner en marcha un negocio.

El objetivo es la formación integral del emprendedor ofreciendo contenidos suficientes que posibiliten la adquisición de habilidades y capacidades para la puesta en marcha de un negocio, definición de estrategias comerciales y dirección empresarial, entre otras.

Como cada año, desde la DGCE se han organizado estos cursos, que han sido impartidos en el Vivero de Empresas de Puente de Vallecas. En 2016 se han celebrado dos ciclos (un primer ciclo del 5 de abril al 31 de mayo y un segundo ciclo del 27 de septiembre al 30 de noviembre) que se han estructurado en cuatro itinerarios y una jornada final de networking:

- Itinerario 1. Habilidades del emprendimiento.
- Itinerario 2. Fundamentos del plan de Empresa. Plan Económico-Financiero.
- Itinerario 3. Modelo de negocio. Estrategia comercial y marketing.
- Itinerario 4. Marketing Online y Diseño web.

Estos itinerarios con un programa formativo cada vez más completo, tienen un objetivo claro, el de dotar a los emprendedores, sea cual sea su idea de negocio y el nivel de desarrollo de la misma, de una serie de habilidades, capacidades y aptitudes que necesita o puede necesitar para dar forma a su idea de negocio, ponerlo en marcha, hacerlo crecer y consolidarlo.

Durante los dos ciclos de seminarios que se impartieron en el año 2016, fueron 555 los usuarios que asistieron a estos seminarios.

4.5.2 Formación en los viveros de empresas

Como complemento al tutelaje y seguimiento permanente realizado a las empresas incubadas o preincubadas dentro de la Red de Viveros de Empresas del Ayuntamiento de Madrid, o al asesoramiento y la tramitación telemática para la creación de las empresas a los emprendedores, en cada uno de los viveros de empresa hay una programación anual de acciones y talleres formativos que dotan a esta Red de un valor añadido dirigido a reforzar la consolidación del tejido empresarial y cubrir sus necesidades formativas.

Junto a las numerosas y variadas actividades de networking, todos los años se realizan actividades formativas y eventos y actos públicos, abiertos a los emprendedores, que se difunden a través de la página web www.madridemprende.es, el boletín semanal (Newsletter) y las redes sociales de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento.

La temática de las actuaciones desarrolladas ha sido variada haciendo especial hincapié en la gestión empresarial (planificación financiera; marketing; contabilidad para empresas; prevención de riesgos laborales; determinación de precios; registro de marcas y patentes; cuestiones prácticas en materia mercantil, fiscal y laboral; licencias y trámites administrativos con entidades públicas y privadas; modelos de negocio y crowdfunding; gestión de existencias; instalación y administración de una tienda online; etc.), la mejora de las habilidades del emprendedor (comunicación efectiva; resolución de conflictos; técnicas y estrategias para vender; estrategias para incorporar nuevos socios; etc.) y otras cuestiones de interés para llevar a buen puerto un proyecto empresarial (diseño aplicado al comercio; diseño de páginas web; posicionamiento web; etc.).

Total de asistentes a actividades formativas: 3.394

4.5.3 Actividades en los viveros de empresas

Entre las numerosas actividades que se realizan, se pueden destacar entre otras, las siguientes: el evento “Moda y Método”, la presentación pública de productos y/o servicios de los emprendedores alojados en la Red; la realización de jornadas técnicas y especializadas; la entrega de premios de entidades colaboradoras (premio Emprendedoras, etc.) o de otro tipo (Evolución de la industria móvil. Desde un hardware a un juego de software); la celebración del Día de la Mujer Trabajadora, o el Día Internacional de la Tolerancia; o la realización de reportajes filmados, radiofónicos y fotográficos dentro de las instalaciones de la Red de Viveros de Empresas (grabación del programa de TV “Juego de Gadgets”).



Además, se han desarrollado diferentes talleres, jornadas, seminarios, foros, charlas, conferencias, y en general múltiples actuaciones de sensibilización, en todos los ámbitos del desarrollo empresarial, incluyendo las visitas realizadas desde diferentes centros educativos de todas las enseñanzas y ciclos formativos, para conocer el funcionamiento de los viveros de empresas y los servicios que desde el Ayuntamiento de Madrid se ofrecen a los emprendedores para la creación de empresas.

Total de asistentes a actividades en los viveros de empresas: 3.008

4.5.4 Actividades de Networking: afterworks, coffee breaks.

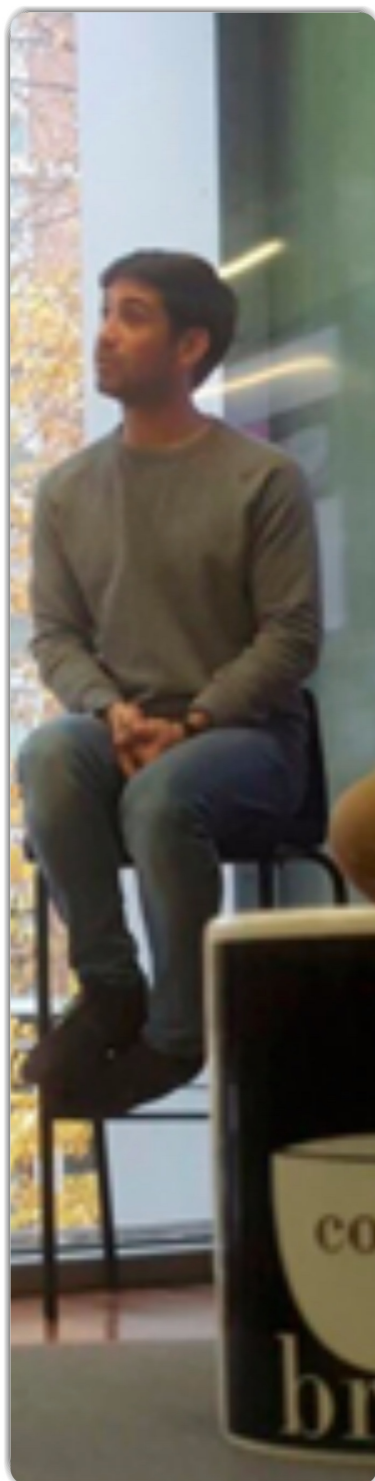
Los emprendedores que se acercan cada año a nuestros viveros de empresas a poner en marcha su idea de negocio, nos plantean qué otras actividades se realizan en estas instalaciones municipales.

Junto con las acciones formativas ya mencionadas, se realizan una serie de actividades de networking, 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.

Así, con objeto de potenciar su dinamismo y atractivo, la Dirección General de Comercio y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid pone en marcha los denominados Afterworks y los Coffee Break.

Los **afterworks** son actividades que reúnen mensualmente a los emprendedores alojados en la Red de Viveros de Empresas, con el objetivo de fomentar el networking y el trabajo en red en un ambiente desenfadado donde, mediante una actividad distendida –organizada por las entidades gestoras de los viveros de empresas– se conocen los diferentes emprendedores, y existe un contacto directo, un intercambio de experiencias y la puesta en común de ideas.

Los **coffee break**, constituyen una iniciativa que pretende facilitar el contacto de los emprendedores con personalidades del mundo de los negocios, la cultura, el deporte, la política y otros ámbitos sociales, de una manera distendida y amena, para hacer de la Red no sólo un lugar de trabajo, sino de encuentro, colaboración, inspiración, en definitiva el networking.



En 2016 se han realizado los siguientes encuentros:

- “La FP dual en las nuevas empresas” con la participación de representantes de Centros Educativos de FP y de las empresas siguientes: Infoempleo, SERYES, Arvato, Drago y Teresa Palazuelo.
- Lupina Iturriaga, fundadora de Fintonic.
- Pedro Clavería, fundador de Cuponation.

Nº de asistentes a actividades de networking: **267**

4.5.1 Participación en foros de emprendedores

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento ha participado en diversos foros para ofrecer sus servicios a los emprendedores que acuden a ellos. Entre los foros a los que se ha acudido en 2016 cabe destacar los siguientes:

- SALÓN MI EMPRESA

Estos últimos años se ha venido celebrando en el Palacio de Deportes de la Comunidad de Madrid (Barclaycard Center), una cita para emprendedores y pymes, a la que asistieron más de 15.000 visitantes, y donde participaron más de 75 expositores, entre los que se encontraba la Dirección General de Comercio y Emprendimiento.

Esta feria, celebrada los días 16 y 17 de febrero en su séptima edición, fomenta el negocio acercando las necesidades de emprendedores y autónomos a la oferta de servicios y soluciones, aunando el sector público con la iniciativa privada, facilitando el networking y el intercambio de experiencias entre emprendedores y empresarios.

El Salón puso de relieve la importancia que tiene la creación y continuidad de empresas en un contexto de crisis como el actual, al tiempo que se intenta fomentar el espíritu emprendedor, para crear riqueza y empleo en nuestra Ciudad.

Como en ediciones pasadas, se contó con la presencia en la inauguración de la Alcaldesa de Madrid.

- EXPOFRANQUICIA

Del 21 al 23 de abril de 2016 tuvo lugar en IFEMA – Feria de Madrid – la 23ª edición de EXPOFRANQUICIA “Salón de la Franquicia”, principal feria española de esta temática, que proporciona una fiel radiografía del sector de la franquicia. Con ello, se volvió a configurar un espacio comercial muy eficaz para un colectivo de profesionales, potenciales inversores y en

general gente emprendedora, interesados en una fórmula de negocio rentable y que ofrece grandes oportunidades, y también para aquellos que buscan una forma de autoempleo.

La Feria contó con la participación de más de 300 expositores y recibió la visita de más de 15.000 profesionales, de 35 países diferentes. En ella participaron grandes marcas consolidadas junto a nuevas e interesantes iniciativas, de manera que se ofrecieron posibilidades adaptadas a distintos niveles de inversión.

La DGCE estuvo presente con un stand que puso a disposición de los numerosos visitantes a esta Feria, para ofrecer sus servicios y herramientas para ayudar a poner en marcha un negocio a cualquier emprendedor y/o empresario en nuestra Ciudad.

Esta Feria se sigue consolidando como un foro de negocio y un escaparate y plataforma de presentación de las últimas novedades y oportunidades de negocio mediante este sistema de franquicias.

- FEED 2016

Durante los días 24 y 25 de mayo, y 15 y 16 de noviembre se celebraron dos foros de la Feria del Empleo en la Era Digital (FEED2016), en la que la DGCE estuvo presente con un stand informando sobre los diferentes servicios que dispone para fomentar el emprendimiento en nuestra ciudad.

Fueron jornadas donde los asistentes pudieron establecer diferentes contactos comerciales, se pusieron al día en cuanto a la denominada transformación digital, presentaron curriculum vitae a las más prestigiosas empresas e instituciones a nivel nacional, como LinkedIn, Deloitte, SEPE, Direct Seguros, Infoempleo, Vodafone, Kiabi, Leroy Merlin, etc.; jornadas de B2B en la que las empresas pondrán de manifiesto los avances que están teniendo en el proceso de digitalización y cómo les afectaba en el empleo, pudieron conocer las últimas herramientas y servicios para conectar con el Talento y con los perfiles más digitales.

- SPAIN SOUTH SUMMIT

Durante los días 5, 6 y 7 de octubre de 2016 tuvo lugar la quinta edición de Spain Startup & Investor Summit, en la N@ve que organiza IE y Spain Startup y en la que estuvo presente el Ayuntamiento de Madrid.

El objetivo fundamental de la Feria fue pretender reunir a las startups, inversores, empresas e instituciones líderes, en los campos de innovación y el emprendimiento, y en el que se dispuso de un área de exposición muy amplia, que cubrió toda la superficie de la N@ve,

complementado con un plan de conferencias, talleres, competiciones de startups y otras actividades.

- ZINC SHOWER

Los pasados días 19 y 20 de mayo se celebró en el Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid, la cuarta edición de Zinc Shower.

Un año más el Ayuntamiento de Madrid quiso apoyar este meeting show como parte de su continua participación en eventos relacionados con el emprendimiento por lo que, durante toda la feria la Dirección General de Comercio y Emprendimiento estuvo presente mediante un stand en el que se orientó y ofreció información en materia de emprendimiento.

Este tipo de encuentros crean gran cantidad de posibilidades para cubrir las posibles y diferentes necesidades de financiación de cada proyecto que oscilan desde los 10.000 hasta los 5 millones de euros.

Durante estos dos días que duró el evento se dieron cita más de 6.000 asistentes, 80 startups y más de 200 ponentes en materias de Innovación, Educación, Creatividad, Diseño y Economía.

- I FERIA DE EMPLEO JURÍDICO

El 14 de abril de 2016 en el Palacio de Neptuno se realizó la 1ª Feria de Empleo Jurídico (FEIURIS), una iniciativa del Ilustre Colegio de Abogados de Madrid donde se ofreció a los diferentes asistentes a este evento el emprendimiento como salida profesional, y en el que estuvieron técnicos de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento informando y asesorando a los asistentes sobre la formación, la creación de empresas, los viveros de empresas, y todo el apoyo que el Ayuntamiento ofrece a aquellos emprendedores que quieren instalar su negocio en nuestra ciudad.

- GALARDONES LATINOS EMPRENDEDORES EN ESPAÑA

La entrega de los Galardones Latinos Emprendedores en España se realizó el 20 de mayo del año pasado en el Vivero de Empresas de Vicálvaro. Los premios fueron una iniciativa auspiciada por Telepacífico en Colombia, Radio Tentación y el Ayuntamiento de Madrid, para reconocer en sus cuatro categorías –Crecimiento empresarial, Emprendiendo, Emprendedor innovador y Emprendedores con Impacto Social– la labor y el talento de empresas, emprendedores e instituciones latinoamericanas ante la sociedad española.

A la entrega de los premios, que cumplió su segunda edición, asistieron embajadores y representantes diplomáticos de Honduras, Colombia, República Dominicana, Ecuador y Perú.



4.5.2 SENSIBILIZACIÓN

La DGCE participa en acciones de sensibilización empresarial, orientadas a la población, con objeto de fomentar la cultura emprendedora. Entre las actividades más relevantes desarrolladas durante 2016, cabe señalar las siguientes:

- PREMIO EMPRENDEDORAS

Organizado por el Ayuntamiento de Madrid y la revista Yo Dona (del grupo Unidad Editorial), y en colaboración con el Centro Universitario Villanueva, Womenalia, Asecom (Asociación de empresas de confección y moda de la Comunidad de Madrid) y ASEME (Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid), se celebró el 2 de diciembre en el vivero de empresas de Puente de Vallecas, la sexta edición del Premio Emprendedoras, premio que se lanzó en 2011 por primera vez.

El objetivo principal de este premio es contribuir al reconocimiento de proyectos originales, creativos e innovadores acometidos por mujeres, para promover, fomentar, apoyar, impulsar y motivar la capacidad emprendedora de las mujeres, así como la generación de empleo e incremento de la actividad económica de la ciudad de Madrid.

Las ganadoras de las categorías (Idea emprendedora y Emprendedora) fueron entrevistadas en la sección Emprendedoras de Yo Dona y en Womenalia, obtuvieron un año de estancia en uno de los espacios de la Red de Viveros del Ayuntamiento de Madrid y el amadrinamiento de la emprendedora de éxito Isabel Llorens, CEO de Rusticae.

En esta sexta edición se han recibido 163 candidaturas, de las cuales se han elegido 5 finalistas para cada una de las categorías: Premio Idea Emprendedora (para ideas que todavía no se ha puesto en marcha) y Premio Emprendedoras (para empresas con menos de 2 años de funcionamiento).

Las galardonadas este año en el Premio Idea Emprendedora fueron Adriana Sánchez Arriaga (de Árity), con su proyecto de complementos y accesorios de moda realizados con materiales reciclados, plata y patronaje de residuos cero; y Autocine Madrid, de Tamara Istambul y Cristina Puerta, que es ya una realidad al ser el primer autocine de Madrid, un espacio en la zona de Chamartín, con capacidad para 350 vehículos, pantalla gigante de 250m, zona gastronómica con food trucks, etc.

En el Premio Emprendedoras la galardonada fue Laura Lozano, con su empresa tecnológica Chargy Technologies, un dispositivo de carga inalámbrica que interactúa con las personas pensado para instalarse en negocios, oficinas y espacios públicos con un diseño minimalista. Gracias a Chargy, la gente no tendrá que volver a preocuparse por el nivel de batería

de sus dispositivos móviles. Se estima que a lo largo del año 2017 se instalarán más de 2.000 ChargyPoints en las principales ciudades de España.

Chargy Technologies ha obtenido también el Premio del Ayuntamiento de Madrid dentro de los Premios Emprendedor Universitario 2016 de la Universidad Complutense de Madrid de este año.

- JUNIOR ACHIEVEMENT

La fundación educativa Junior Achievement, ha seguido contando con la colaboración de la DGCE, para que sus programas de sensibilización empresarial en las aulas lleguen a más de 12.000 alumnos procedentes de 236 colegios de toda España.

Durante 2016 la DGCE ha participado en los siguientes programas:

- La X edición de la Competición Nacional de Minempresas, donde - guiados por profesores y asesorados por voluntarios, los alumnos de secundaria forman equipos de trabajo para crear una empresa de estudiantes real a lo largo de todo un curso escolar. Cada equipo gestiona su miniempresa: elige su junta directiva, diseña un producto o servicio, desarrolla una estrategia de marketing y realiza su venta.

Así se capacitan en diferentes facetas de creatividad, innovación, estudio de mercado, critical thinking, resolución de conflictos, gestión de equipos, autonomía, iniciativa y liderazgo. El programa tiene además un alto componente internacional, promoviendo las relaciones con jóvenes de más de 30 países. De esta forma, desarrollan las habilidades y competencias requeridas por el mercado laboral del siglo XXI y plantear el emprendimiento como alternativa de futuro a través de una experiencia práctica.

Alumnos participantes: 2.018

Este año la Directora General de Comercio y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid, fue la encargada de entregar a Pilar Prieto, del I.E.S. Fray Luis de León de Salamanca, el Premio a la Profesora Emprendedora del año por su trayectoria, apoyo y continua motivación a los alumnos.

- La XV edición del “Simulador de Dirección Estratégica de Empresas” es un programa impulsado, donde los alumnos se convierten en gestores de su propia empresa a través de un simulador virtual en inglés, que les obligará a tomar decisiones estratégicas. Con este programa consiguen un aprendizaje en habilidades de análisis, toma de decisiones, identificación de

problemas, desarrollo del inglés y de la materia de economía; y sobre todo conocen de manera práctica las consecuencias de la toma de decisiones fomentando la utilización de medios tecnológicos.

Alumnos participantes: 80

- La VIII edición de la Competición Nacional de Emprendedores Universitarios "Startup Programme", dirigido a universitarios en los últimos años de carrera, este programa fomenta el emprendimiento entre los universitarios y captar nuevos talentos. A lo largo de un curso académico los estudiantes elaboran un plan de empresa, que después presentan en una competición nacional, acompañados por tutores de las universidades y asesores de empresas de referencia.

Liderazgo, creatividad, resolución de problemas, técnicas de comunicación, competencias emprendedoras, habilidades empresariales, sociales y personales, son algunas de los aspectos que se trabajan.

Alumnos participantes: 156

El Premio Startup - Ayuntamiento de Madrid al proyecto empresarial más viable, con más interés por constituirse, más innovador, creativo e inclusivo en 2016 fue otorgado a Being Inclusive, dedicado a la asesoría de imagen integral inclusiva, y creado por Nerea y Olga Mayoral, tutorizado por el COIE de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).

- JORNADA ECONOMÍA SOCIAL: RETOS Y OPORTUNIDADES FUTUROS

El Vivero de Empresas de Carabanchel celebró el 14 de diciembre la jornada "Economía social: retos y oportunidades futuros". Una jornada que contó con la presencia de CEPES (Confederación Empresarial Española de la Economía Social), el organismo representante de la economía social en nuestro país.

En la jornada se debatió sobre este sector económico tan importante en la ciudad de Madrid, donde prima la distribución de la riqueza y la reinversión de los beneficios de la empresa, el fomento del empleo, por encima del capital; al compaginar competitividad, viabilidad y eficacia, con solidaridad, democracia e igualdad.

- I ENCUENTRO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y STARTUPS

Los principales agentes de los medios de comunicación del mundo de los emprendedores se dieron cita el 23 de junio en el «I Encuentro de medios de comunicación y startups» que se celebró en el Vivero de Empresas de Vicálvaro, cuyo objetivo es el de conectar a los mass media con los propios emprendedores.

- II SALÓN EMPRENDE PLUS

El pasado 16 de noviembre el Vivero de Carabanchel acogió el II Salón Emprende Plus organizado por la Federación de Mujeres Progresistas, un gran salón de networking centrado en el emprendimiento femenino.

El networking fue el gran protagonista de la jornada, el cual se alternó con ponencias sobre emprendimiento y marketing digital, y en el que todas las asistentes tuvieron la oportunidad de dar a conocer su proyecto de negocio, ya estuviera constituido o aún en fase embrionaria.

Muchos de los negocios ya en funcionamiento dispusieron pequeños stands donde mostraron su proyecto empresarial.

- JORNADA DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL, NUEVA ALTERNATIVA PROFESIONAL

Con un claro objetivo de sensibilización en el emprendimiento social, y de conocimiento de sus ventajas, esta jornada realizada en el vivero de empresas de Carabanchel el 13 de diciembre del año pasado, tuvo un marcado aspecto social y empresarial, donde no sólo se intentó hacer comprender el concepto de emprendimiento social, sino de la capacidad crítica de análisis sobre las oportunidades, retos y tensiones inherentes a la creación de empresas sociales; el buen manejo de las herramientas necesarias para la financiación y medición del impacto de empresas sociales en distintos sectores; o un mejor conocimiento de uno mismo como profesional para hacer frente a los retos sociales de su entorno.

- PARTICIPACIÓN EN LOS PREMIOS EMPRENDEDORES UNIVERSITARIOS

Además de otro tipo de acciones de sensibilización, la DGCE participa y colabora en la entrega de los Premios Emprendedores Universitarios de las universidades Complutense y Autónoma de Madrid, reforzando con ello el compromiso del Ayuntamiento de Madrid con el fomento del espíritu emprendedor en los jóvenes universitarios,

favoreciendo su implantación con el apoyo con la cesión de un espacio en uno de los viveros de empresas.

En concreto, este año se ha galardonado al proyecto Chargy Technologies, dentro del Premio que el Ayuntamiento de Madrid otorga dentro de la categoría Premios a proyectos empresariales de los Premios Emprendedor Universitario 2016 de la Universidad Complutense de Madrid. Chargy Technologies ha obtenido también el Premio Emprendedora de este año.

En los XIII Premios a los Emprendedores Universitarios de la Universidad Autónoma de Madrid, galardones que buscan estimular a los miembros de la comunidad universitaria, el premio que otorgó el Ayuntamiento de Madrid fue a parar a INFOMIX, un proyecto en el ámbito de la Comunicación. Si bien su objetivo principal es la creación de un canal de TV online, actualmente han ampliado sus líneas de negocio y también hacen streaming tv, reportajes, etc.

4.6 FINANCIACIÓN

En 2016 se ha vuelto a renovar el convenio de financiación de la actividad emprendedora y las microempresas de Madrid con Microbank, destinados a proyectos de autoempleo y también al inicio, consolidación o ampliación de microempresas e iniciativas económicas y empresariales por cuenta propia.

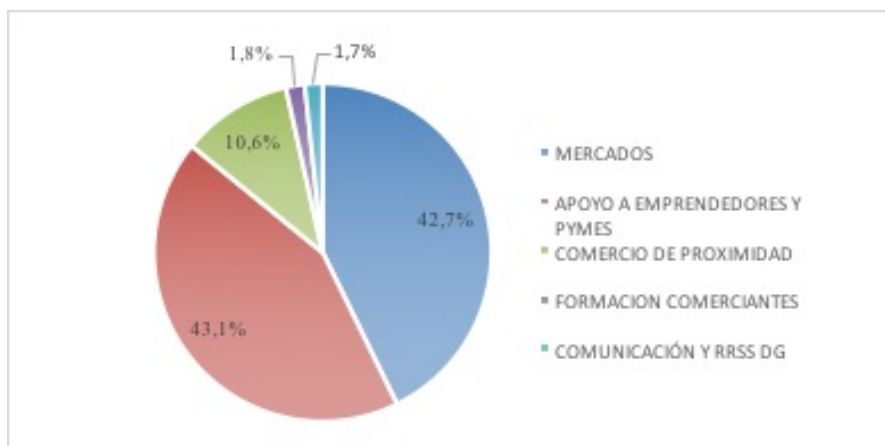
Así mismo, y para poder conseguir mejores condiciones en términos financieros para los emprendedores, se está en negociaciones con otras entidades de crédito para la firma de convenios de financiación.

No obstante, cualquier emprendedor que atendido por los servicios de la DGCE, es orientado, asesorado y redireccionado a otras entidades públicas que cada año ponen a disposición de otro tipo de líneas de financiación, como líneas ICO, líneas ENISA, AVALMADRID, etc.

5 PRESUPUESTO

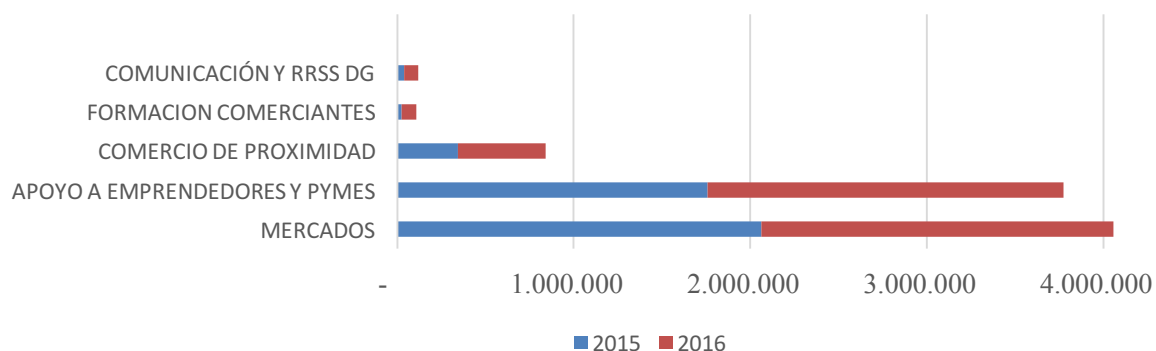
El conjunto de actividades llevadas a cabo por la DGCE en el ejercicio 2016 para el desarrollo de sus competencias ha sido financiado con cargo al programa presupuestario 431.40 “Promoción comercial y emprendimiento”.

El importe total ejecutado, excluidos los gastos de personal (capítulo I) ha ascendido a cerca de 4,7 millones de euros, repartidos con arreglo al siguiente desglose:



COMERCIO Y MERCADOS	2.578.010
MERCADOS	1.997.198
Inversión en instalaciones generales	1.171.934
Inversión en locales	371.270
Promoción	167.416
Innovación y nuevas tecnologías	55.658
Gestión y Otros	230.920
COMERCIO DE PROXIMIDAD	496.553
subvenciones Dinamización y asociacionismo	368.539
campañas institucionales	28.115
MCDM	80.987
Comercios centenarios	18.912
FORMACION COMERCIANTES	84.260
APOYO A EMPRENDEDORES Y PYMES	2.015.724
Gestión de viveros	971.689
Incubación, preincubación y aceleración	792.762
Asesoramiento emprendedores y pymes (Vue y PAE)	135.080
Fomento emprendimiento general	53.859
Fomento emprendimiento juvenil	10.000
Fomento emprendimiento femenino	1.479
Estudios GEM y otros	28.783
Formación emprendedores	20.149
Otros	1.923
COMUNICACIÓN Y RRSS DG	79.244
TOTAL	4.672.978

PRESUPUESTO ACUMULADO 2015-2016



DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DEL PRESUPUESTO 2015-2016

