



# MEMORIA ACTIVIDADES 2018

Dirección General de Comercio y Emprendimiento





## **ÍNDICE**

### **I "MEMOGRAM" 2018:**

Resumen en imágenes de las actividades más destacadas de la dirección general de comercio y emprendimiento en 2018

#### **I.1 COMERCIO**

#### **I.2 EMPRENDIMIENTO Y PYMES**

### **II MEMORIA DE ACTIVIDADES 2018**



**I.1 MEMOGRAM 2018  
COMERCIO**





## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

Subvenciones para la modernización y dinamización de los mercados municipales.

# SUBVENCIONES PARA LA MODERNIZACIÓN Y DINAMIZACIÓN DE LOS MERCADOS MUNICIPALES



MERCADO

### PEM: SUBVENCIONES PARA LA MODERNIZACIÓN Y DINAMIZACIÓN DE LOS MERCADOS MUNICIPALES

En 2018 la concesión de subvenciones a los concesionarios y usuarios de los mercados municipales, a través de convocatoria de subvenciones para la modernización de los mercados municipales y galerías de alimentación, publicada en el BOCM de 30 de abril de 2018, ha vuelto a ser una de las principales vías de financiación e incentivación de la inversión privada dirigida a la mejora estructural y funcional de los equipamientos dotacionales destinados a la prestación del servicio público de mercado.

A través de este instrumento se han concedido 54 subvenciones de capital por un importe total, en términos de obligaciones reconocidas a 31 de diciembre, de más de 1,6 millones de euros, que han inducido una inversión privada subvencionable del orden de 5,8 millones de euros, a la que hay que sumar la inversión privada no subvencionable asumida directamente por los concesionarios y usuarios de los mercados.





## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

Subvenciones para la modernización y dinamización de los mercados municipales: Mercado de las Águilas



### PEM: SUBVENCIONES MODERNIZACIÓN Y DINAMIZACIÓN DE LOS MERCADOS DE MADRID: REMODELACIÓN DEL MERCADO DE LAS ÁGUILAS

En ejecución del Plan Estratégico de Mercados Municipales, a través de la convocatoria anual de subvenciones para la modernización y dinamización de estos equipamientos, en 2018 se han destinado cerca de 120.000 euros al proyecto de mejora y renovación del mercado de las Águilas, el cual ha estrenado nueva imagen este año 2018.

Las obras han consistido en la reubicación de algunos puestos, la renovación de instalaciones generales y la incorporación de una mediana superficie que complementa la oferta del mercado. Las actuaciones han permitido un importante avance para el ahorro energético en un mercado que, además, es un modelo de establecimiento accesible y cardioprotegido. La inversión realizada en este mercado forma parte del Plan Estratégico de los mercados de Madrid, uno de cuyos ejes es la renovación de sus estructuras y la modernización tecnológica de estos establecimientos.





## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

### Subvenciones para la modernización y dinamización de los mercados municipales: mercado de Bami



### PEM: SUBVENCIONES PARA LA MODERNIZACIÓN Y DINAMIZACIÓN DE LOS MERCADOS MUNICIPALES: REHABILITACIÓN INTEGRAL DEL MERCADO DE BAMI

El mercado de Bami es una de las actuaciones de rehabilitación de mercados más destacada de las llevadas a cabo en 2018 en ejecución del PEM.

Entre las obras que se han realizado se encuentran la impermeabilización y aislamiento de la cubierta y el acondicionamiento puntual en la planta baja y sótano, dotando al mercado del contenido básico (solados, techos, instalaciones), aseos y vestuarios.

Además, se ha sustituido el montacargas e instalado un ascensor en el acceso sur, se ha modificado la instalación de protección contra incendios; se ha adecuando a la nueva distribución la instalación de aire acondicionado y ventilación; se ha modificado la instalación eléctrica; y se ha construido una nueva escalera mecánica de acceso a planta baja desde la entrada de la fachada norte.

Tras décadas de decadencia y casi nula actividad, el mercado cuenta ahora con frutería, pescadería, carnicería, charcutería, obrador de panadería, supermercado, gimnasio, local multiusos y dos locales exteriores disponibles para nuevas actividades.



## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

### Subvenciones para la modernización y dinamización de los mercados municipales: locales



### PEM: SUBVENCIONES PARA LA MODERNIZACIÓN Y DINAMIZACIÓN DE LOS MERCADOS MUNICIPALES: LOCALES

En 2018 se han concedido, en términos de obligaciones reconocidas a 31 de diciembre, 29 subvenciones de capital, por importe de casi 300.000 euros, para la remodelación de 29 locales pertenecientes a 10 mercados municipales.

Estas inversiones han permitido la modernización de las instalaciones de actividades preexistentes y la implantación de nuevas actividades.





## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

### IFS dirigidas a la mejora de las instalaciones



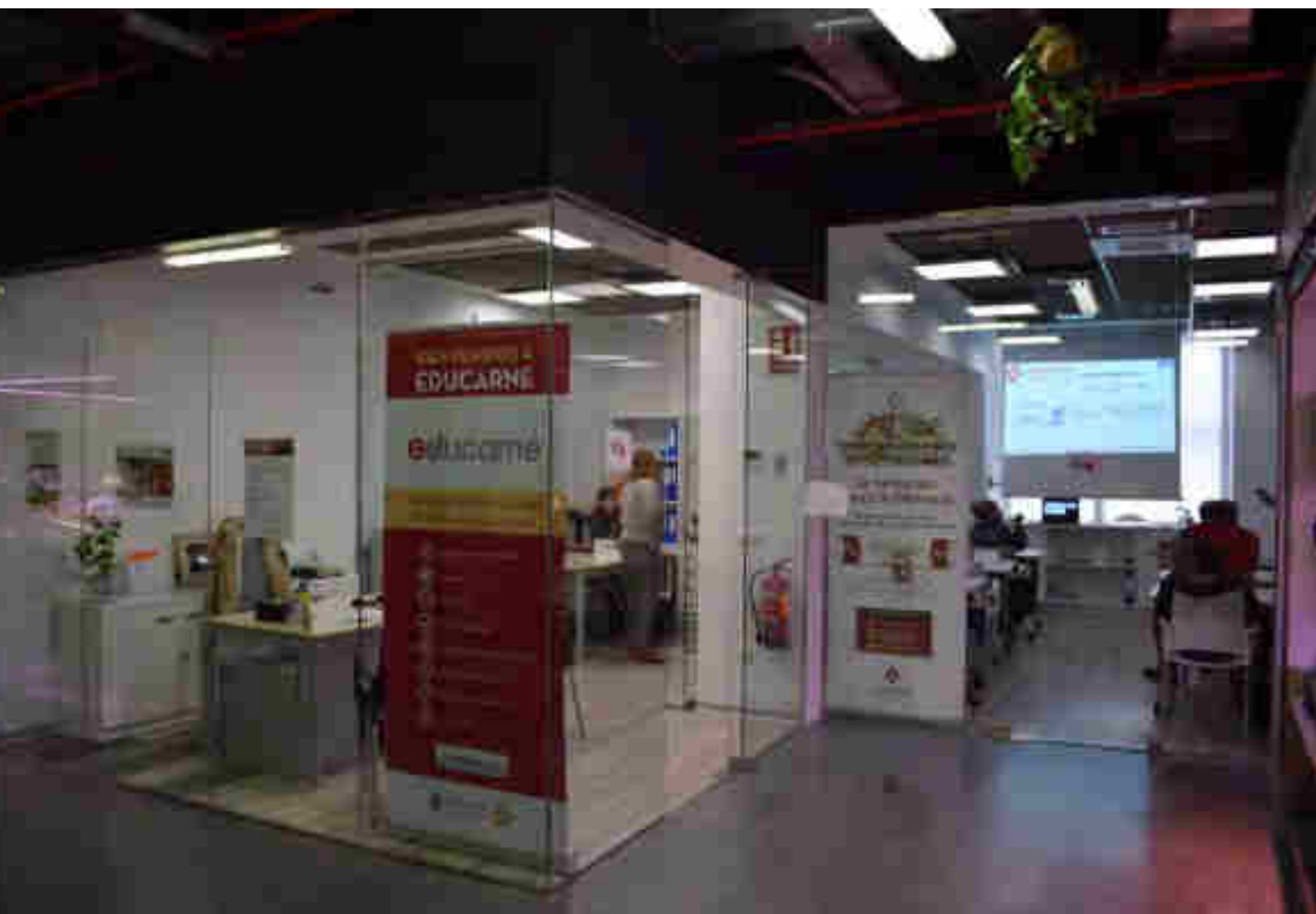
#### PEM: IFS DIRIGIDAS A LA MEJORA DE LAS INSTALACIONES

Con cargo a los Remanentes de Tesorería en el año 2018, se han destinado 763.523 euros a la ejecución de las inversiones financieramente sostenibles en los mercados de San Cristóbal, la Guindalera, Villa de Vallecas, Las Ventas y los Mostenses, que han permitido la subsanación de distintas deficiencias estructurales, la instalación de aseos accesibles o la supresión de barreras arquitectónicas en determinados accesos.



## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

Educarne: primer centro de formación en carnicería en el mercado Barceló



### PEM: EDUCARNE, PRIMER CENTRO DE FORMACIÓN DE CARNICERÍA EN EL MERCADO DE BARCELÓ

Con sede en pleno centro de la ciudad, en uno de sus mercados más emblemáticos y con el deseo de congregar a todos los profesionales de la carnicería-charcutería y llevar al futuro a las jóvenes generaciones de carniceros y charcuteros, en 2018 ha comenzado su andadura el centro de formación cárnico EDUCARNE.

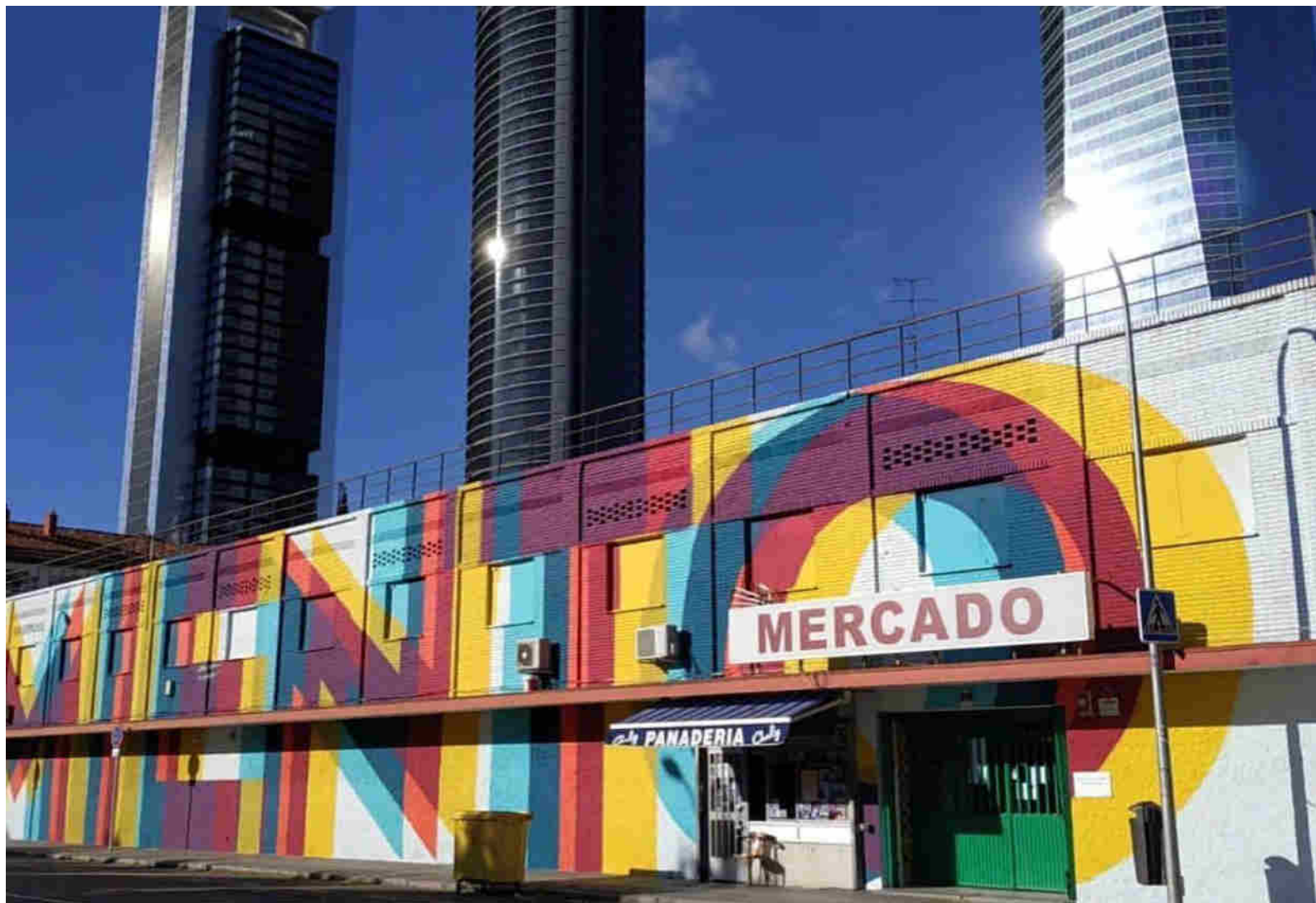
El Área de Equidad, Derechos Sociales y Empleo, a través de la dirección general de comercio y Emprendimiento, ha concedido en 2018 a FEDECARNE una subvención de 13.000 euros (30% de la inversión subvencionable) para crear en el mercado de Barceló el primer centro de formación para la carnicería en la Comunidad de Madrid.

El centro de formación, ocupa 80 m<sup>2</sup> distribuidos un aula multifuncional, sala de profesores y recepción. Además, incorpora un espacio de 300 metros cuadrados en la planta baja del mercado donde los alumnos podrán realizar las prácticas en las mismas condiciones técnicas que los carniceros y charcuteros profesionales. Además, el Centro de Formación ofertará más de 50 cursos que complementarán los contenidos de interés para los profesionales del sector.



## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

### Arte urbano en los mercados de Madrid: San Cristóbal.



#### PEM: ARTE URBANO EN LOS MERCADOS DE MADRID: SAN CRISTÓBAL

En el marco del proyecto Swatch Cites, bajo el comisariado de Urvanityart, Boa Mistura, un colectivo de artistas urbanos, ha intervenido en la fachada del mercado de San Cristóbal, transmitiendo el mensaje positivo “La vida es movimiento” y llenando de color sus muros, que ofrecían una oportunidad de cambio y un excelente soporte para reflejar la perfecta convivencia de los más modernos edificios que forman parte del sky line madrileño con los modestos formatos comerciales tradicionales.

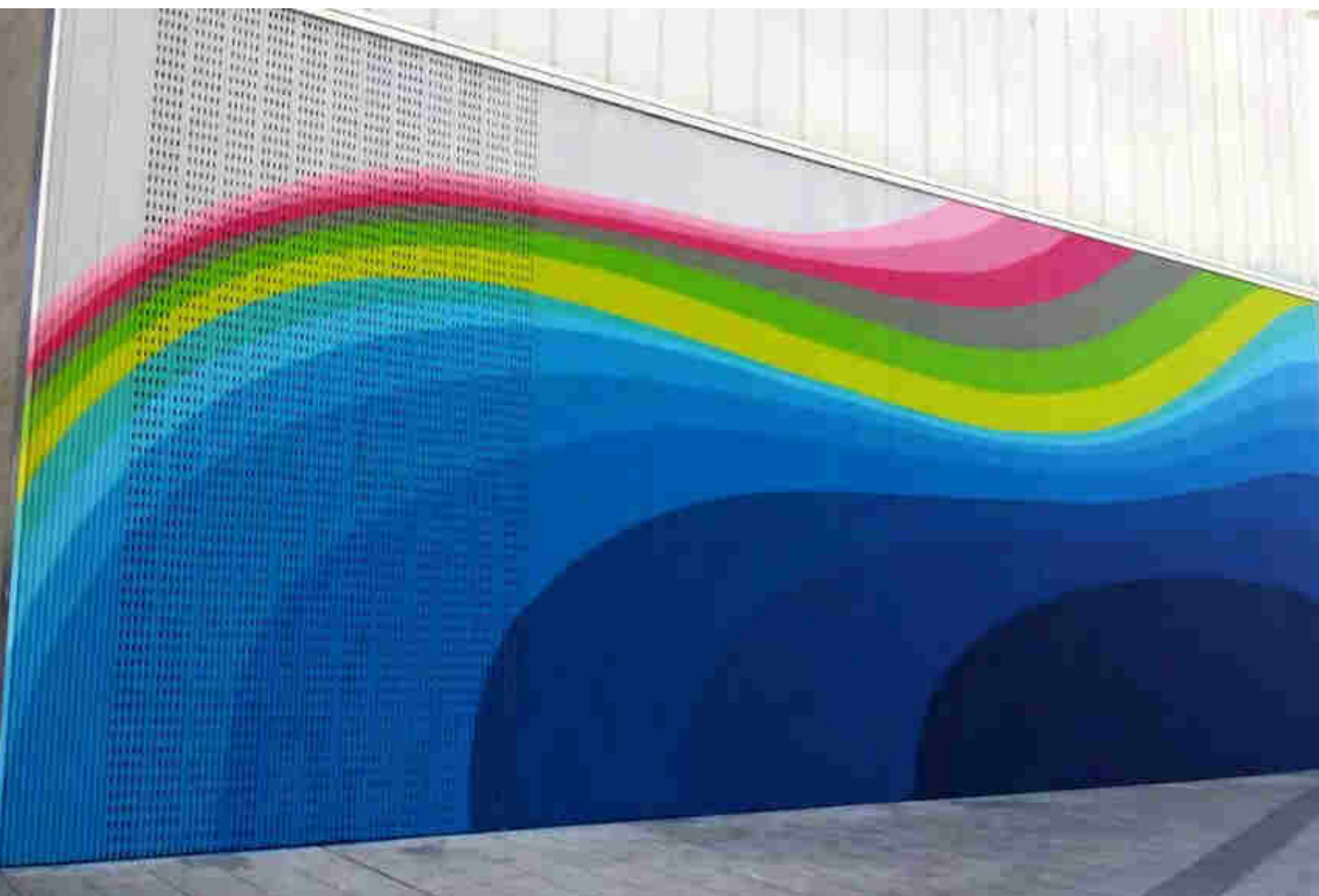
Esta intervención en el mercado pretende, a través de tendencias tan actuales como el arte urbano, revitalizar la actividad de un mercado tradicional en un barrio en constante transformación.





## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

### Arte urbano en los mercados de Madrid: Barceló



#### PEM: ARTE URBANO EN LOS MERCADOS DE MADRID: BARCELÓ

Coincidiendo con la edición 2018 de la feria de arte urbano urvanityart, se desarrolló el proyecto Urvanity Walls.

Gracias a la colaboración de la dirección general de comercio y emprendimiento con Urvanity art para la ejecución de este proyecto, el artista checo Jan Kalab intervino uno de los muros del mercado de Barceló, transformando la escena urbana y mejorando sin duda el atractivo de este mercado.

Esta intervención en el mercado pretende, a través de tendencias tan actuales como el arte urbano, revitalizar la actividad de un mercado tradicional en un barrio en constante transformación.





## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID Campaña "Con M de Mercados de Madrid"



### PEM: CAMPAÑA "CON M DE MERCADOS DE MADRID"

En el mes de diciembre, tan importante para la actividad de los mercados municipales, se lanzó una nueva campaña de promoción de los mercados que pretendía destacar la evolución de estos establecimientos para adaptarse y asegurar su competitividad en el actual escenario comercial, resaltando la unión de tradición, calidad y nuevas estrategias destinadas a poner en valor la experiencia de compra, como alternativa, entre otros, al comercio electrónico.

La campaña se desarrollo en soportes de mobiliario urbano (300 mupis digitales) y en prensa gráfica.



## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

### Campaña "Saboreando los mercados de Madrid"



### CAMPAÑA SABOREANDO LOS MERCADOS DE MADRID

Canal Cocina y el Ayuntamiento de Madrid, a través de la dirección general de comercio y emprendimiento, firmaron por tercer año consecutivo, un acuerdo de colaboración para promocionar los mercados de la capital y apoyar el comercio local.

Bajo el lema 'Saboreando los mercados de Madrid' –que se suma al del aniversario de Canal Cocina '20 años saboreando juntos'- la campaña exterior estuvo visible en las calles y barrios madrileños desde junio hasta finales de septiembre a través de multitud de soportes publicitarios, incluyendo 550 mupis, 180 columnas publicitarias, autobuses de EMT y banderolas.

La campaña exterior se reforzó con una intensa actividad en redes sociales, tanto municipales como de canal cocina y de los mercados madrileños.



## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID Campaña "Mercados de Madrid, alimenta el alma"



### PEM: CAMPAÑA "MERCADOS DE MADRID, ALIMENTA EL ALMA"

En el 2018 se lanzó la campaña de promoción "Mercados de Madrid, alimenta el alma".

La campaña se desarrolló en mupis convencionales en el mes de julio, en mupis digitales en diciembre y en redes sociales.

El protagonista de la campaña es un hercúleo cocinero que, mediante diversos pareados, aconseja sobre las viandas que se pueden adquirir en los mercados de Madrid para triunfar en la mesa.





## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID "Échale huevos a tu cocina"



### PEM: CAMPAÑA "ÉCHALE HUEVOS A TU COCINA "

Bajo el lema "Échale huevos a tu cocina" y en colaboración con Canal Cocina, se celebró el "Día del huevo" en doce mercados madrileños: Prosperidad, Barceló, La Paz, Santa María de la Cabeza, San Antón, Antón Martín, Tirso de Molina, Chamartín, la Cebada, Maravillas, Vallehermoso y las Ventas.

El objetivo de esta campaña es destacar los valores nutricionales del huevo, sus propiedades y su gran versatilidad a la hora de formar parte de cualquier menú.

Esta promoción contribuye a dar cumplimiento a las actuaciones del Plan Estratégico de Mercados en los aspectos relacionados con el fomento de una alimentación saludable y equilibrada, la promoción de la dieta mediterránea y la colaboración en la dinamización del sector primario y las materias primas de calidad.



## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID Gastrofestival 2018



### PEM: GASTROFESTIVAL 2018

13 mercados municipales (Antón Martín, Barceló, la Paz, los Mostenses, San Enrique, Vallehermoso, Tirso de Molina, Chamartín, Guindalera, Prosperidad, San Fernando, Santa María de la Cabeza y Las Ventas) participaron en la edición 2018 de gastrofestival.

El acto de inauguración de las actividades de gastrofestival en los mercados tuvo lugar el 20 de enero en el Mercado de Antón Martín y contó con la presencia de Doña Clara María González de Amezúa, fundadora de la escuela Alambique, escuela culinaria por la que han pasado cocineros de la talla de Paco Roncero, Ángel León o Toño Pérez.

En su discurso inaugural hizo referencia a su trayectoria y destacó la importancia de los mercados de abastos como epicentro y base de la buena gastronomía. Dentro del acto se dio el pistoletazo de salida al certamen y se presentó la Tapa Gastrofestival ofrecida por los locales del Mercado de Antón Martín.





## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

"Descubre Costa Rica en los mercados de Madrid"



### PEM: "DESCUBRE COSTA RICA EN LOS MERCADOS DE MADRID"

El día 22 de junio se celebró en el mercado de Chamberí un showcooking con productos de Costa Rica.

La demostración estuvo organizada por la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (Procomer) y contó con el apoyo del Ayuntamiento de Madrid y de la embajada de Costa Rica en España.

Al acto asistió Marta Higuera Garrobo, Primera Teniente de Alcalde Delegada del Área de Equidad, Derechos Sociales del Ayuntamiento de Madrid, quien acompañó a Doris Osterlof embajadora de Costa Rica en España.

El acto contó también con la presencia de Concha Díaz de Villegas, directora de comercio y emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid, quien destacó que los mercados y el comercio minorista de la capital son una fuente ideal para poder llevar una vida sana y encontrar productos frescos de gran calidad de todas las partes del mundo.





## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

"Del huerto de Florette a los mercados de Madrid"



### PEM: "DEL HUERTO DE FLORETTE A LOS MERCADOS DE MADRID", 2ª edición

Los días 24, 25 y 26 de mayo se celebró la segunda edición de la actividad "Del huerto de Florette a los mercados de Madrid". El objetivo fundamental de esta actividad es la promoción de los mercados municipales de Madrid vinculando su imagen al alimento fresco de máxima calidad. Al igual que el pasado año, en la explanada junto al mercado de Barceló se colocó un pequeño huerto donde pequeños y mayores descubrieron, de la mano de agricultores, cómo es el trabajo diario en el campo, el origen de los vegetales, las distintas variedades que existen. Además las niñas y niños, guiados por una nutricionista, aprendieron a realizar una compra saludable de productos frescos por el mercado. La actividad se completó con una demostración de recetas sencillas, sabrosas y muy saludables por parte de Acyre (Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid) para así conocer la versatilidad de los vegetales, y se las llevaron en un recetario. Fueron tres los colegios asistentes, con un total de 135 alumnos.

Este año, visitaron 'el huerto' 1.500 personas, incluyendo medios de comunicación e influencers. Florette donó en su nombre 1.500 ensaladas al Banco de Alimentos de Madrid.



## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

### Veranos de la Villa en el mercado de Vallehermoso



Imagen de somos chamberí.

#### PEM: VERANOS DE LA VILLA, EN EL MERCADO DE VALLEHERMOSO

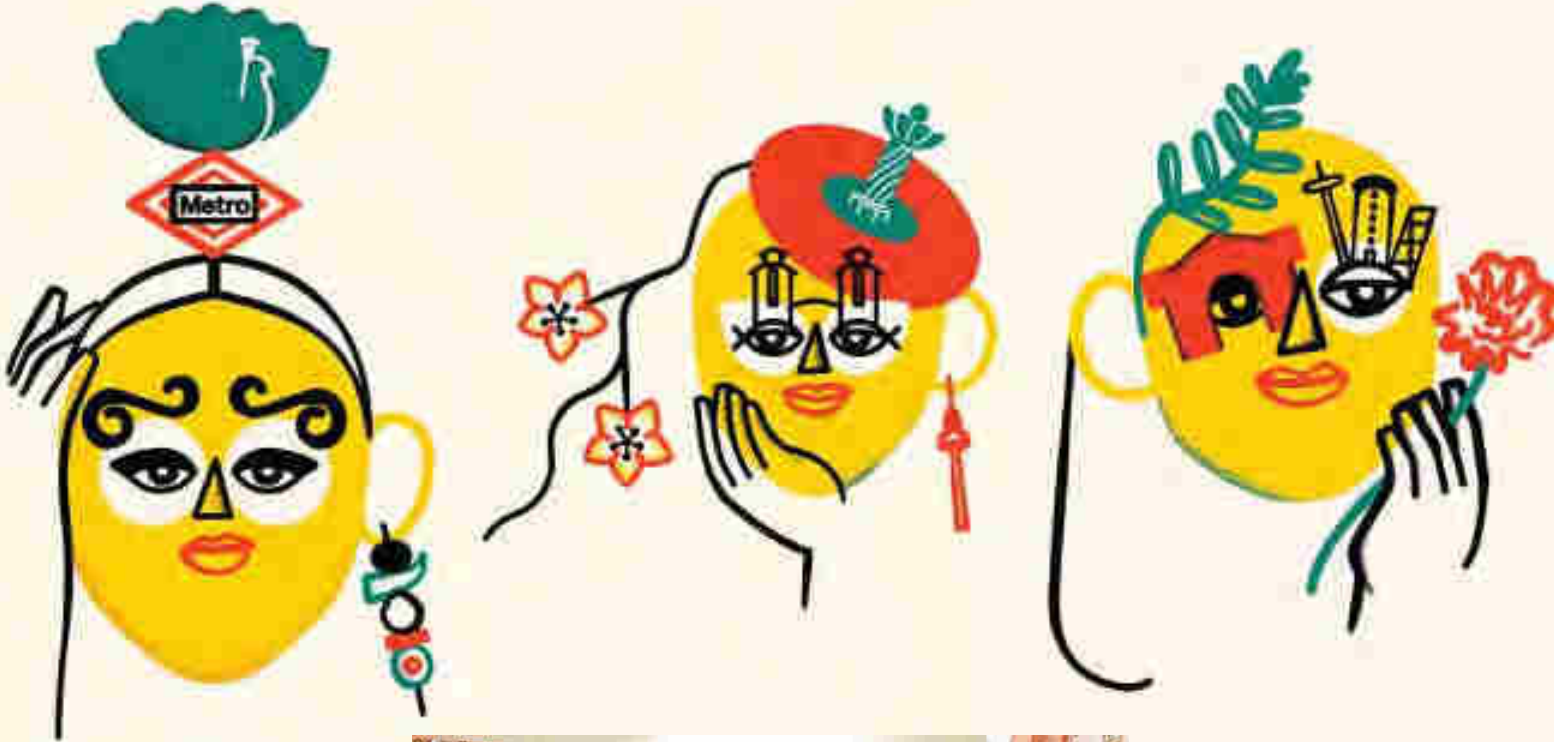
La gastronomía y los mercados de Madrid estuvieron presentes por primera vez en los Veranos de la Villa del año 2018.

El 8 de julio, las calles de Vallehermoso y Fernando el Católico a la altura del mercado, se convirtieron en peatonales y allí instalaron sus cocinas tres destacados cocineros de la capital, [(Abraham García (del veterano restaurante Viridiana), Rebeca Fernández (de La Berenjena) y Javi Estévez (de La Tasquería)], avalados por la Guía Repsol, elaborando en directo un plato sobre un escenario construido para la ocasión.

Esos y otros platos se pudieron degustar posteriormente, a modo de tapa, en los puestos que el mercado sacó a la calle.



## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID "Mira Madrid", se acerca al mercado de Tirso de Molina



### PEM: "MIRA MADRID" SE ACERCA AL MERCADO TIRSO DE MOLINA

El día 2 de junio, coincidiendo con la celebración del Día Mundial del Turismo Responsable, se celebró la primera edición de "Mira Madrid", organizada por Turismo del Ayuntamiento de Madrid con el objetivo de difundir 12 espacios emblemáticos del patrimonio madrileño.

Entre los espacios escogidos se encontraba el mercado de Tirso de Molina, que celebra los 85 años desde su inauguración y que para la ocasión ofreció un espectáculo de Zarzuela y una degustación de los productos del mercado.





## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID "La noche de los mercados, by Celeste"



### PEM: "LA NOCHE DE LOS MERCADOS, by CELESTE"

El 24 de mayo se celebró en los mercados de Antón Martín, las Ventas y La Paz la segunda edición de la "Noche de los mercados", con la participación de más de cien locales que permanecieron abiertos hasta las 23.30.

En este encuentro gastronómico las protagonistas fueron tapas elaboradas con productos frescos del propio mercado, que maridaron con un vino de crianza.

Además, varios sumilleres amenizaron la degustación actuando como DJ's.

Este evento se encuadra entre las acciones de la dirección general de comercio y emprendimiento destinadas a la promoción y dinamización de la actividad de los mercados municipales, y cumple objetivos del Plan Estratégico de los Mercados de Madrid.



## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

### Meninas en los mercados de Madrid



### PEM: LAS MENINAS RECORREN LOS MERCADOS DE MADRID

Una vez finalizada la exposición urbana de “Meninas Madrid Gallery”, cuatro de las piezas, que fueron cedidas al Ayuntamiento de Madrid por Meninas Runway, han pasado a recorrer los mercados municipales madrileños.

De ese modo, todas las personas que echaban de menos a las meninas o las que no tuvieron ocasión de conocerlas han podido disfrutarlas en alguno de los mercados a los que se han desplazado.





## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE El sentido de los alimentos de temporada



**EL SENTIDO  
DE LOS  
ALIMENTOS  
DE TEMPORADA**

### DIVERTIDA CATA A CIEGAS DE FRUTAS Y VERDURAS DE LA HUERTA

en los mercados municipales  
DEL 18 AL 27 DE ENERO 2016



**BARCELÓ**  
VIERNES 22 / 2016

**LAS ÁGUILAS**  
MIÉRCOLES 24 / 2016

**SAN FERNANDO**  
VIERNES 22 / 2016

01

02

03

04

05

06

**ANTÓN MARTÍN**  
VIERNES 18 / 2016

**DOÑA CARLOTA**  
VIERNES 20 / 2016

**PROSPERIDAD**  
VIERNES 24 / 2016

Se organizarán una serie de  
catas a ciegas de frutas y verduras  
de temporada.



INFORMACIÓN Y PLAZA:  
atb@madrid.com | info@mercadosmunicipales.org



MADRID

### PEM: EL SENTIDO DE LOS ALIMENTOS DE TEMPORADA

En el marco de los compromisos del Pacto de Política Urbana de Milán, suscritos por el Ayuntamiento de Madrid en el año 2015, del 18 al 27 de enero, se realizó esta actividad destinada a difundir las ventajas de los alimentos de temporada y de proximidad.

Participaron los mercados de Antón Martín, Barceló, Doña Carlota, Las Águilas, Prosperidad y San Fernando.

La actividad, de una hora de duración, consistía en una cata a ciegas de productos de la huerta y las sesiones fueron dirigidas por los educadores ambientales de la asociación Mar de Tierras.





## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

### Participación en la operación "Kilo solidario"

# MERCADOS DE MADRID



- VILLA DE VALLECAS
- LAS VENTAS
- LAS ÁGUILAS
- BARCELÓ
- SANTA MARÍA DE LA CABEZA
- SAN ANTÓN
- CHAMARTÍN
- LA PAZ



### PEM: PARTICIPACIÓN EN LA OPERACIÓN KILO SOLIDARIO DE CANAL COCINA

El 15 de diciembre, ocho mercados de Madrid, Villa de Vallecas, Las Ventas, Las Águilas, Barceló, Santa María de la Cabeza, San Antón, Chamartín y La Paz, se unieron a la "Operación Kilo" organizada por Canal Cocina y el Banco de Alimentos. Participaron también algunos de los cocineros más mediáticos del Canal Cocina.

La participación de los mercados municipales en esta consolidada acción solidaria, confirma el importante papel de estos establecimientos como centros de convivencia vecinal y refuerzan su función social.



## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

### Semana contra el desperdicio alimentario



#### PEM. SEMANA CONTRA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO

24 al 30 de septiembre de 2018

La dirección general de comercio y emprendimiento ha participado en la "semana contra el desperdicio alimentario", coordinada por AECOC, Asociación de empresas del Gran Consumo. La celebración de esta iniciativa se enmarca en la campaña "La Alimentación no tiene desperdicio" puesta en marcha por la mencionada organización en el año 2012 y cuyo objetivo es el uso más eficiente de los recursos a lo largo de toda la cadena alimentaria, comenzando en el sector primario hasta el consumidor final, mediante medidas que buscan la prevención del desperdicio, maximizar el aprovechamiento y sensibilizar a la sociedad sobre este problema. Cuenta con el apoyo de más de 350 empresas fabricantes y distribuidoras

La DGCE colaboró divulgando y promocionando la iniciativa a través de sus RRSS y página web, además de con diferentes acciones en los mercados municipales, como el de Prosperidad, que se sumó a las actividades de la semana con talleres de cocina que aprovechaban alimentos sobrantes.



## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID

"Aprende a comprar y cocinar en los mercados de Madrid".



### PEM: "APRENDE A COMPRAR Y COCINAR EN LOS MERCADOS DE MADRID"

El día 22 de noviembre en el mercado de Antón Martín y con el colegio de los Salesianos comenzó una nueva edición del proyecto "Aprende a comprar y cocinar en los mercados de Madrid" destinado a promocionar los mercados municipales entre los futuros consumidores de Madrid, los niños y niñas de entre 10 y 12 años.

En 2018 se han impartido un total de 10 talleres en los que han participado cerca de 300 niñas y niños por taller, de 10 centros educativos.





## PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADOS MUNICIPALES

### 75 aniversario del mercado de Chamberí



### 75 ANIVERSARIO DEL MERCADO DE CHAMBERÍ

El 5 de julio la alcaldesa de Madrid, acompañada por la primera teniente de alcalde, visitó el Mercado Municipal de Chamberí, referente de la vida del Distrito, con ocasión de la celebración de su 75 aniversario. La Alcaldesa reiteró allí su compromiso con la dinamización de los mercados municipales.

En su visita hizo un recorrido por los puestos que jalonan las calles, todas con nombres de zarzuela, de uno de los mercados más castizos de Madrid, el de Chamberí, pudiendo palpar en directo el día a día de este centro estrechamente vinculado a la ciudadanía.



## PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS DE MADRID Mercamad



### PEM: MERCAMAD

En 2018, la aplicación para móviles Mercamad ha actualizado y ampliado sus contenidos e intensificado las acciones dirigidas a informar a la ciudadanía de las actividades y servicios que se desarrollan y prestan en los mercados de Madrid.

Además, se han editado y distribuido folletos divulgativos para dar a conocer esta aplicación que año tras año aumenta el número de seguidores.



## MERCADOS MUNICIPAL DE PRODUCTORES PLANETARIO



### MERCADO MUNICIPAL DE PRODUCTORES PLANETARIO

El 20 de mayo se inauguró el mercado de productores del Ayuntamiento de Madrid, situado en la Avda. del Planetario, junto al parque Tierno Galván y que se celebrará el tercer domingo de cada mes. Su objetivo es potenciar el consumo sostenible y artesanal de calidad, a la vez que contribuirá a impulsar la creación de empleo, el emprendimiento y el cuidado medioambiental.

Participan en cada edición un total de 36 pequeños productores cuya explotación se encuentra a no más de 120 km de la capital y pueden encontrarse una amplia gama de alimentos y bebidas.

De forma paralela se organizan otras actividades como jornadas técnicas, catas de productos, charlas gastronómicas y talleres de niños.

En 2018 se han celebrado 6 ediciones de este mercado.





## MADRID CAPITAL DE MODA

MCDM en FITUR 2018



### ESTAND DE MADRID CAPITAL DE MODA EN FITUR 2018

La DGCE estuvo presente en FITUR 2018, con un stand propio destinado a dar a conocer a los asistentes a esta feria la oferta comercial de la ciudad, una oferta que hace de Madrid Capital de Moda y consolida el papel de esta como destino de turismo de compras.



## MADRID CAPITAL DE MODA

Turismo de compras en comercios singulares de Madrid  
Fitur 2018



### TURISMO DE COMPRAS EN COMERCIOS SINGULARES DE MADRID

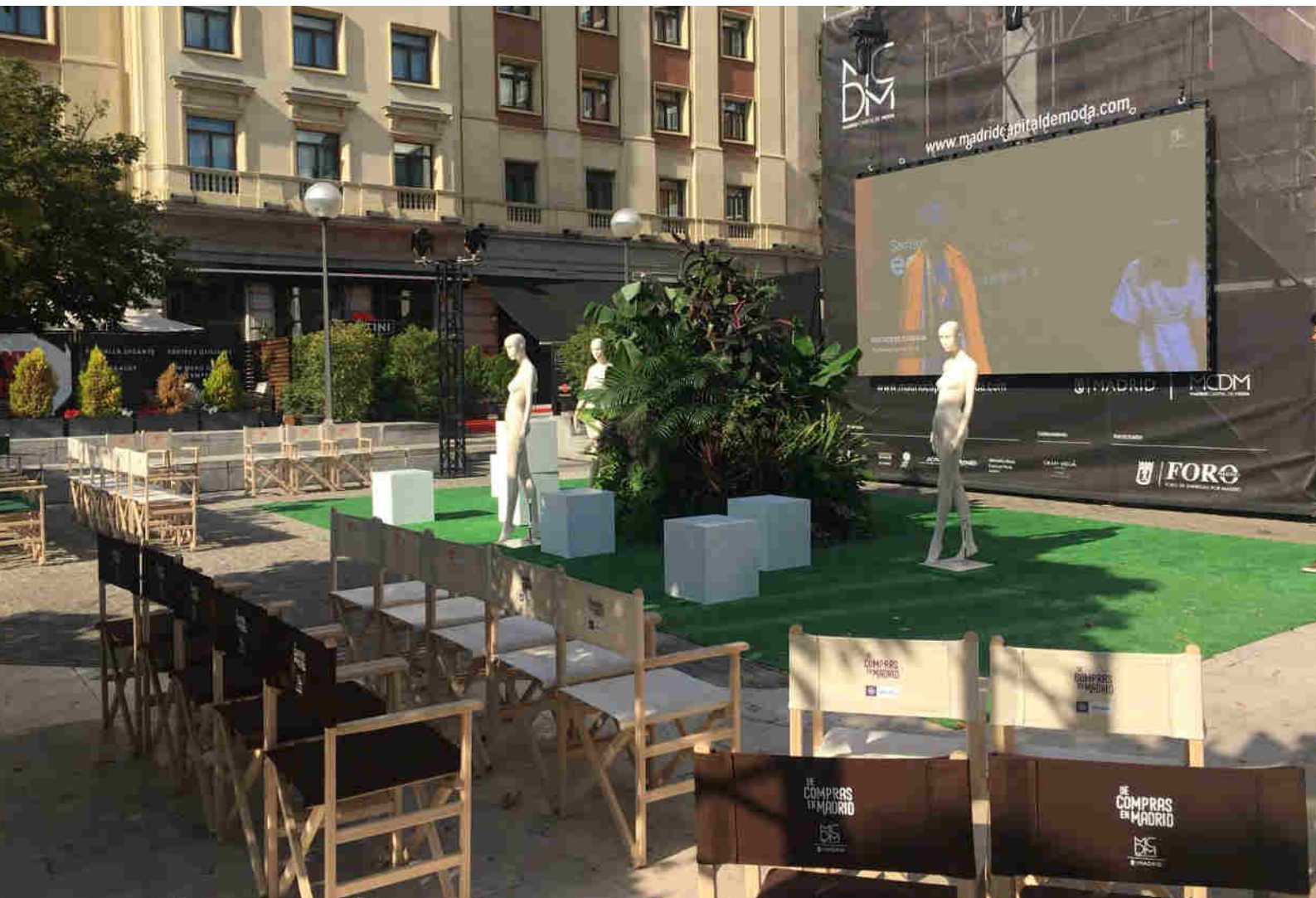
El 18 de enero la DGCE participó en la mesa redonda “Turismo de compras en comercios singulares de Madrid” celebrada en I Fitur 2018.

En su intervención, la DGCE destacó que “Desde el Ayuntamiento y junto con asociaciones y mercados se trabaja para consolidar los ejes y zonas comerciales con comercios singulares, pequeños emprendedores y compras de experiencia”. Asimismo destacó en su exposición que “Los comercios deben adaptarse continuamente a los hábitos de consumo, pero deben también educar al consumidor y poner en valor la calidad de los productos en contraste con otros de menor calidad o de productos falsificados”.



## MADRID CAPITAL DE MODA

Pantalla gigante en la plaza de Margaret Thatcher ( Colón)



### PANTALLA GIGANTE EN LA PLAZA DE MARGARET THATCHER

Coincidiendo con la celebración de las ediciones de otoño/invierno y primavera/verano de Mercedes Benz Fashion Week Madrid, en los meses de enero y julio, un año más, Madrid Capital de Moda volvió a sacar la moda a la calle, instalando en la Plaza de Margaret Thatcher una pantalla LED gigante para la retransmisión de los desfiles de la MFMW, con objeto de acercar a todo el público los desfiles de moda que se celebran en nuestra ciudad.

Paralelamente, la web [madridcapitaldemoda.com](http://madridcapitaldemoda.com), durante 12 horas diarias retransmitió en abierto y en alta calidad los contenidos de moda y desfiles de MBFWM que se emitían en esta pantalla, de manera que cualquier persona pudiera disfrutar de ellos desde cualquier lugar en sus ordenadores o dispositivos móviles.





**MADRID CAPITAL DE MODA**

Madrid es Moda: difusión



# EL FESTIVAL “MADRID ES MODA” VESTIRÁ LA CAPITAL DURANTE LA SEMANA DE LA MODA 28 junio, 2018

## **MADRID ES MODA: DIFUSIÓN**

La dirección general de comercio y emprendimiento colaboró con la Asociación de Creadores de Moda de España en la difusión de las actividades de Madrid Es Moda.

Este festival de moda urbano, cuyo eje central es el diseño y la creación española, celebró en 2018 sus ediciones VI y VII, con más de 50 acciones en cada una de ellas, repartidas por toda la ciudad.

Su objetivo es potenciar todo tipo de actividades en torno a la moda durante la fashion week.

Además de la difusión en la web y redes sociales de Madrid Capital de Moda, en la edición de enero, veinte autobuses urbanos publicitaron y dieron visibilidad al evento por la ciudad.





## MADRID CAPITAL DE MODA

Concurso de escaparates en el marco de Madrid es Moda



### CONCURSO DE ESCAPARATES DEL FESTIVAL MADRID ES MODA

La dirección general de comercio y emprendimiento colaboró con la Asociación de Creadores de Moda de España, participando como patrocinadora, en la organización del concurso de escaparatismo que se desarrolló coincidiendo con la celebración de MBFWM dentro del festival de moda urbana Madrid es Moda.

En este concurso participan alumnos de las escuelas de moda y diseño de Madrid y profesionales consagrados, y contribuye con sus originales propuestas a dar mayor visibilidad al sector de la moda, y por tanto, es un evento más que contribuye a la realidad del proyecto Madrid Capital de Moda.



## MADRID CAPITAL DE MODA

1001 bodas Premium



Imagen de ifema.es

### 1001 BODAS PREMIUM

En el mes de marzo, la Galería de Cristal del Ayuntamiento de Madrid, transformada en un original y romántico jardín, fue escenario de la primera edición de 1001 Bodas Premium, organizada por IFEMA, con la colaboración de la dirección general de comercio y emprendimiento.

Este exclusivo evento, que reunió a más de 80 firmas y marcas exclusivas del mundo nupcial, se enmarca en el proyecto Madrid Capital de Moda, a través del cual se facilitó a la organización el espacio para el evento y la comunicación exterior del mismo en autobuses de EMT.





## MADRID CAPITAL DE MODA Meninas Madrid Gallery



### **MENINAS MADRID GALLERY**

Si tuviésemos que destacar el evento más significativo organizado por la DGCE en 2018, este sería sin duda, dada su repercusión, Meninas Madrid Gallery.

La alcaldesa de Madrid, Manuela Carmena, presentó oficialmente el 13 de abril la exposición urbana “Meninas Madrid Gallery”.

Desde esa fecha, hasta mediados del mes de julio, 80 Meninas diseñadas por el escultor venezolano Antonio Azzato se repartieron por las calles de Madrid.

El proyecto, promovido por ACOTEX y el Ayuntamiento de Madrid, dentro de la iniciativa Madrid Capital de Moda, convirtió las calles de la capital en la mayor galería urbana de arte contemporáneo bajo la icónica imagen de las Meninas de Velázquez e inundó las redes sociales llevando la imagen de Madrid a todo el mundo.





## MADRID CAPITAL DE MODA

Mercado de las flores Vogue, en Jorge Juan



### MERCADO DE LAS FLORES VOGUE EN JORGE JUAN

Inspirado en los mercados de flores de algunas de las principales capitales europeas, el 26 de mayo se celebró en el tramo comprendido entre Serrano y Velázquez de la calle Jorge Juan, una nueva edición del mercado de las flores VOGUE, cuyo objetivo es dinamizar el comercio y la hostelería de la zona e incentivar el paseo y la utilización del espacio público.

Este evento, fruto de la colaboración entre VOGUE (Conde Nast), la asociación de comerciantes Distrito41 y la dirección general de comercio y emprendimiento, se enmarca entre las numerosas acciones del proyecto Madrid Capital de Moda.

En la edición 2018 participaron, además de las floristerías, diversas fundaciones destinadas a la realización de proyectos solidarios como son “Juegaterapia”, “A la par” y “El sueño de Vicky”.



## MADRID CAPITAL DE MODA

Decoración en barrio de las Letras



### DECORACIÓN: BARRIO DE LAS LETRAS

Bajo la temática general “Los Sueños”, se celebró la novena edición de Decoración, los días 7 al 10 de junio. Se trata del mayor evento urbano del interiorismo y la decoración, que este año ha reunido a más de 100 interioristas los cuales han intervenido en las calles, plazas y fachadas del emblemático Barrio de las Letras de Madrid. Las intervenciones de interioristas consagrados comparten el espacio con las de jóvenes decoradores. Además esta edición ha incorporado, bajo el nombre “Arte de calle”, el arte urbano con intervenciones en directo y la realización de varios murales en la Plaza de Santa Ana.

Esta feria, fruto de la colaboración entre la asociación de comerciantes del Barrio de las Letras, la revista Nuevo Estilo y la dirección general de comercio y emprendimiento, forma parte de los eventos comprendidos en el proyecto Madrid Capital de Moda, y por su naturaleza y gran atractivo turístico es uno de los que mejor definen y exponen la esencia de este proyecto.





## MADRID CAPITAL DE MODA

### Salesas Village, The Festival



### **SALESAS VILLAGE, THE FESTIVAL**

Durante el año 2018 se ha dado continuidad a este evento que se celebra el primer sábado de cada mes en las calles Campoamor y Santa Teresa y en el cual participan más de 40 firmas, con puestos que ofrecen artículos de decoración, moda y complementos. Esta oferta comercial se completa con propuestas gastronómicas y actividades culturales.

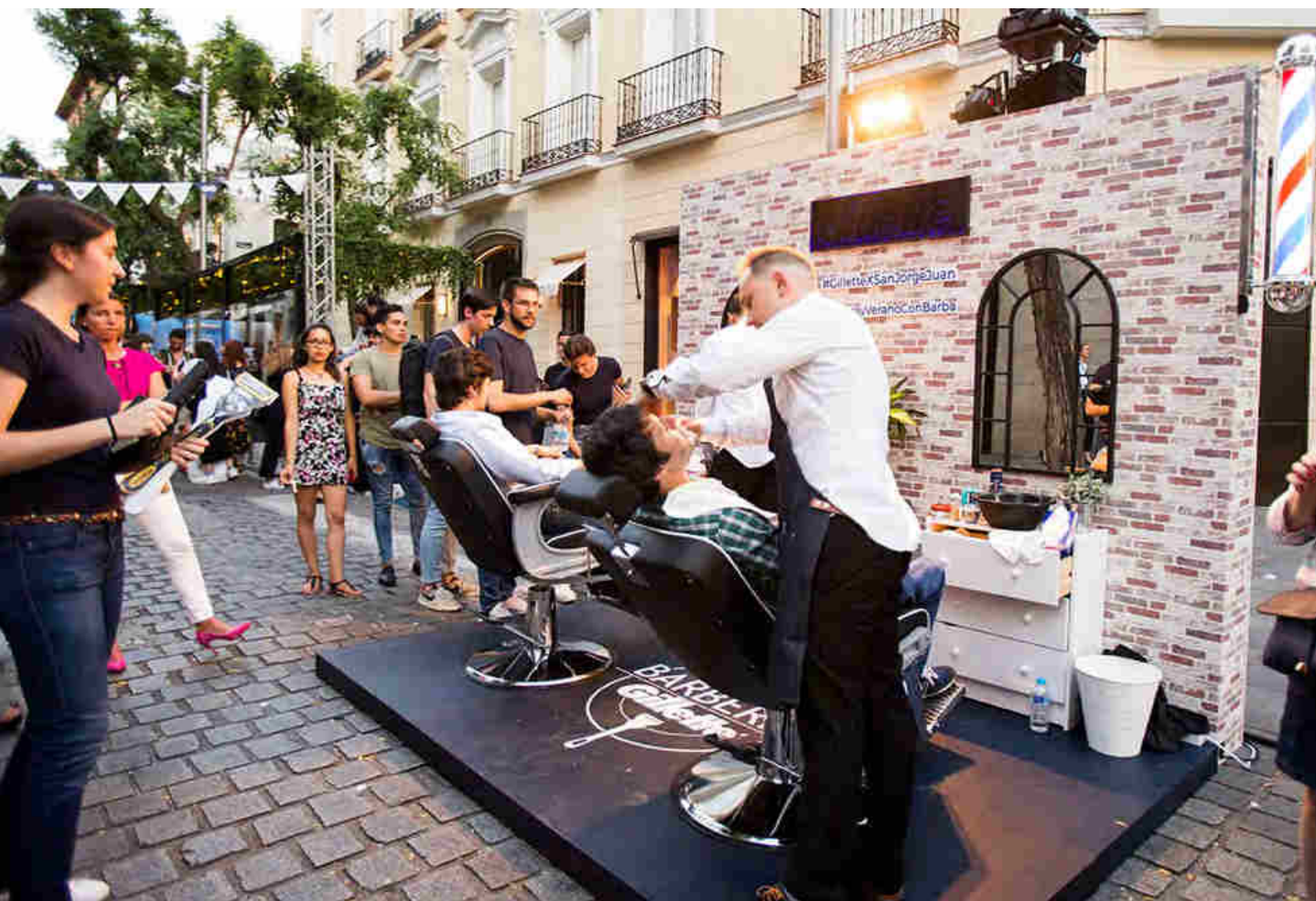
Salesas Village se desarrolla en ejecución del convenio de colaboración suscrito entre el Ayuntamiento de Madrid y ACOTEX (asociación empresarial de comercio textil, complementos y piel de Madrid) y su objetivo es la dinamización de la actividad comercial y vecinal del barrio de Salesas, y se enmarca en el proyecto Madrid Capital de Moda.





## MADRID CAPITAL DE MODA

Noche de San Jorge Juan GQ



### NOCHE DE SAN JORGE JUAN/GQ

El 21 de junio se celebró la décima edición de la Noche de San Jorge Juan, en el marco de Madrid Capital de Moda y gracias a la colaboración con GQ ( grupo COnde Nast) y la asociación #Distrito41.



## MADRID CAPITAL DE MODA

### Desfile del IEDE en Cecilio Rodríguez



[imagen.de.moda.iedemadrid.com](http://imagen.de.moda.iedemadrid.com)

### **DESFILE DEL IEDE EN EL PABELLÓN DE LOS JARDINES DE CECILIO RODRÍGUEZ**

El 5 de julio se celebró en el pabellón de los jardines de Cecilio Rodríguez del Ayuntamiento de Madrid el desfile en el que se exponían las creaciones de los alumnos del Instituto Europeo de Diseño correspondientes a sus trabajos de fin de curso. Bajo el común denominador de la creatividad y la sostenibilidad, se presentaron las creaciones de 36 alumnos, colaborando en este evento el Ayuntamiento a través del proyecto Madrid Capital de Moda, ofreciendo a los jóvenes diseñadores una oportunidad de mostrar sus diseños y una mayor repercusión a través de las plataformas con las que cuenta el mencionado proyecto.





## MADRID CAPITAL DE MODA

Desfile en plaza de Margaret Thatcher



### DESFILE DE JUAN CARLOS PAJARES EN LA PLAZA DE MARGARET THATCHER

El 9 de julio, la plaza de Margaret Thatcher, en plena plaza de Colón de Madrid, se convirtió por unos instantes en una pequeña selva improvisada para acoger el singular desfile de JC Pajares.

En él, el diseñador tomó parte activa del mismo colocando a las modelos, disfrazadas de maniqués, en el centro de la plaza para mostrar sus diseños.





## MADRID CAPITAL DE MODA

La Latina fashion weekend



### LA LATINA FASHION WEEKEND

Entre el 29 de junio y el primero de julio se celebró la segunda edición de “Latina Fashion Week” organizada por la asociación de creadores de moda de España, ACME y la Asociación de Empresarios de Latina, ADELA, con la colaboración de la dirección general de comercio y emprendimiento. Este evento marcó el inicio de la semana de la moda de julio en Madrid, la Mercedes Benz Fashion Week.

Además del desfile celebrado la tarde del viernes 29 del diseñador Maison Mesa por las calles más emblemáticas del barrio, a lo largo del fin de semana se realizaron diversas actividades culturales como talleres textiles para toda la familia, una master class impartida por el propio diseñador y un recorrido gastronómico.

Esta segunda edición fue presentada en el claustro del Museo de San Isidro, en el barrio de la Latina, y constituye un excelente ejemplo de colaboración público privada destinado tanto a la dinamización del comercio y la hostelería del barrio como a la consolidación del proyecto Madrid Capital de Moda.



## MADRID CAPITAL DE MODA

Vogue Fashion Night Out y exposición fotográfica



### VOGUE FASHION NIGHT OUT Y EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA

En 2018 se celebró la décima edición de VFNO MADRID, evento integrado en el proyecto Madrid Capital de Moda, en el marco del Convenio de colaboración suscrito por el Ayuntamiento de Madrid y el grupo editorial Conde Nast.

En esta nueva edición participaron más de 120 firmas y tiendas de los barrios de Salamanca y Fuencarral que ofrecieron descuentos, regalos y sorpresas.

Además, su coincidencia con el 30 aniversario de Vogue se ha celebrado con una exposición fotográfica de un mes de duración situada en la calle Serrano en la que se han mostrado las fotografías que han protagonizado los distintos números de Vogue España.





## MADRID CAPITAL DE MODA

"De compras en Madrid", en canal decasa y Maschictv



### DE COMPRAS EN ...MADRID, EN CANAL DECASA Y MAS CHICTV

El Ayuntamiento de Madrid, en el marco del programa municipal Madrid Capital de Moda y en colaboración con Canal Decasa (España) y Maschictv (latinoamérica), promocionan las zonas comerciales más relevantes de Madrid a través de la serie de programas de televisión emitidos en esos canales en España y Latinoamérica, contribuyendo a promover la imagen de la ciudad como destino de compras a nivel nacional e internacional.

Esta guía comercial de Madrid en formato televisivo, en la que se visitan las tiendas, se entrevista a comerciantes y se destacan las características que diferencian a cada barrio, llega a más de 35 millones de espectadores en España y Latinoamérica, que pueden conocer mejor la ciudad de Madrid a través de ella.

Argentina, Bahamas, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Guatemala, México, Guatemala, Venezuela o la costa este de Estados Unidos son algunos de los países en los que se puede ver De compras en Madrid gracias al canal de televisión Más ChicTV.





## COMERCIOS CENTENARIOS DE MADRID

Campaña de promoción



### COMERCIOS CENTENARIOS DE MADRID

La semana del 8 al 14 de octubre una nueva campaña de promoción de los comercios centenarios de Madrid ocupó un circuito de 275 mupis en nuestra ciudad. Fueron los protagonistas el nuevo logo de comercios centenar100s de Madrid y, sobre todo, los propios comercios. Las últimas generaciones al frente de 8 establecimientos centenarios de la ciudad prestaron su imagen a la campaña, que pretendía destacar la actualidad y el dinamismo de estos establecimientos tan longevos.

La campaña se completó con publicidad en importantes revistas de moda y decoración, reportajes en programas de televisión y con la distribución de material promocional en las oficinas de turismo del Ayuntamiento.

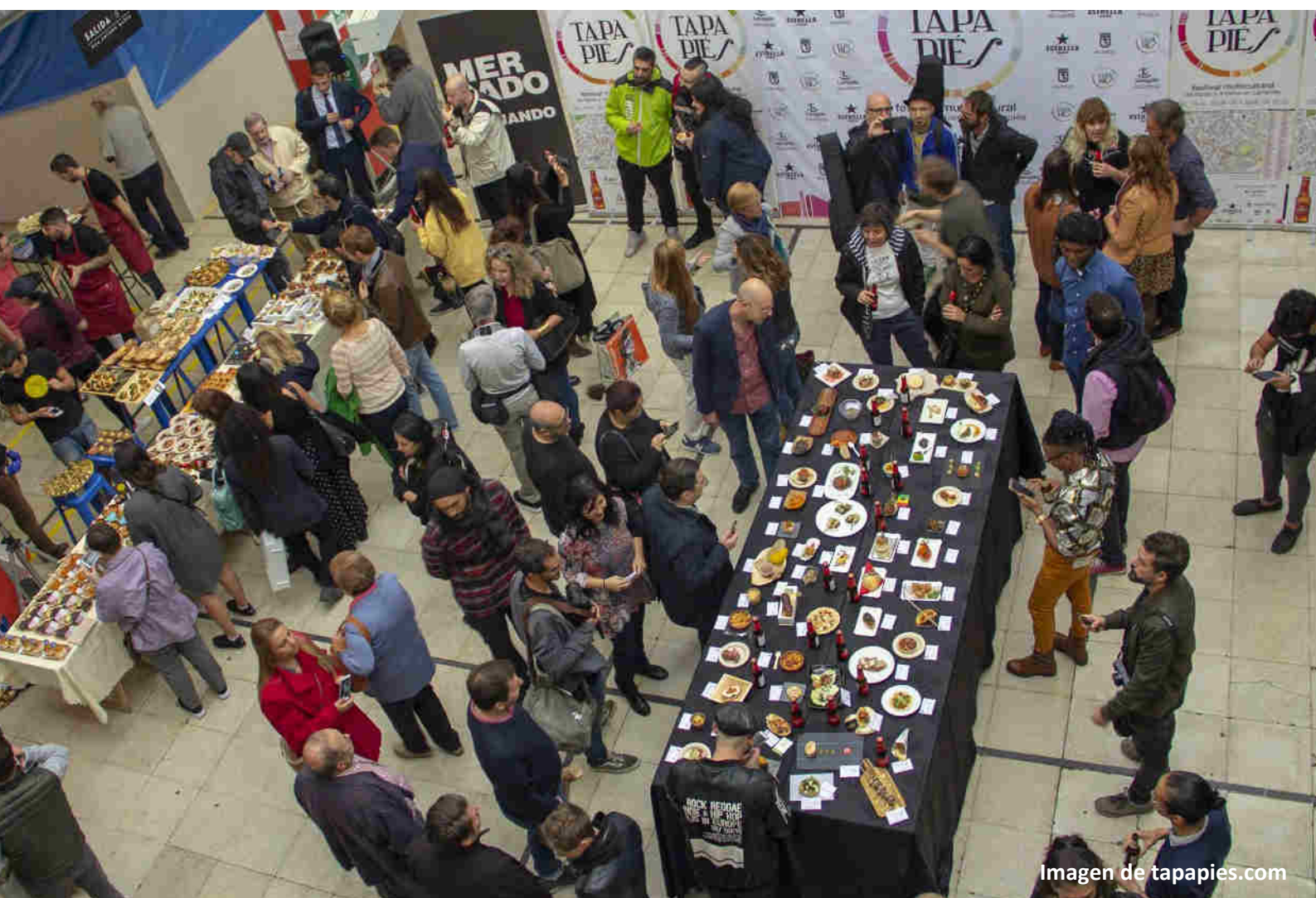


Imagen de tapapiés.com

## TAPAPIÉS 2018

Del 18 al 28 de octubre se celebró la 8ª edición de Tapapiés que un año más regresó a las calles del madrileño barrio de Lavapiés.

El evento, consolidado como la ruta de tapas más importante de la capital, lo organiza la Asociación de Comerciantes de Lavapiés Distrito 12, y cuenta desde su primera edición, con el apoyo de la DGCE en su financiación y difusión.

En 2018 participaron 95 bares y restaurantes del barrio, aportando su imaginación para la creación de estas deliciosas tapas. Junto a ellos, como en ediciones anteriores, participaron los Mercados Municipales del barrio, el de San Fernando y el de Antón Martín.

Para amenizar la degustación las calles de Lavapiés volvieron a llenarse de vida con más de 60 actuaciones para toda la familia.

Como en años anteriores una veintena de comercios de la zona ofrecieron interesantes descuentos en muchos de sus productos.





## DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD

### Parking Day



### PARKING DAY

Un año más, asociaciones de comerciantes como Vive Malasaña o Distrito 12, participaron con diversas acciones en la Semana Europea de la Movilidad, iniciativa que surgió en Europa en el año 1999 y que se celebra cada año del 16 al 22 de septiembre. A ella se suma el Ayuntamiento de Madrid realizando actividades destinadas a promover la movilidad sostenible, fomentar el desarrollo de buenas prácticas y, por tanto, mejorar la calidad de vida de la ciudad.

Una red de comercios del Barrio de las Letras, Malasaña y Lavapiés pusieron en marcha originales propuestas de ocio, cultura o moda, que han ido desde clases de yoga a actividades infantiles o puesta en escena de microrelatos.





## DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD

Taller de presentación de los proyectos del programa APS de Consultoría Estratégica para la pyme



### APS: CONSULTORÍA ESTRATÉGICA PARA PYMES: DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE VICÁLVARO

El 25 de octubre de 2018, como colofón del proyecto de aprendizaje servicio (APS) "Consultoría estratégica para pymes" desarrollado en colaboración con la universidad Rey Juan Carlos, se celebró un taller en el que los alumnos y alumnas de fin de grado participantes en el programa presentaron sus propuestas para la dinamización del comercio de Vicálvaro, todas ellas basadas en la metodología design thinking.

Proyectos presentados:

- Perfil de los consumidores y estudiantes, necesidades y oferta comercial: embajador y mercado virtual
- Plan de acción para la dinamización del comercio en 7 pasos
- Restauración: nuevas propuestas de diseño y medición del impacto
- Organización de pop up's
- Comercio y tecnología: una solución a través de tótems digitales interactivos
- El deporte como herramienta para dinamizar el comercio



# DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD

## Campaña de promoción de los mercadillos periódicos



## "LOS MERCADILLOS AMBULANTES LLEGAN HASTA DONDE TÚ ESTÁS"

Con el lema "Los mercadillos ambulantes llegan hasta donde tú estás" la DGCE ha lanzado una campaña para promocionar los 26 mercadillos ambulantes de Madrid.

Simulando el tablero de un "juego de la oca" se han editado folletos divulgativos con información de la dirección, medios de transporte, artículos disponibles y las fechas de celebración de cada uno de ellos, desde los más pequeños y periféricos al célebre y tradicional mercado de "El Rastro".



## DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD

### I Jornada nacional de Modernización y Transformación del Comercio Ambulante



## I JORNADA NACIONAL DE MODERNIZACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DEL COMERCIO AMBULANTE

El 15 de noviembre se celebró la I Jornada nacional de Modernización y Transformación del Comercio Ambulante en España en el Palacio de Cibeles, organizada por UNECA y GESCOMER, con el apoyo de la dirección general de comercio y emprendimiento.

A la apertura de la Jornada acudió la Ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto. Así mismo, tanto en la apertura como en el cierre de esta Jornada participó Concepción Díaz de Villegas Soláns, Directora General de Comercio y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid.

Durante la Jornada se celebraron tres mesas de debate dedicadas a la calidad, a la economía social, al empleo y a la digitalización del sector del comercio ambulante. Todas ellas son herramientas fundamentales para lograr esa transformación que permita al sector profesionalizarse e incrementar su competitividad, pero sin perder por ello su esencia, el trato cercano y personal, y su configuración como actividad integradora y generadora de oportunidades para colectivos desfavorecidos.





## DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD

### Campaña "Lo próximo es lo próximo"



### "LO PRÓXIMO ES LO PRÓXIMO"

En el mes de diciembre se lanzó, en mobiliario urbano digital, prensa gráfica y redes sociales, una nueva campaña de promoción del comercio de proximidad destinada fundamentalmente a poner en valor la importancia del comercio local como actividad económica generadora de empleo y riqueza, concienciar al consumidor de la importancia que tienen sus compras en el pequeño comercio de su entorno para el mantenimiento de esta actividad y concienciar a la ciudadanía de su corresponsabilidad en el mantenimiento de la oferta comercial de proximidad.



## DIGITALIZACIÓN

### Mercado47 en el sector cárnico



### MERCADO47 EN EL SECTOR CÁRNICO.

El 19 de Junio se celebró en la sede de la Fedecarne (Federación Madrileña de de Detallistas de la Carne) la jornada de Presentación de Conclusiones del programa Piloto de Mercado 47 realizado en 10 carnicerías / charcuterías de Madrid desde mayo de 2017 a mayo de 2018.

El proyecto ha constado de 2 fases. En la primera se realizó un análisis a través de los resultados obtenidos de 250 encuestas realizadas a carnicerías/charcuterías de los mercados de Madrid (mayo 2017) y en la segunda diez carnicería/charcuterías de Madrid participaron en el programa piloto.

Dicha experiencia piloto finalizó en mayo de 2018.

El director de marketing de FEDECARNE destacó que con este programa se pretende sensibilizar a comerciantes sobre los beneficios del uso de las nuevas tecnologías y la necesidad de actualizar sus procesos de promoción, comunicación, venta, compra y distribución a través de internet.



### ESCUELA DE COMERCIO DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID

La DGCE ha continuado desarrollando 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.

En 2018 el contrato de gestión de la escuela de comercio del Ayuntamiento de Madrid se ha dividido en tres lotes con objeto de poder atender mejor a las necesidades formativas del sector.

- Transversal y generalista
- Sector de la carnicería y charcutería
- Sector de la pescadería

Desde el 15 de febrero y hasta el 31 de diciembre de 2018 se impartieron un total de 45 actividades formativas, lo que ha supuesto un total de 258 horas de formación. El total de asistentes ha sido de 392.





## FORMACIÓN

### Jornada sobre digitalización del pequeño comercio



### JORNADA SOBRE DIGITALIZACIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO

El 18 de enero de 2018 se celebró en el salón de actos de la sede de la DGCE la jornada sobre Digitalización del Comercio promovida por **Madrid Foro Empresarial**.

La directora general de comercio y emprendimiento inauguró la jornada y destacó el apoyo del Ayuntamiento de Madrid para la digitalización de los mercados y empresas madrileñas destacando los proyectos de Mercado47 y el buscador OneBusinessPlace.

Los ponentes de la jornada fueron Antonio Romero de la Llana, de la empresa One Business Place, que expuso el modo formar parte de esta base de datos de pequeñas empresas y negocios locales de forma gratuita, y Eduardo Elorriaga, de la empresa Hermeneus, que explicó los aspectos fundamentales a tener en cuenta, en la transición del pequeño comercio hacia la digitalización de su negocio.

El objetivo prioritario de la jornada fue acercar a nuestros comerciantes y representantes del comercio las aplicaciones y herramientas que aporten valor para sus empresas y les faciliten el camino del cambio hacia una transición digital de los negocio



## FORMACIÓN

### Se + digital



### SE + DIGITAL

Tras la buena acogida del programa " Se digital", en 2018, el Ayuntamiento, Orange y EOI han invitado a todos los ciudadanos de la capital al curso gratuito de capacitación digital, "Se + Digital".

"Se + Digital", que es la continuación de 'Sé Digital', profundiza en el conocimiento de las aplicaciones TIC, desde un punto de vista más práctico y orientado al día a día de los ciudadanos y sus negocios.

El programa fue presentado el 23 de abril de 2018 por Marta Higuera, primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de Madrid, Luz Usamentiaga, directora de Relaciones Institucionales de Orange España y Sergio Jiménez Ochoa, decano de la Escuela de Organización Industrial (EOI), en la sede de la dirección general de comercio y emprendimiento.



## FORMACIÓN

Jornada " Las franquicias como oportunidad de negocio"



### JORNADA "LAS FRANQUICIAS COMO OPORTUNIDAD DE NEGOCIO"

El 12 de junio se celebró en el Salón de Actos de la sede de la dirección general de comercio y emprendimiento, la jornada "Las franquicias como oportunidad de negocio" organizada por Madrid Foro Empresarial con la colaboración de la DGCE.

El objetivo de esta jornada fue ofrecer información sobre las franquicias, como herramienta que puede representar una oportunidad para una favorable evolución del comercio minorista. Intervinieron expertos del sector y también se contó con la presencia de franquiciados de algunas de las más importantes marcas consolidada en el mercado que explicaron su experiencia personal.





## SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VENTA ILEGAL

"Si compras falsificaciones, la aventura siempre acaba mal"



### "SI COMPRAS FALSIFICACIONES, LA AVENTURA SIEMPRE ACABA MAL"

En noviembre de 2018, el Ayuntamiento de Madrid, a través de la DGCE, repuso la campaña "Si compras falsificaciones, la aventura siempre acaba mal" de sensibilización contra la venta ambulante ilegal y de productos falsificados.

Es objetivo de esta campaña, no sólo concienciar a la ciudadanía sobre los perjuicios y riesgos que comporta la compra de productos falsificados, comercializados principalmente a través de la venta ambulante ilegal, sino también poner en valor los beneficios que la adquisición de productos originales conlleva para la innovación e inversión en I+D, para la generación de empleo, para la actividad económica, además de las garantías de calidad y seguridad que ofrecen las marcas.

La campaña se llevó a cabo en más de 200 mupis, redes sociales y prensa gráfica.



### **JORNADA “LA LUCHA CONTRA LA FALSIFICACIÓN Y LAS VULNERACIONES DE DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL: HACIA UN PLAN NACIONAL”**

La directora general de comercio y emprendimiento participó como ponente en una de las mesas redondas de la jornada, "La lucha contra la falsificación y la vulneraciones de los derechos de propiedad industrial: hacia un plan nacional", organizada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) en la que se abordó la cuestión de las falsificaciones desde diferentes ángulos.

En la jornada se presentó un informe sobre la lucha contra la falsificación y la vulneración de la propiedad intelectual, según el cual, durante el año 2016, el comercio en España dejó de ingresar 6.175 millones de euros y provocó la destrucción de 40.131 empleos debido al comercio de productos falsificados. Participó también el Cuerpo Nacional de Policía, la asociación nacional para la defensa de la marca, ANDEMA y Aduanas.

La DGCE expuso las medidas de sensibilización contral la venta ilegal y de falsificaciones llevadas a cabo por el Ayuntamiento de Madrid y puso de manifiesto la firme postura de la administración municipal en contra de la venta ambulante ilegal y de falsificaciones.



### JORNADA "VERDADERO O FALSO"

El 14 de noviembre de 2018 la directora general de comercio y emprendimiento participó en la III jornada de debate "verdadero o falso, una decisión importante", organizada por la confederación española de consumidores y usuarios, CECU, en la sede de la Agencia de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición -AECOSAN

El debate contó con la participación de representantes de los siguientes organismos y entidades: CICC, Centro de Investigación y Control de Calidad; Grupo I de la Sección de Delitos contra la Propiedad Intelectual e Industrial; Dirección General de la Guardia Civil, Unidad Técnica Policía Judicial, Grupo de Inteligencia Económica y Financiera; Dirección General de Comercio y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid; ANDEMA–Asociación para la Defensa de la Marca-; STANPA; INCIBE- Instituto Nacional de Ciberseguridad; Ana Tuñas, periodista; Portavoz Comisión de Consumo del Grupo Popular en el Congreso- y Delegación Especial de la Agencia Tributaria en Madrid, Vigilancia Aduanera.





### CONSEJO DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MADRID

En el seno del Consejo se ha dado cuenta al sector de la actividad desarrollada por la DGCE (acciones de dinamización del comercio y hostelería, patrocinios, acciones de promoción y publicidad, subvenciones concedidas -mercados y asociacionismo-, inversiones financieramente sostenibles, Madrid Capital de Moda, mercado de productores, venta ambulante) y se han tratado temas de interés y relevancia, tales como el Plan Estratégico de Mercados

Entre los grandes temas planteados en el Consejo a lo largo del año 2018 destaca el impacto de la ampliación peatonal de la Gran Vía sobre la actividad comercial y otros servicios o la problemática de las barras de degustación.



## RELACIONES INSTITUCIONALES

Participación en la jornada "Transformando el retail: de la supervivencia a la competitividad"



### **PARTICIPACIÓN EN LA JORNADA “TRANSFORMANDO EL RETAIL DE LA SUPERVIVENCIA A LA COMPETITIVIDAD”**

El 19 de diciembre tuvo lugar la primera convocatoria del Pleno del Observatorio del Comercio 4.0 y la presentación de una nueva plataforma para apoyar al sector del retail, en el marco de la jornada "Transformando el retail: de la supervivencia a la competitividad", en la que participó la directora general de comercio y emprendimiento.

En la jornada, coordinada por la Dirección General de Política Comercial y Competitividad, del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, se debatió sobre el futuro del mercado del retail y sus principales factores de competitividad.

La DGCE presentó los avances del proyecto Mercado47.



## RELACIONES INSTITUCIONALES

### Encuentros con delegaciones internacionales



### VISITA DE DELEGACIÓN RUSA

El 29 de noviembre de 2018, la delegación rusa del Ministerio de Industria y comercio de la Federación Rusa visitó la Dirección General de Comercio y emprendimiento con objeto de conocer la experiencia de España en la gestión y promoción de los mercados municipales. Posteriormente visitaron el mercado de Chamartín.



**I.2 MEMOGRAM 2018  
EMPRESARIADO Y PYMES**





## ESPACIOS PARA EMPRENDER

Red de viveros de empresas



**CARABANCHEL**



**MORATALAZ**



**PUENTE DE VALLECAS**

**SAN BLAS**

**VICÁLVARO**

**VILLAVERDE**



### RED DE VIVEROS DE EMPRESAS

La ciudad de Madrid cuenta con 6 viveros de empresas ubicados en los distritos de Carabanchel, Moratalaz, Puente de Vallecas, San Blas, Vicálvaro y Villaverde.

Estos 6 centros conforman la red de viveros de empresas del Ayuntamiento de Madrid, que pone a disposición de los emprendedores en sus primeros años de andadura 119 despachos equipados para el desarrollo de su actividad, así como espacios de coworking y servicios de preincubación para la elaboración de planes de negocio. Disponen de salas de reuniones, aulas, salones de actos y otros espacios comunes para la realización de eventos.

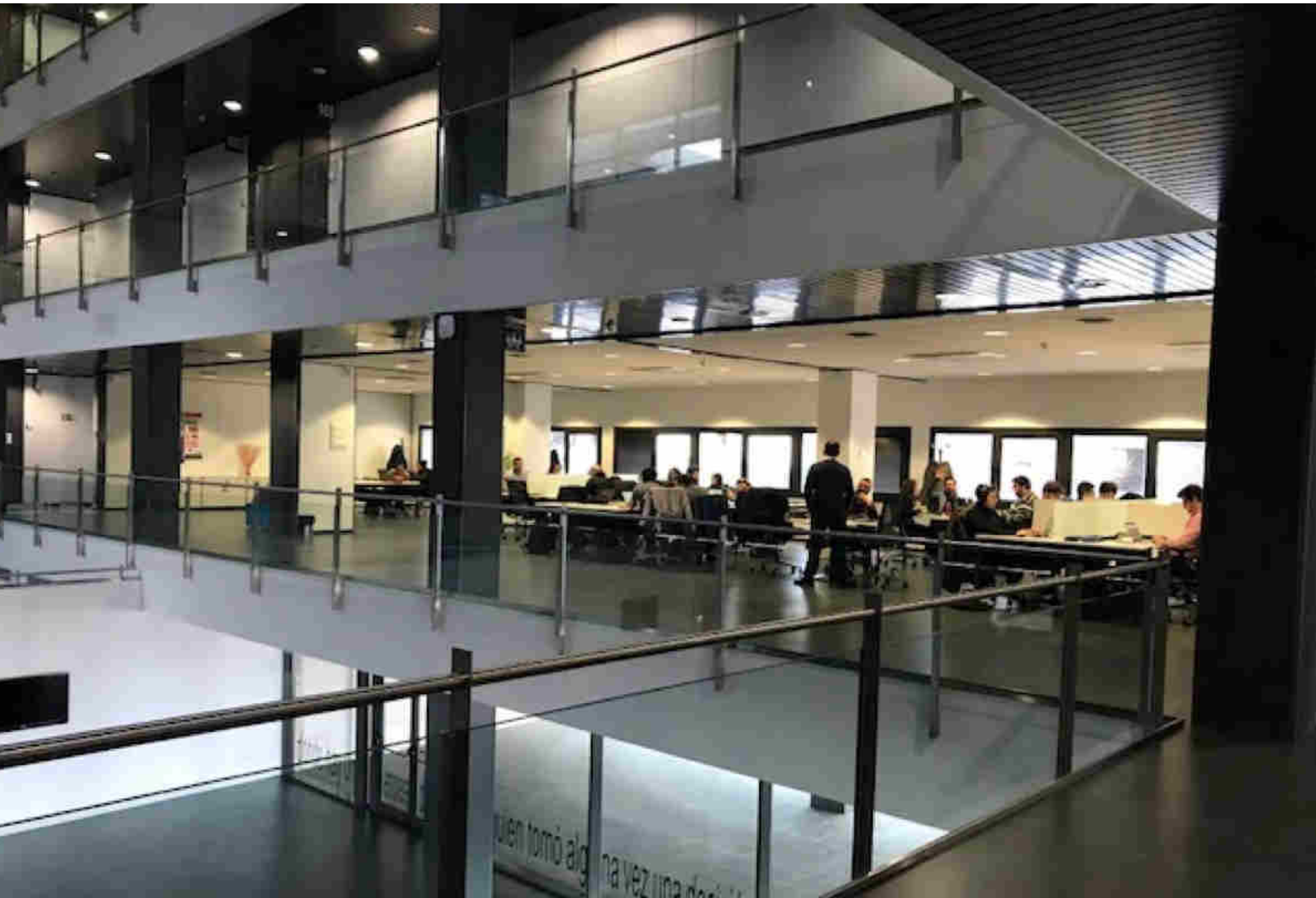
Además, ofrecen servicios: información, asesoramiento y formación empresarial, apoyo en la elaboración de planes de negocio, actividades de networking, y son puntos PAE (Puntos de tramitación para la constitución telemática de empresas).





## ESPACIOS PARA EMPRENDER

### Espacios de coworking



## ESPACIOS DE COWORKING

Los espacios de coworking ubicados en la Red de viveros de empresas (Carabanchel, Puente de Vallecas, Vicálvaro y Villaverde) están a disposición de aquellos emprendedores que necesiten, bien un espacio para elaborar su plan de empresa contando con apoyo y asesoramiento técnico, bien un lugar de trabajo en aquellos casos en los que la actividad empresarial se desarrolla fundamentalmente en la sede de sus clientes. La estancia, en ambos casos es gratuita, siendo máximo 6 meses para la elaboración de plan de empresa y, un año, en el caso de los espacios de trabajo.



## ASESORAMIENTO PARA EMPRENDER

Servicio de atención en lengua de signos



### SERVICIO DE INTERPRETACIÓN EN LENGUA DE SIGNOS ESPAÑOL (LSE)

Desde abril 2018 la Dirección General de Comercio y Emprendimiento cuenta con un servicio de traducción en Lengua de Signos Español (LSE) en la Ventanilla Única del Emprendedor y en los viveros de empresas que permite asesorar en igualdad de condiciones y con plena autonomía a las personas que cuentan con una discapacidad auditiva.

La empresa “Comunicados en Lengua de signos, S.L.”, ganadora de la primera edición de los premios “MAD<sup>+</sup> 2017 para un Madrid Más justo y Más solidario” es la encargada de prestar este servicio facilitando la comunicación directa y en el momento entre empresas e instituciones con sus clientes y usuarios sordos, sirviéndose de videoconferencias atendidas por intérpretes en lengua de signos.



## ASESORAMIENTO PARA EMPRENDER

Publicidad del servicio de atención en lengua de signos



### CAMPAÑA INFORMATIVA DEL SERVICIO DE INTERPRETACIÓN EN LENGUA DE SIGNOS ESPAÑOL (LSE)

Con objeto de dar a conocer el servicio de traducción en Lengua de Signos Español (LSE) en la Ventanilla Única del Emprendedor y en los viveros de empresa, la dirección general de comercio y emprendimiento ha desarrollado campañas informativas en soportes de mobiliario urbano como en redes sociales.





## MEJORAS DE LOS VIVEROS DE EMPRESAS

IFS destinadas a mejorar las instalaciones



### MEJORAS EN LOS VIVEROS DE EMPRESAS FINANCIADAS CON CARGO A IFS

Durante 2018 se han llevado a cabo obras de reforma y mejora en los viveros de empresas con cargo a las Inversiones Financieramente Sostenibles (IFS).

En **Carabanchel** se han instalado dos líneas de vida y ventanas proyectantes.

En **San Blas** se ha instalado tarima flotante laminada, cambiado el falso techo de la cuarta planta para ocultar el cableado y colocado nuevas iluminarias de tecnología led.

En **Vicálvaro** se ha habilitado una nueva sala de reuniones en la zona de la preincubadora, instalado ventanas proyectantes, reforzado la estructura interior en las tres plantas del vivero y realizado el cerramiento de la plataforma elevadora para evitar accidentes.

En **Puente de Vallecas** se ha instalado una pérgola en el jardín para facilitar su uso por los usuarios del vivero.

También se han adquirido smartTVs y pizarras digitales para todos los viveros.



# ASESORAMIENTO PARA EMPRENDER Y PARA PYMES

## Plan de apoyo a la transmisión de empresas

+ÁGIL  
+EFICAZ



PLAN DE  
APOYO A LA  
TRANSMISIÓN  
DE EMPRESAS

En el marco de su compromiso de apoyo integral al emprendimiento el Ayuntamiento de Madrid, a través de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento, se ha adherido al Plan de Apoyo a la Transmisión de Empresas impulsado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

### ¿QUÉ ES?

Es un plan antecedido a dinamizar la compraventa de negocios económicamente viables en el municipio de Madrid como un elemento fundamental del desarrollo económico de la ciudad. Servicio gratuito de transmisión de empresas que asesora en todos sus trámites de forma ágil y eficaz a las personas interesadas. Facilita la continuidad de empresas viables, favorece el éxito en los procesos de transmisión de personas y medianas empresas a través del establecimiento de un mercado online con información, asesoramiento y gestión a fin de posibilitar la venta o compra de pequeños negocios o microempresas. Necesario para hacer viables situaciones, aparentemente tramitadas, tales como el relevo generacional, la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio, el cambio de orientación profesional o la movilidad geográfica.

### ¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

- Empresarios y profesionales que tienen la necesidad o posibilidad de transmitir su negocio.
- Empresariado e inversores que buscan nuevas oportunidades o proyectos empresariales.
- Personas emprendedoras y autónomas que evalúan la posibilidad de adquirir un negocio ya existente antes de iniciar desde cero una nueva actividad empresarial.

PLAN DE APOYO A LA TRANSMISIÓN DE EMPRESAS



ventanilla única  
emprendedor

### ¿CÓMO SE ACCEDE?

La Ventanilla Única del Emprendedor (VUEM) es su Punto de Atención (PDA). Las personas interesadas deberán entrar en [www.transmisionempresas.es](http://www.transmisionempresas.es) y solicitar una primera cita en el PDA del Ayuntamiento de Madrid según se visualiza en el mapa.

- Email: [transmisionempresas@madrid.es](mailto:transmisionempresas@madrid.es)
- Teléfono: 914 803 372

Recibida la solicitud, en un plazo máximo de dos días hábiles, la VUEM contactará con la persona vendedora/compradora para concertar el día y hora de la primera reunión.

### ¿QUÉ OFRECE?

Asesoramiento global, gratuito y personalizado a las personas físicas o jurídicas interesadas en los procesos de compraventa de negocios en el municipio de Madrid. En concreto:

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

## PLAN DE APOYO A LA TRANSMISIÓN DE EMPRESAS

El Ayuntamiento de Madrid, a través de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento, es una de las entidades adheridas al Plan de apoyo a la transmisión de empresas impulsado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad y la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME) para favorecer el éxito en los procesos de transmisión de pequeñas y medianas empresas viables pero en peligro de desaparecer por problemas distintos a los económicos: relevo generacional, enfermedad, cambio de domicilio, etc. Está dirigido a empresarios y profesionales e inversores y, también, a emprendedores y empresarios autónomos que evalúan la posibilidad de adquirir un negocio ya existente antes de iniciar desde cero una nueva actividad empresarial.

La Ventanilla Única del Emprendedor (VUEM), designada Punto de Atención (PDA) del Ayuntamiento de Madrid, ofrece desde el mes de junio de 2018 los servicios básicos a las personas físicas o jurídicas interesadas en los procesos de compraventa de negocios en el municipio de Madrid.

En 2018 se han recibido 17 solicitudes, de las cuales 7 son personas interesadas en vender su negocio y 10 interesadas en adquirir una empresa en marcha.



## I ENCUESTRO DE ACELERADORAS DE NEGOCIOS DE ESPAÑA

El día 19 de enero de 2018 se celebró en el vivero de empresas de Vicálvaro el I Encuentro de Aceleradoras de Negocios de España, al que asistieron más de 100 personas.

Por primera vez los representantes de las más importantes aceleradoras de negocios de España se reúnen para fomentar la búsqueda de oportunidades y crear redes que integren a distintas aceleradoras de negocio, buscando la interacción y colaboración entre las partes y los mejores servicios para los emprendedores- Participaron en el evento 12 aceleradoras entre las cuales se encuentran Fundación Repsol, Fundación para el Conocimiento Madrid+, Demium, o Santa Lucía Impulsa.

Después de las presentaciones de los distintos proyectos por los directores o representantes de las aceleradoras, se desarrolló una interesante sesión de networking, en la cual los asistentes pudieron contactar y charlar directamente con los ponentes, generando así constructivos contactos y muy probables oportunidades en el futuro.





## EVENTOS EN LOS VIVEROS DE EMPRESAS

### I Jornada de internacionalización de startups y empresas



## I JORNADA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE STARTUPS Y EMPRESAS

El día 18 de febrero de 2018 se celebró en el vivero de empresas de Puente de Vallecas el I Encuentro Internacional de Internacionalización de Startups y Empresas que contó con una gran asistencia de participantes.

El evento fue inaugurado por la directora general de comercio y emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid y en él participaron distintos representantes de organismos como la Cámara de Comercio Iberoamericana, la Asociación Empresarial Villa de Vallecas, la Asociación Española de Profesionales de Comercio Exterior, varios representantes de embajadas como las de Chile, Ecuador o República Dominicana, así como diferentes empresas y entidades de relevancia en este ámbito, en las diferentes mesas redondas celebradas.



## MARKETING CASE COMPETITION

El día 21 de febrero de 2018 se celebró en el vivero de empresas de Carabanchel el evento “MARKETING CASE COMPETITION” que contó con una gran asistencia de participantes.

El principal objetivo de este evento fue promocionar la colaboración entre startups y estudiantes facilitando a las primeras el talento y las ideas nuevas y aportando una experiencia única de contacto con la realidad empresarial a los alumnos, así como su conocimientos y habilidades. Fue una competición por equipos de distintos centros de formación, que consiguieron interesantes premios entre otros, la posibilidad de colaborar en una campaña real de lanzamiento del negocio de una startup.



## FORMACIÓN Y NETWORKING

Plataforma de emprendimiento y microfinanzas Nantik Lum



### PLATAFORMA DE EMPRENDIMIENTO Y MICROFINANZAS (PEM) DE LA FUNDACIÓN NANTIK LUM

La fundación Nantik Lum, entidad privada e independiente, sin ánimo de lucro, trabaja para reducir la exclusión social, financiera y laboral a través de las microfinanzas y el emprendimiento inclusivo.

Desde el año 2016, a través de un Convenio de colaboración suscrito con la Dirección General de Comercio y Emprendimiento, Nantik Lum desarrolla actuaciones y programas de apoyo al emprendimiento. En el Vivero de empresas de Puente de Vallecas, se desarrolla el Programa Avanza del que, en 2018, han sido usuarias 107 personas y otros talleres formativos a los que han asistido 100 personas.

El 18 de abril, en el Vivero de empresas de Puente de Vallecas, Carmen Pérez, directora de la fundación acompañada por la directora general de comercio y emprendimiento, presentó la Plataforma de Emprendimiento y Microfinanzas, PEM, un espacio virtual para acceder online a todos los servicios de asesoramiento, formación y recursos necesarios para emprender. Disponible de forma gratuita para cualquier persona interesada en crear su propia empresa. La plataforma, activa desde mayo de 2018 ha tenido 6.878 visitas habiéndose registrado en el Campus de formación online 152 personas (60 hombres y 92 mujeres con una media de edad de 36 años) en 2018.





## ENCUENTRO DE MUJERES EMPRENDEDORAS EN EL VIVERO DE MORATALAZ

El 26 de abril se celebró el evento “Encuentro entre mujeres emprendedoras” en el vivero de Moratalaz.

El evento tuvo un doble objetivo, por un lado, visibilizar el rol de la mujer dentro del ecosistema emprendedor y, por otro, concienciar tanto a mujeres como hombres de los principios de igualdad y equidad que deben regir nuestra sociedad.

Temas como el empoderamiento, la conciliación y la corresponsabilidad en las empresas fueron tratados durante la jornada.



## EVENTOS EN LOS VIVEROS DE EMPRESAS

Madrid Games & Business, en el vivero de Vicálvaro



### MADRID GAMES & BUSINESS, VIVERO DE VICÁLVARO

EL 31 de mayo tuvo lugar el evento Madrid Games & Business en el vivero de Vicálvaro de Madrid. Se trata de un evento organizado por Artax Games que pretende aunar la formación en el desarrollo de videojuegos y en el desarrollo de negocio.

Artax Games es un estudio de desarrollo independiente español, está enfocado en la producción de juegos y aplicaciones de realidad virtual, son expertos en gamificación para terceros y desarrollan juegos propios para PC y Nintendo Switch.

Durante la Madrid Game & Business, tuvieron lugar tres charlas, impartidas por profesionales de la industria, enfocadas en el desarrollo de videojuegos y los posibles modelos de negocio y formas de explotación de los mismos.

## EVENTOS EN LOS VIVEROS DE EMPRESAS

I encuentro de emprendedores de la ciudad de Madrid



### I ENCUENTRO DE EMPRENDEDORES DE LA CIUDAD DE MADRID

El día 12 de junio de 2018 se celebró en el vivero de empresas de Carabanchel el encuentro de emprendedores de la Ciudad de Madrid que contó con una gran asistencia de participantes (225 personas inscritas).

En el evento, inaugurado por la directora general de comercio y emprendimiento, participaron emprendedores usuarios de los servicios ofrecidos por el Ayuntamiento, empresas ya graduadas en la red, alojados y otros ciudadanos con interés en emprender. Se realizaron distintas actividades como ponencias en formato píldora informativa, speed networking, asesoramientos y actividades lúdicas. Así mismo se reconoció de forma especial la tarea realizada por los emprendedores alojados y graduados en las categorías de labor social, políticas de igualdad, exportación, innovación, creación de empleo e internacionalización.





## JORNADA DE INMIGRACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

El día 22 de noviembre de 2018 se celebró en el vivero de Puente de Vallecas la jornada inmigración y emprendimiento.

Tras la presentación, a cargo de la directora general de comercio y emprendimiento, se desarrollaron 4 ponencias dedicadas especialmente a los emprendedores y emprendedoras inmigrantes:

- “¿Qué autorizaciones y permisos de extranjería necesito?”
- “Ayudas y subvenciones para emprender en Madrid”
- “¿Qué licencias y autorizaciones municipales necesito para montar mi negocio?”
- “¿Cuáles son las obligaciones contables y fiscales de mi proyecto?”

La jornada finalizó con una mesa redonda con el título “Experiencias de emprendedores migrantes en España” y un networking en el que se pudieron degustar, además, productos latinos.



## FORMACIÓN Y NETWORKING

### Coffee Breaks



### COFFEE BREAKS

Con esta actividad, que cuenta con la presencia y participación de personas emprendedoras de éxito que trasladan su experiencia y cómo han llegado a alcanzar sus objetivos a nuestras emprendedoras y emprendedores, se consigue facilitar el contacto entre ellos y personalidades del mundo de los negocios, la cultura, el deporte, la política y otros ámbitos sociales de una manera cercana distendida y amena, para hacer de la red de viveros de empresas no sólo un lugar de trabajo, sino, también, de encuentro, colaboración e inspiración. Esta es una de las actuaciones más demandadas por el público que asiste a nuestros centros.

Se han celebrado 38 coffee breaks en la red de viveros de empresas durante 2018 con un total de 662 asistentes



### ACTIVIDADES DE NETWORKING

En la red de viveros de empresas se realizan a lo largo del año una serie de actividades de networking, con distinto formato que buscan conseguir ampliar la red de contactos profesionales de los emprendedores alojados, usuarios de los distintos espacios, para que puedan encontrar nuevas alianzas estratégicas y/o profesionales, así como ampliar su cartera de clientes.

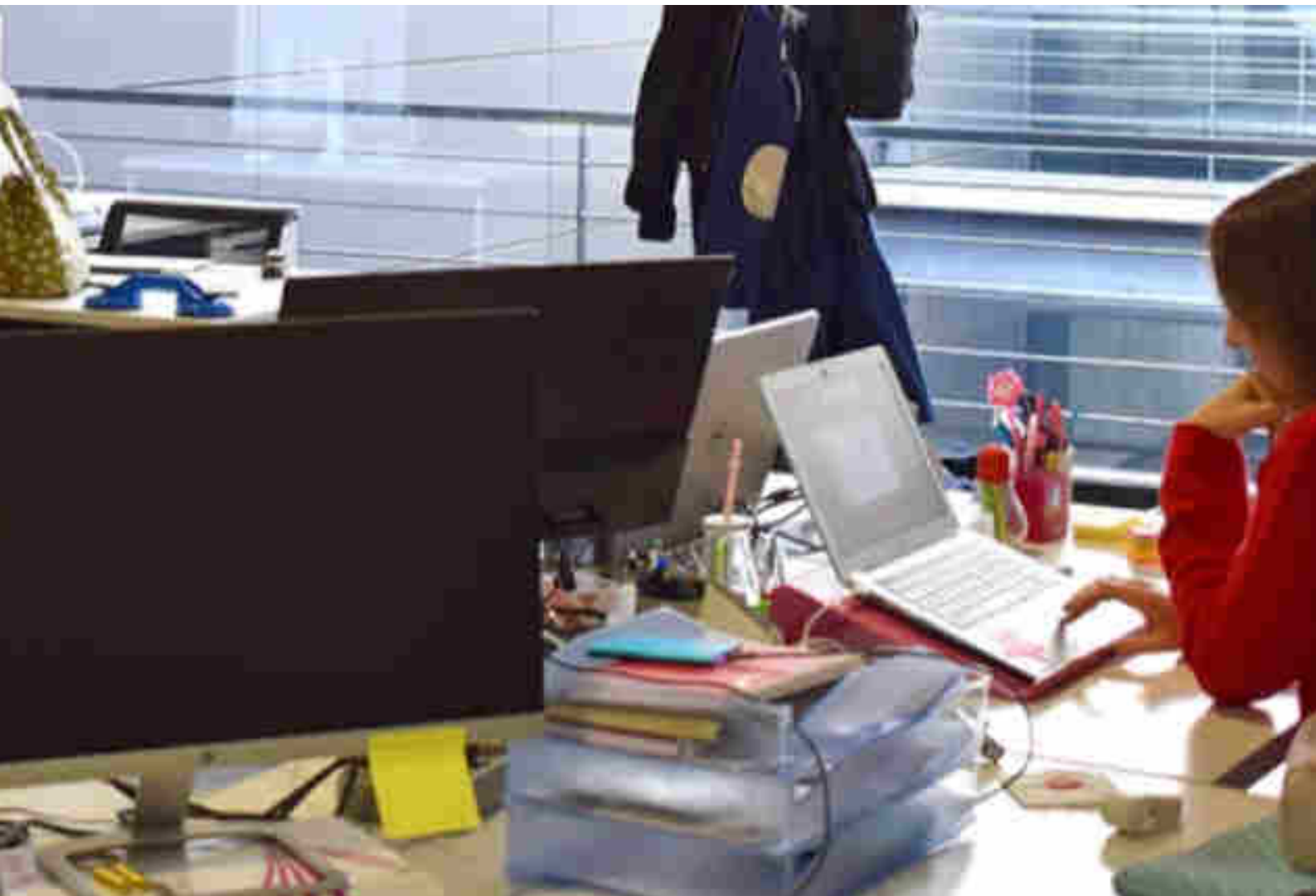
En 2018 se ha realizado 43 actividades de networking en la red de viveros de empresas, y han asistido a las mismas un total de 608 personas.





## FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

### Bonificación precio publico de viveros a emprendedoras



### **BONIFICACIÓN DEL PRECIO PÚBLICO PARA PROYECTOS LIDERADOS POR MUJERES**

Con la finalidad de desarrollar medidas económicas que ayuden a eliminar la brecha de género existente en el emprendimiento entre hombres y mujeres y de contribuir a la promoción e impulso del emprendimiento femenino, el Pleno del Ayuntamiento de Madrid aprobó, mediante Acuerdo de 20 de diciembre de 2018, la modificación de los precios públicos por la prestación de servicios de apoyo al emprendimiento en la red de viveros de empresas, aprobando, entre otros, la bonificación de un 20% en los mencionados precios, para aquellos proyectos empresariales o empresas beneficiarias de los servicios que se prestan en los viveros de empresa cuando sean promovidos mayoritariamente por mujeres.



## FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

### Premio emprendedoras 2018



### PREMIO EMPRENDEDORAS 2018

El 16 de noviembre de 2018 se celebró en el salón de actos del Centro Cultural Conde Duque la VIII edición de este premio, que contribuye al reconocimiento de proyectos originales, creativos e innovadores acometidos por mujeres para promover e impulsar el emprendimiento femenino y eliminar la brecha de género. Contamos con la colaboración de Womenalia, Centro Universitario Villanueva, ASEME, la revista Emprendedores y la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid.

Esta edición contó con una participación total de 279 candidatas, que supone un 15% más que en 2017 y un incremento del 56% respecto al año 2016.

Las ganadoras fueron:

- Categoría Idea emprendedora: 1er premio: **Frame**  
2º premio: **Obra**
- Categoría Empresa: 1er premio: **Dsgñ Cloud**  
2º premio: **Voze**



## FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Encuentro de la alcaldesa con los finalistas del premio MAD+ 2017



### ENCUENTRO DE LA ALCALDESA CON LOS FINALISTAS DE LOS PREMIOS MAD+ 2017

El 18 de enero de 2018 la Alcaldesa de Madrid tuvo un encuentro en el salón del Palacio de Cibeles con los diez finalistas de los "Premios MAD+ 2017, para un Madrid MÁS justo y MÁS solidario", relacionados a continuación, para conocerlos de primera mano y manifestar una vez más su interés en apoyar el emprendimiento social.

"Ilusión, Asociación para el Desarrollo y el Empleo", "Global Monk S.L.", "Migralingua Voze Servicios Lingüísticos S.L.", "Comcosy S.L.", "DLana", "Creando Redes-Narcap S.L.", "Comunicados en Lengua de Signos S.L.", "Asociación de las Economías Bioregionales", "Escuelab Innovación Educativa S.L." y "La Bolsa Social PFP S.L."





## FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Premio MAD+ 2018



### **PREMIOS EMPRENDIMIENTO SOCIAL MAD+ ” PARA UN MADRID MÁS JUSTO Y MÁS SOLIDARIO 2018”**

La segunda edición de los Premios MAD+, cuya finalidad es dar visibilidad al emprendimiento social, ha contado con la participación de 91 empresas.

Las personas que han participado en esta última edición han presentado soluciones a problemas de medioambiente, accesibilidad, big data aplicado a la mejora de espacios urbanos, servicios sociales/salud, agricultura, ocio y cultura, etc.

El 11 de diciembre de 2018 se realizó la presentación de los proyectos finalistas y entrega de premios de esta segunda edición, en la Caja de Música del Palacio de Cibeles.

Las empresas ganadoras fueron:

-**Urban Data Ey**, primer premio de 20.000 euros

-**SouleM**, segundo premio de 4.000 euros



## FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO JUVENIL I Foro del emprendimiento de la escuela pública



### I FORO DE EMPRENDIMIENTO DE LA ESCUELA PÚBLICA

El 20 de marzo de 2018 se celebró en el vivero de empresas de Carabanchel la primera edición del Foro de Emprendimiento en la escuela pública organizado por la Fundación Junior Achievement y con el patrocinio exclusivo del Ayuntamiento de Madrid. Este Foro tiene el ánimo de facilitar espacios de encuentro entre los diferentes centros educativos públicos, estudiantes y profesores que participan en proyectos educativos orientados a la promoción del emprendimiento entre los jóvenes.

Participaron un total de 40 proyectos. Los 3 proyectos ganadores fueron:

- El proyecto ganador, “On Board Safety”, del Colegio Nazaret Oporto.
- El segundo proyecto premiado, “Papiro, S.L.”, del IES Parque Aluche.
- El tercer premio fue para el proyecto “Salvad a Tiendy”, del Colegio Nazaret San Blas.



## FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO JUVENIL

### X competición startup programme



### X COMPETICIÓN START UP PROGRAMME

El 4 de mayo de 2018 se celebró en el auditorio Rafael del Pino la X Competición Startup Programme, organizado por la Fundación Junior Achievement y con el patrocinio del Ayuntamiento de Madrid. Este programa educativo tiene como objetivo fundamental fomentar el espíritu emprendedor en el ámbito universitario y fomentar la creación de empleo.

En 2018 se ha celebrado su décima edición, con una participación total de 51 proyectos, desarrollados por 155 alumnos de 17 Universidades. El "Premio Ayuntamiento de Madrid" recayó en el proyecto "Amaqtedu" (Ama hasta que te duela), propuesta de 5 estudiantes de la Universidad de Alcalá de Henares para promover la integración de persona en riesgo de exclusión social a través del arte.





### VISITAS DE CENTROS EDUCATIVOS A LOS VIVEROS DE EMPRESAS

Entre las actuaciones que se llevan a cabo en la red de viveros de empresas del Ayuntamiento de Madrid con el objetivo de difundir el espíritu emprendedor en su relación con la sociedad y, como fórmula para acceder al colectivo de jóvenes a los efectos de poderles trasladar este espíritu, se realizan periódicamente visitas a los distintos viveros, tanto por centros de educación secundaria y de formación profesional, como por grupos de alumnos de universidades pública y privadas de cursos de grado y de master de postgrado. En ellas no sólo se les muestran las instalaciones, sino que se les imparte una charla sobre los servicios ofertados poniéndolos a su disposición, También participan emprendedores alojados que les cuenta su experiencia de forma directa.



## FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO JUVENIL

### Charlas formativas "ecosistema emprendedor"



### **CHARLAS FORMATIVAS “ECOSISTEMA EMPRENDEDOR”**

En 2018 la Dirección General de Comercio y Emprendimiento ha acercado el emprendimiento a las aulas. Nos hemos trasladado a centros educativos madrileños, públicos y privados, a impartir píldoras informativas sobre emprendimiento adaptando los contenidos a las edades, nivel académico y especialidad educativa. Se han abarcado diferentes aspectos sobre el emprendimiento empresarial, con un esquema que va desde comentar el tema de las ideas como motor, cómo convertir una idea en una realidad; las fases de desarrollo de una empresa; los agentes del ecosistema y ejemplos; lo importante a la hora de emprender hasta finalizar con una visión general sobre los recursos disponibles para emprender en el Ayuntamiento de Madrid.

En esta primera experiencia se han realizado 17 talleres con un total de 43 horas de formación. Se han visitado dos institutos de enseñanza secundaria y cinco centros privados. El grado de satisfacción de los asistentes, profesorado y alumnado, ha sido altamente positivo lo que avala su continuidad el próximo año.



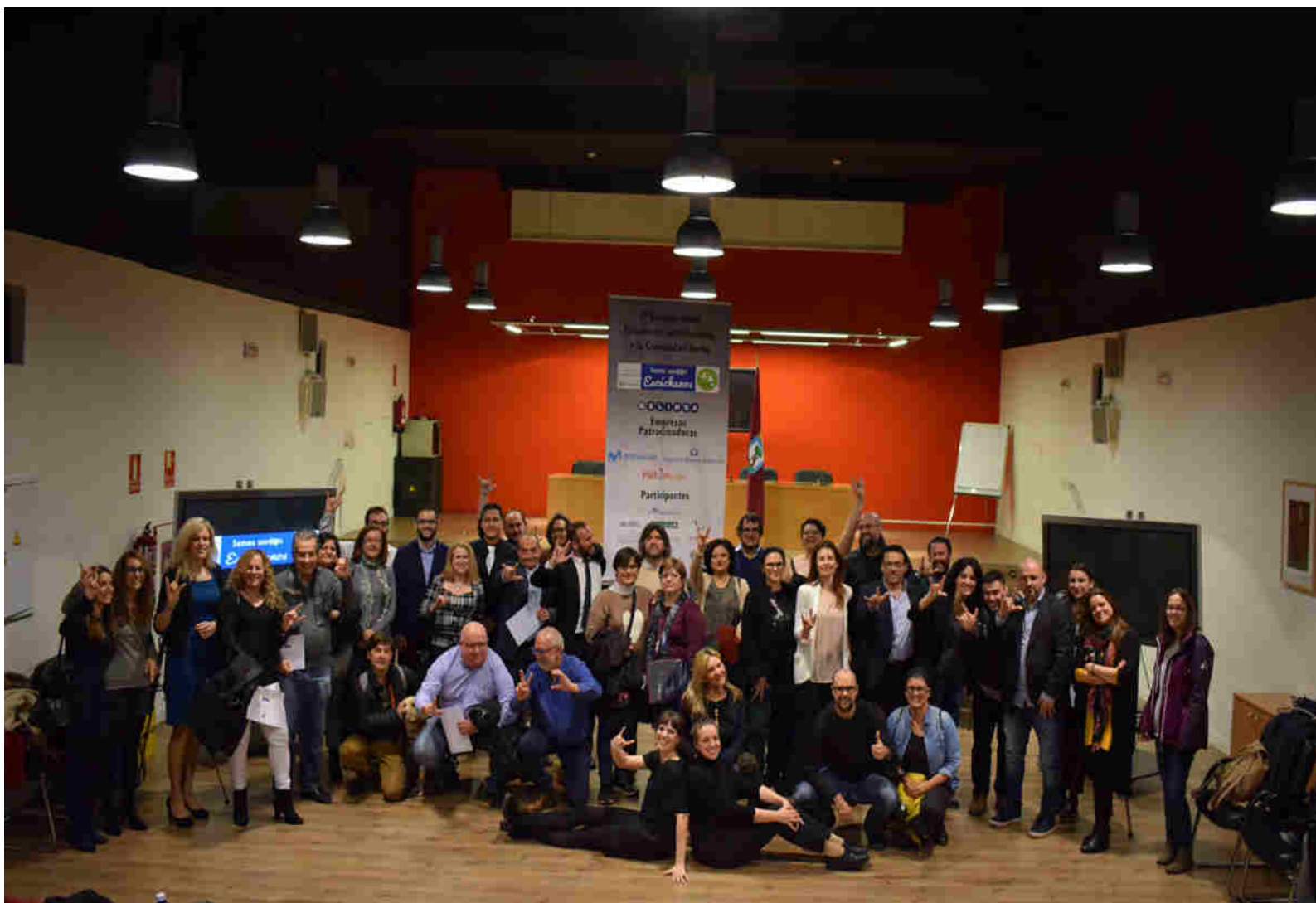
## XII COMPETICIÓN DE MINIEMPRESAS

El 20 de junio de 2018 se celebró en el auditorio Rafael del Pino la XII Competición de Miniempresas, organizado por la Fundación Junior Achievement y con el patrocinio del Ayuntamiento de Madrid. Este programa pedagógico tiene como objetivo impulsar el talento de los jóvenes con edades comprendidas entre 15 y 19 años, apoyando la formación del espíritu emprendedor. En 2018 se ha celebrado su duodécima edición, con una participación total de más de 6.000 estudiantes, que han desarrollado más de 1.100 miniempresas.

El Premio del Ayuntamiento de Madrid al “Profesor Emprendedor del Año” recayó en Rosa Ana Guerra Hoyos, del IES Tetuán de las Victorias, dada la importancia de su compromiso liderando e implementando programas educativos relacionados con el emprendimiento juvenil, centrándose en los procesos de aprendizaje de su alumnado y en el desarrollo de sus competencias para ayudarles a encontrar opciones para su futuro.



## EMPREDIMIENTO INCLUSIVO I JORNADA “SOMOS SORDOS, ESCÚCHANOS”



### I JORNADA “SOMOS SORD@S, ESCÚCHANOS”

El 12 de abril de 2018 se celebró en el salón de actos de la sede de la dirección general de comercio y emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid la primera jornada “Somos Sord@s Escúchanos” organizada por Comunicados en Lengua de Signos, empresa ganadora de la I edición de los premios MAD+, por un Madrid MÁS justo y MÁS solidario. Esta jornada, inaugurada por la directora general de comercio y emprendimiento, tuvo como objetivo dar visibilidad y voz a la comunidad sorda, así como trabajar en la mejora de su accesibilidad e inclusión dentro de las empresas y las instituciones públicas.



## FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO: FERIAS

### Salón internacional de la franquicia



### **PARTICIPACIÓN EN EL SALÓN INTERNACIONAL DE LA FRANQUICIA**

Un año más estuvimos presentes con un stand en EXPOFRANQUICIA 2018, feria de referencia que se celebró en IFEMA del 19 al 21 de abril bajo el lema ¡Crecemos Juntos!, para descubrir nuevas oportunidades de emprendimiento en franquicias y que congregó a 15.248 visitantes.

Como en ediciones anteriores la dirección general de comercio y emprendimiento estuvo presente en esta feria con un stand, ofreciendo información de primera mano sobre todos los servicios de apoyo al emprendimiento que el Ayuntamiento de Madrid pone a disposición de los madrileños para la puesta en marcha de sus negocios. Se asesoró presencialmente a más de un centenar de personas.



## FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO: FERIAS

### Feria de empleo Vicálvaro



### **FERIA DE EMPLEO DE VICÁLVARO “EMPLEA VICALVARO”**

La dirección general de comercio y emprendimiento contó con un stand propio en la I Feria de Empleo de Vicálvaro, celebrada el 7 de junio de 2018 en el Centro Cultural de Valdebernado, en el que se ha informado a los asistentes a cerca de los programas y servicios de apoyo al emprendimiento con los que cuenta el Ayuntamiento de Madrid de asesoramiento, formación y tutelaje, entre otros, destacando especialmente los diferentes espacios que se ponen a disposición de los interesados para emprender como son los viveros de empresas y los espacios de coworking.

Así mismo, se impartió el taller “Anímate a emprender con el vivero de Vicálvaro” donde no sólo se hizo una exposición detallada de los servicios ofrecidos en la Dirección General de Comercio y Emprendimiento para el fomento del emprendimiento, sino que además se contó con la participación de dos empresas alojadas en el vivero de Vicálvaro, que contaron su experiencia emprendedora. La feria tuvo un importante éxito ya que, en sus 6 horas de duración, contó con la participación de más de 1.000 asistentes.





### **FERIA DE EMPLEO DE VILLAVERDE “EMPLEA VILLAVERDE”**

La Junta Municipal de Villaverde y la Agencia para el Empleo del Ayuntamiento de Madrid en colaboración con diversas entidades organizaron el pasado día 17 de mayo de 2018 la I feria de empleo en Villaverde “Emplea Villaverde” en La Nave “Boetticher” con el objetivo de ofrecer un punto de encuentro a empresas y a personas que se hallan en búsqueda de empleo o quieren reorientar su carrera profesional.

EMPLEA VILLAVERDE también se configuró como un espacio para fomentar el emprendimiento como alternativa a la inserción en el mercado laboral por lo que la Dirección General de Comercio y Emprendimiento fue invitada a participar con una charla formativa para iniciar en el emprendimiento principalmente a jóvenes. Se trataron temas como el paso de la idea a la empresa, el perfil del emprendedor, las etapas del emprendimiento, la elaboración del plan de empresa, así como los recursos de apoyo al emprendimiento por parte de las administraciones y entidades públicas además de tratar brevemente las fórmulas de financiación de los proyectos emprendedores. La charla tuvo muy buena acogida llenándose el espacio de la sala.



## FORMACIÓN Y NETWORKING

Lánzate

**Lánzate** Programa de impulso para emprendedores

**INSCRÍBETE**

madridemprende.es | equidad, derechos sociales y empleo | MADRID

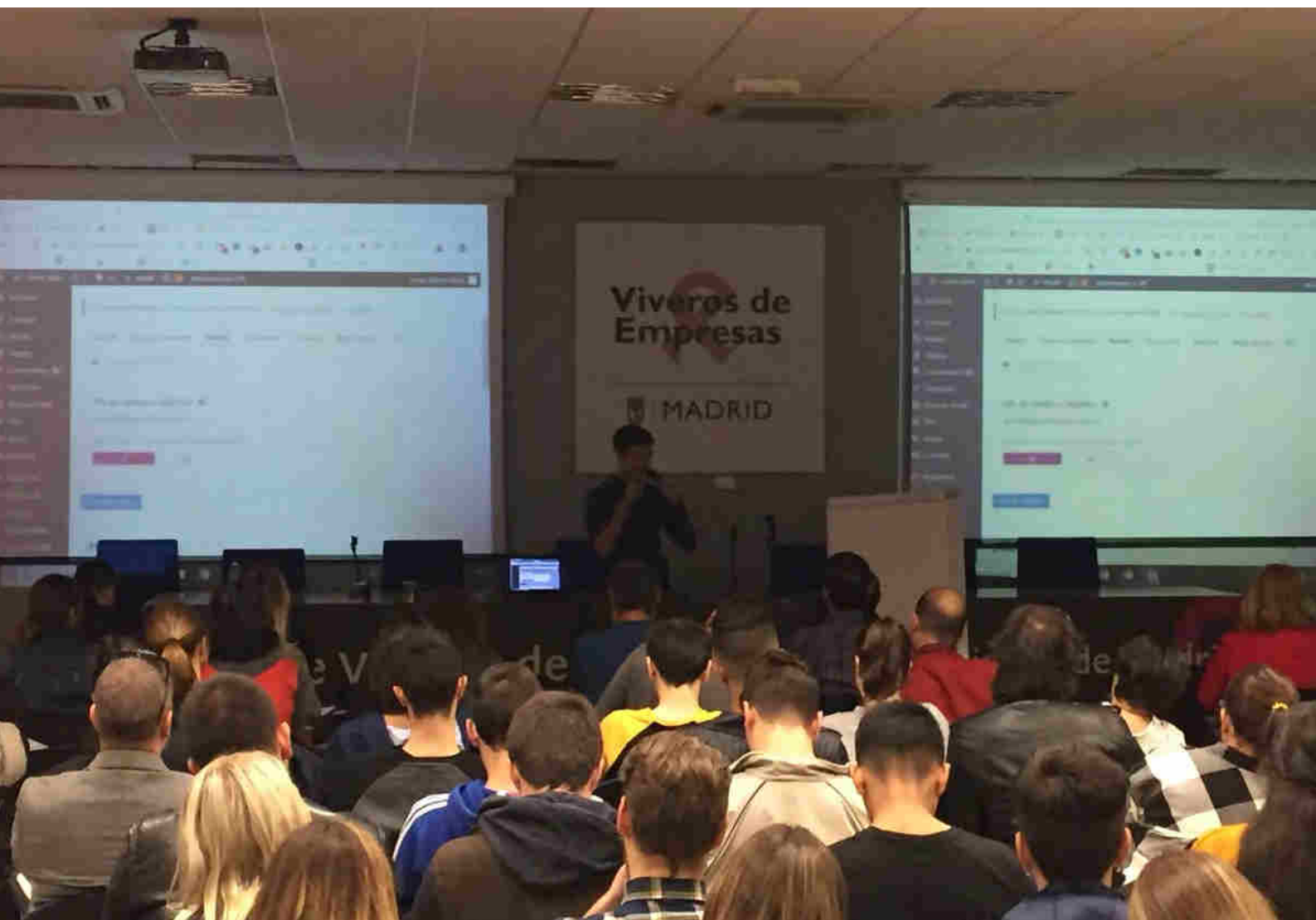
### LÁNZATE: PROGRAMA DE IMPULSO PARA EMPRENDEDORES

EOI, ORANGE Y DGCE

La EOI, en colaboración con Orange y el Ayuntamiento de Madrid, pone en marcha el programa de impulso para emprendedores y PYMEs "Lánzate"

El programa se desarrolla en el marco del Convenio de Colaboración suscrito por la Fundación de la Escuela de Organización Industrial y Orange España con el Ayuntamiento de Madrid y la Agencia para el Empleo para el apoyo a la formación y al emprendimiento de carácter digital basado en la innovación.

El programa "Lánzate" va dirigido a emprendedores y PYMEs con una idea o proyecto de negocio vinculados a las tecnologías de la información y comunicación, apoyando y conectando a los participantes con altos directivos y líderes empresariales del sector Tic para incrementar las posibilidades de éxito



## FORMACIÓN PARA PERSONAS EMPRENDEDORAS Y EMPRESARIAS EN LOS VIVEROS DE EMPRESAS

Con el objetivo de proporcionar los conocimientos y la capacitación profesional necesaria a las personas interesadas en iniciar o consolidar una actividad emprendedora, en la Red municipal de viveros de empresas se imparte una serie de acciones formativas que responden a las necesidades y carencias que las personas con voluntad emprendedora plantean a la hora de iniciar su negocio, contribuyendo a mejorar sus competencias y habilidades personales y profesionales, factores claves para el desarrollo empresarial.

A lo largo de 2018 se han realizado en total 209 actuaciones formativas y talleres, que han supuesto más de 670 horas de formación, en los que han participado un total de 4.895 personas, de las cuales 2.690 han sido mujeres.





## FORMACIÓN Y NETWORKING

### Actividades para inmigrantes



### FORMACIÓN PARA PERSONAS EMPRENDEDORAS INMIGRANTES

En los viveros de empresas del Ayuntamiento de Madrid se realizan actuaciones formativas específicas dirigidas al colectivo de emprendedores inmigrantes para proporcionarles las herramientas necesarias que les permitan desarrollar su proyecto emprendedor en nuestra ciudad, obteniendo un gran éxito de participación.

Además de poner a su disposición los recursos y servicios que se ofertan en los viveros de empresas estas actuaciones formativas pretenden facilitarles claves como qué autorizaciones y permisos necesitan, cual es la normativa aplicable en diversas materias como licencias o autorizaciones entre otras, cuales son las obligaciones contables y fiscales, etc..., persiguiendo mejorar su conocimiento de la legalidad española en la materia y su capacitación para el desarrollo y puesta en marcha de sus proyectos empresariales.



## FORMACIÓN Y NETWORKING

Colaboración con la escuela SECOT de emprendedores



### COLABORACIÓN CON LA ESCUELA SECOT DE EMPRENDEDORES.

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento colabora con distintas entidades en la difusión de programas específicos de formación para emprendedoras y emprendedores.

Una de estas entidades es la Escuela SECOT de emprendedores.

Muestra de esta colaboración fue la asistencia de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento, el 17 de diciembre, a la clausura de la 14ª Edición de los Cursos eSemp (Escuela Secot de Emprendedores). Los cursos se imparten a lo largo de todo el año por Seniors colaboradores de Secot y versan sobre todos los ámbitos de la empresa y el emprendimiento.

## FINANCIACIÓN

### Convenios de colaboración con entidades bancarias



### CONVENIOS PARA FACILITAR LA FINANCIACIÓN

En el marco del Apoyo Integral al Emprendimiento y dentro del servicio de asesoramiento a las personas que tienen en proyecto la creación de una empresa, el Ayuntamiento de Madrid consciente de que uno de los principales problemas a los que se enfrentan estas personas es el acceso a la financiación ha suscrito con el banco Sabadell y Microbank sendos convenios para facilitar la constitución y puesta en marcha de empresas.

El Banco Sabadell ofrece diferentes líneas de financiación entre las que se destaca aquí, por ser la más relevante para los emprendedores, la denominada “Préstamo inicio” para empresas de reciente creación a la que se accede a través del informe de viabilidad emitido en la Ventanilla Única del Emprendedor, una vez que se ha valorado el plan de empresa.

Microbank ofrece un préstamo de cuantía pequeña y sin garantía real denominado microcrédito social, permitiendo así la financiación de proyectos empresariales promovidos por personas emprendedoras y empresarias, asesoradas por el Ayuntamiento de Madrid, que manifiestan a través del plan de empresa la necesidad de financiación externa y que, por sus condiciones económicas y sociales, tienen dificultades de acceso a financiación bancaria tradicional.









## COMUNICACIÓN

Portal web de Comercio y Emprendimiento

MADRID



COMERCIO Y MERCADOS



APOYO INTEGRAL AL EMPRENDIMIENTO



MERCADOS  
MUNICIPALES



ESCUELA DE  
COMERCIO



AGENDA



PREMIOS DE  
EMPRENDIMIENTO



TRANSMISIÓN DE  
EMPRESAS

Noticias

REDES SOCIALES

## COMUNICACIÓN

A lo largo del ejercicio 2018 la DGCE ha desarrollado una intensa actividad de dinamización y divulgación online y off line del conjunto de las actividades y eventos promovidos por la misma y sus colaboradores, a través de :

- La web [www.madridemprende.es](http://www.madridemprende.es) y sus cuentas en redes sociales (facebook, twitter, instagram, linkedin, youtube).
- La web [www.madridcapitaldemoda.com](http://www.madridcapitaldemoda.com) y sus cuentas en redes sociales (facebook, twitter, instagram, youtube).
- La cuenta de Instagram [madrid\\_mercados](https://www.instagram.com/madrid_mercados)
- Los circuitos institucionales de mobiliario urbano y autobuses de EMT destinados a las distintas campañas de promoción de los mercados de Madrid y el comercio de proximidad, de sensibilización contra la venta ilegal y de falsificaciones, de información de los servicios de apoyo integral al emprendimiento o los premios de emprendimiento.











## ÍNDICE MEMORIA DE ACTIVIDADES 2018

- 1 RESUMEN EJECUTIVO**
- 2 ESTRUCTURA Y PERSONAS**
- 3 COMERCIO**
  - 3.1 *MERCADOS MUNICIPALES*
  - 3.2 *COMERCIO DE PROXIMIDAD, TURISMO DE COMPRAS Y ASOCIACIONISMO*
  - 3.3 *FORMACIÓN DIRIGIDA AL SECTOR COMERCIAL Y HOSTELERO*
  - 3.4 *APLICACIÓN DE LAS TICs*
  - 3.5 *ACTUACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE ILEGAL*
  - 3.6 *CONSEJO DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MADRID*
  - 3.7 *RELACIONES INSTITUCIONALES*
- 4 EMPRENDEDORES Y PYMES**
  - 4.1 *ASESORAMIENTO Y TRAMITACIÓN*
  - 4.2 *VENTANILLA ÚNICA DEL EMPRENDEDOR*
  - 4.3 *ALOJAMIENTO Y TUTELAJE*
  - 4.4 *ESPACIOS DE COWORKING*
  - 4.5 *ACELERADORA DE PROYECTOS DE ALTO POTENCIAL*
  - 4.6 *MEJORAS DE LAS INSTALACIONES*
  - 4.7 *CONVENIOS DE COLABORACIÓN CON ENTIDADES Y ORGANIZACIONES*
  - 4.8 *FORMACIÓN PARA EMPRENDEDORES*
  - 4.9 *ACTIVIDADES DE NETWORKING*
  - 4.10 *OTROS EVENTOS Y ACTIVIDADES*
  - 4.11 *PARTICIPACIÓN EN FOROS DE EMPRENDIMIENTO*
  - 4.12 *SENSIBILIZACIÓN Y FOMENTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA*
  - 4.13 *FINANCIACIÓN*
- 5 REPRESENTACIÓN EN FOROS Y CONSEJOS**
- 6 COMUNICACIÓN**
  - 6.1 *Web y redes sociales bajo el dominio madridemprende*
  - 6.2 *Web y redes bajo el dominio madridcapitaldemoda*
  - 6.3 *@madrid\_mercados*
  - 6.4 *Acciones off line*
  - 6.5 *Recursos de entidades colaboradoras*
- 7 PRESUPUESTO Y OTROS RECURSOS PÚBLICOS**
- 8 PERFILES**



## 1 RESUMEN EJECUTIVO

Durante el ejercicio 2018 la Dirección General de Comercio y Emprendimiento (DGCE) ha desarrollado una intensa actividad dirigida a asegurar el afianzamiento y continuidad de los proyectos, líneas de actuación y planes estratégicos puestos en marcha en ejercicios anteriores con el fin de garantizar la consecución de los objetivos de las políticas municipales de apoyo y dinamización de los sectores comercial y hostelero y de fomento y promoción de la actividad emprendedora y de las pymes.

El valor total de los recursos públicos destinados al desarrollo de esa actividad, excluidos los gastos de personal (capítulo I del programa presupuestario 431.40) ha ascendido a **cerca de 12 millones de euros**, de los que más de 6 corresponden a presupuesto ejecutado del programa 431.40 Promoción Comercial y Emprendimiento, más de 1,9 millones al importe total de las bonificaciones de IBI de los mercados municipales aprobadas en 2018 y más de 4 millones al valor de tarifa de los recursos institucionales publicitarios.

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

En valor total de los recursos públicos destinados al apoyo a los mercados municipales en 2018 ha superado la cifra de 5,8 millones de euros, de los que más de 2,9 corresponden a créditos del programa presupuestario 431.40, más de 1,9 al importe de la bonificaciones del IBI aprobadas



para los concesionarios de los mercados, repercutibles íntegramente en los comerciantes alojados en los mismos y más de 900.000 euros al valor de tarifa de los recursos publicitarios institucionales puestos al servicio de la promoción de los mercados.

Todas las actuaciones de apoyo a los mercados municipales desarrolladas en 2018 han permitido avanzar en la ejecución del Plan Estratégico de los Mercados Municipales, aprobado en septiembre de 2017.

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

- Las inversiones dirigidas a mejorar las infraestructuras, financiadas vía subvenciones de capital o inversiones de capítulo 6, que han permitido actuar en una treintena de mercados de la ciudad, siendo especialmente destacables las realizadas en los mercados de Tetuán, Bami, Las Águilas, San Cristóbal, Los Mostenses, La Guindalera o Las Ventas.
- La intensa actividad de promoción y dinamización de los mercados municipales realizada directamente por la administración y también en colaboración con los concesionarios y comerciantes de los mercados, así como con distintos patrocinadores. En este sentido destacan las campañas desarrolladas en colaboración con canal cocina, el programa aprende a comprar y cocinar en los mercados de Madrid, la participación en gastrofestival o la organización de eventos de dinamización.
- El fomento de la digitalización a través de proyectos como Mercamad o Mercado47
- La puesta en marcha del mercado de Productores Planetario
- La gestión patrimonial y administrativa de los mercados municipales, destacando por su carácter novedoso la bonificación de la cuota de IBI para los mercados de la ciudad

Avanzar en la consolidación de la imagen de Madrid como destino de compras, organizar y facilitar la celebración de eventos en espacios públicos que contribuyan a la dinamización y promoción de las principales zonas comerciales y de la ciudad, apoyar el comercio de los barrios, fomentar el asociacionismo, incentivar la incorporación de las nuevas tecnologías y sensibilizar a la ciudadanía de la importancia de rechazar productos falsificados y cauces de comercialización no autorizados, han sido los objetivos prioritarios de las actuaciones en materia de comercio.

El valor de los recursos públicos destinados en 2018 a estos fines ha superado los 2,6 millones de euros, de los que más de 600.000 corresponden a créditos del programa presupuestario 431.40 Promoción Comercial y Emprendimiento y cerca de 2 millones al valor de tarifa de los recursos publicitarios institucionales destinados a la promoción del comercio, cuantía a la que debe sumarse el valor de todos los recursos aportados por las entidades colaboradoras y patrocinadoras de las distintas actuaciones

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

- La incentivación de los proyectos de dinamización del comercio de proximidad y fomento del asociacionismo promovidos por asociaciones empresariales a través de la convocatoria de subvenciones para ese fin, a la que ha destinado un crédito

de 515.000 euros ( más de 458.000 en términos de Obligaciones reconocidas) que ha permitido financiar 35 proyectos.

- La consolidación del proyecto Madrid Capital de Moda, tanto en su vertiente de promoción y publicidad de eventos, como en la de facilitador de la celebración de estos en espacios públicos.
- La celebración de eventos para dinamización de la actividad de las distintas zonas comerciales y el refuerzo del posicionamiento de la ciudad como destino de compras, entre los que cabe destacar Meninas Madrid Gallery, Vogue Fashion Night Out, Desfiles en calles y espacios municipales, Salesas Village The Festival, entre otros
- Campañas de promoción y publicidad del comercio de proximidad y las distintas zonas comerciales.
- Las acciones de sensibilización contra la venta ambulante ilegal y de falsificaciones.

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

El valor total de recursos públicos destinados al desarrollo de las políticas públicas de apoyo a las emprendedoras y emprendedores y a las pymes en 2018 ha sido del orden de 3,4 millones de euros, de los que más de 2,3 millones corresponden a crédito presupuestario ejecutado del programa presupuestario 431.40, Promoción Comercial y Emprendimiento y algo más de 1 millón al valor de tarifa de los recursos institucionales destinados al fomento del emprendimiento.

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

En materia de fomento del emprendimiento, se han redoblado los esfuerzos en la consolidación de los premios de emprendedoras y de emprendimiento social, que han continuado creciendo en repercusión, solicitantes y calidad de los proyectos presentados.

Asimismo, se ha intensificado la colaboración con distintas entidades para aumentar el apoyo al fomento del emprendimiento juvenil y universitario.

Dar respuesta a las necesidades formativas, tanto de los emprendedoras, emprendedores y autónomos, como de las trabajadoras y trabajadores del sector comercial y hostelero, con objeto de mejorar sus oportunidades ante los cambios en la demanda de empleo, ha sido el objetivo de los programas formativos de la escuela de innovación para el comercio y de los viveros de empresas.

Facilitar y fomentar la colaboración público privada en la puesta en marcha de iniciativas y proyectos dirigidos a alcanzar los objetivos mencionados a través del establecimiento de cauces de colaboración y la formalización de acuerdos y convenios con empresas, entidades o instituciones ha hecho posible la organización de eventos de promoción, programas formativos, campañas informativas o de sensibilización, encuentros ..., que de otra manera habrían resultado inviables.

Mantener, en todos los ámbitos mencionados, una continua y fluida interlocución con representantes del sector empresarial, concesionarios de los mercados municipales, usuarios de los distintos servicios y representantes de distintas entidades, instituciones y administraciones ha sido a lo largo de todo el ejercicio, al igual que en los anteriores, una prioridad que se ha plasmado en una prolífica actividad de representación institucional en distintos foros.

Todas estas actuaciones ha supuesto una notable actividad administrativa dirigida a la aplicación de los distintos recursos y procedimientos previstos por la normativa vigente en materia de contratación pública, gestión presupuestaria, patrimonial y de subvenciones, convencional, inspectora o sancionadora.



## 2 ESTRUCTURA Y PERSONAS

La estructura organizativa de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento, a 31 de diciembre de 2018, es la siguiente:

- DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO Y EMPRENDIMIENTO
  - CONSEJERÍA TÉCNICA
  - 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

Esta estructura está soportada por un equipo humano integrado por 54 personas sin cuyo esfuerzo y trabajo nada de lo que consta en esta memoria habría sido posible:

Ellas y ellos son:

#### **DIRECCIÓN GENERAL**

<i>Concepción Díaz de Villegas Soláns</i>	Directora General
<i>M<sup>a</sup> Ángeles Cantero Bonilla</i>	Consejera Técnica
<i>Jaime Hevia Ruiz</i>	Consejero Técnico
<i>María Núñez Saínz</i>	Encargada Oficina Auxiliar Secretaría
<i>Félix Ramos Fuentes</i>	Auxiliar Oficina Auxiliar

#### **SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO Y MERCADOS**

<i>Olga María Ruiz Castillo</i>	Subdirectora General
<i>José Carlos Cortés Archidona</i>	Consejero Técnico
<i>M<sup>a</sup> del Mar Hurtado Torres</i>	Encargada Oficina Auxiliar Secretaría (1S)
<i>Luisa Ruiz Muñoz</i>	Encargada Oficina Auxiliar Secretaría (2S)

#### **SERVICIO DE MERCADOS**

<i>José David Borrego Ojeda</i>	Jefe Servicio
<i>Ana Yagües Mallo</i>	Auxiliar Secretaría
<i>Valentín Valverde Herreros</i>	Personal de apoyo

#### **DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y SUPERVISIÓN**

<i>Fernando Sánchez Bernal</i>	Jefe Departamento
<i>Susana Sillero Gómez</i>	Adjunto Departamento
<i>Carmen Vinuesa Hidalgo</i>	Auxiliar Secretaría
<i>M<sup>a</sup> Ángeles Elena Fernández</i>	Adjunto Sección
<i>Paloma Sánchez Almazán</i>	Auxiliar Administrativo

#### **DEPARTAMENTO TÉCNICO**

<i>Mercedes Mayoral Ranedo</i>	Jefa Departamento
<i>Luis Otazu Solá</i>	Jefe División
<i>Gregorio Luengo González</i>	Jefe Negociado
<i>Julia Mato Márquez</i>	Auxiliar Administrativo Jefatura B

#### **SERVICIO DE INNOVACIÓN COMERCIAL Y DISCIPLINA**

<i>Beatriz Santaolalla Pons</i>	Jefa Servicio
<i>Enrique Merchán Vicente</i>	Auxiliar Secretaría

#### **DEPARTAMENTO VENTA AMBULANTE**

<i>Aurora Santos Corta</i>	Auxiliar Secretaría
<i>Margarita Hidalgo Gómez</i>	Adjunto Sección
<i>Susana Rodero Parra</i>	Auxiliar Administrativo

#### **SERVICIO DE PROMOCIÓN COMERCIAL**

<i>Armando Texeiro Feijoo</i>	Jefe Servicio
<i>Raquel Verdú Martínez</i>	Auxiliar Secretaría

#### **DEPARTAMENTO DE PROGRAMACIÓN COMERCIAL**

<i>Juan Carlos Cid Dalama</i>	Jefe Departamento
<i>M<sup>a</sup> Ángeles Boada Martínez</i>	Auxiliar Administrativo
<i>Teresa Sánchez Leyva</i>	Adjunto Departamento
<i>Valentín Valverde Herreros</i>	Persona de apoyo
<i>M<sup>a</sup> Jesús Clemente García</i>	Jefa Negociado
<i>Arantxa Martínez García</i>	Auxiliar Administrativo

#### **SUBDIRECCIÓN GENERAL DE EMPRENDEDORES Y PYMES**

<i>Estrella Martín Martín</i>	Subdirectora General
<i>Javier Chico Requena</i>	Encargado Oficina Auxiliar Secretaría

#### **SERVICIO DE EMPRENDEDORES Y PYMES**

<i>Esther Caurín Arribas</i>	Jefa Servicio
<i>Carmen Gómez Pérez</i>	Auxiliar Secretaría
<i>Ignacio Benítez Benítez</i>	Auxiliar Secretaría

#### **DEPARTAMENTO DE EMPRENDEDORES Y PYMES**

<i>M<sup>a</sup> Ángeles Jiménez Morán</i>	Jefa Departamento
<i>Juan Carlos Rodríguez Vázquez</i>	Consejero Técnico
<i>Amparo Pérez Alonso</i>	Adjunto Departamento
<i>Mercedes Grajal Martínez_Illescas</i>	Asesora Emprendimiento
<i>Rosa Lorente Castrodeza</i>	Asesora Emprendimiento
<i>Rosa M<sup>a</sup> González Fernández</i>	Jefa Negociado
<i>M<sup>a</sup> Encarnación Ávalos Martín</i>	Jefa Negociado
<i>Noelia Roderer Gutiérrez</i>	Auxiliar Secretaría
<i>Carmen Atienza de la Fuente</i>	Asesora Emprendimiento
<i>Teodoro Velasco Vázquez</i>	Jefe de Sección
<i>M<sup>a</sup> Ángeles Elías Aliende</i>	Adjunto Departamento
<i>Irma Gasco Sánchez</i>	Jefa Negociado
<i>M<sup>a</sup> del Mar Garrido Abad</i>	Auxiliar Administrativo
<i>Juan Manuel Loarte Sánchez</i>	Asesor Emprendimiento
<i>Félix Mur Díaz</i>	Jefe Negociado





### 3 COMERCIO

Las actuaciones más destacadas en el año 2018 en relación con las competencias que la DGCE tiene atribuidas en materia de comercio y mercados han sido: la ejecución del Plan Estratégico de Mercados Municipales, la concesión efectiva de la bonificación del 95 % del IBI del año 2018 a los concesionarios de los mercados municipales , la puesta en marcha del mercado de productores en la avenida del Planetario y el afianzamiento e impulso al proyecto Madrid Capital de Moda, resultando especialmente relevante la exposición de las meninas de gran la importancia para la ciudad de Madrid y con una gran repercusión mediática.

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

- Avanzar en la modernización estructural y funcional de los mercados municipales y galerías de alimentación con objeto de reforzar su atractivo para operadores y clientes.
- Poner en valor las zonas comerciales de la ciudad más relevantes para la proyección y posicionamiento de Madrid como “ciudad de compras” y “capital de moda”.
- Potenciar una red de áreas comerciales de referencia que favorezcan una oferta de proximidad multifocal que alcance a todos los distritos.
- Fortalecer el tejido asociativo sectorial y territorial y otros agentes económicos.
- Incentivar la incorporación de nuevas tecnologías a las pymes del sector.

- Poner en marcha un mercado de productores con objeto de ofrecer productos agroecológicos directamente del productor al consumidor
- Dar cobertura de las necesidades formativas de los empresarios y trabajadores del sector.
- Luchar contra la competencia desleal que representa la venta ambulante ilegal.
- Promover y facilitar la colaboración público privada para alcanzar los objetivos anteriores.
- Facilitar y potenciar los cauces de participación y diálogo con el sector comercial y hostelero.

En todos estos ámbitos, a lo largo del ejercicio 2018, se ha desarrollado una intensa actividad administrativa dirigida a dar respuesta a las necesidades y demandas del sector comercial y hostelero a través de los siguientes instrumentos fundamentales:

- contratación administrativa
- convocatoria y concesión de subvenciones públicas
- formalización del acuerdos y convenios de colaboración
- participación institucional en el desarrollo de actividades promovidas por entidades privadas.
- interlocución directa con los comerciantes y las entidades asociativas representativas de los distintos sectores de actividad y ámbitos territoriales de actuación
- impulso del Consejo de Comercio de Ciudad de Madrid, con la celebración de dos reuniones de su Pleno y una de su Comisión Permanente.
- supervisión y control de la gestión de los servicios públicos y del cumplimiento de la normativa vigente en el ámbito competencial de la DGCE
- ejercicio de la potestad sancionadora en materia de mercados y venta ambulante.
- participación en consejos sectoriales, órganos colegiados y similares
- atención a las sugerencias y reclamaciones en el ámbito de las competencias en materia de comercio y mercados
- atención a las peticiones de información de los grupos políticos y de los distritos en materia de comercio y mercados

### 3.1 MERCADOS MUNICIPALES

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

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

En 2018 se han destinado, en términos de obligaciones de crédito reconocidas, más de 2,9 millones de euros al desarrollo de las competencias y a la consecución de los objetivos en materia de mercados municipales contenidos en el programa presupuestario 431.40 "Promoción Comercial y Emprendimiento", lo cual ha permitido la ejecución de obras de los mercados y sus locales, la mejora de su gestión y el desarrollo de acciones de promoción de su imagen y oferta.

Esta cuantía se refiere exclusivamente a las aportaciones municipales con cargo al programa presupuestario mencionado, no incluyendo ni el importe al que ascienden las bonificaciones de IBI aprobadas para el ejercicio 2018 (cuya cuantía supera los 1,9 millones de euros), ni el valor de tarifa de los recursos institucionales destinados a la promoción de los mercados ( que supera los 900.000 euros), ni la inversión subvencionada privada inducida por las ayudas concedidas ( que se aproxima a los 6 millones de euros de inversión subvencionada),ni la inversión privada no subvencionable, de difícil cuantificación, pero posiblemente superior a la subvencionada.

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

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

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

En el capítulo de la promoción, debe destacarse asimismo la realización de un número importante de campañas y actividades de comunicación, promoción y publicidad del servicio público de mercados y de los equipamientos y establecimientos a través de los que se presta, a las que se han destinado recursos institucionales de publicidad y comunicación, principalmente soportes de mobiliario urbano y autobuses de la EMT, que, aunque sin incidencia presupuestaria, tienen un elevado retorno, en la medida que su valor de mercado se acercaría al millón de euros,

así como significativos recursos de entidades colaboradoras y patrocinadoras que, aunque de difícil cuantificación, superan con creces este valor.

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

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

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

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

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

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

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

En 2018 la concesión de subvenciones a los concesionarios y usuarios de los mercados municipales, a través de convocatoria de subvenciones para la modernización de los mercados municipales y galerías de alimentación, publicada en el BOCM de 30 de abril de 2018, ha vuelto a ser una de las principales vías de financiación e incentivación de la inversión privada dirigida a la mejora estructural y funcional de los equipamientos dotacionales destinados a la prestación del servicio público de mercados.

A través de este instrumento se han incentivado inversiones dirigidas a la ejecución de **25 proyectos de rehabilitación de instalaciones generales** en mercados municipales así como **29 proyectos de remodelación de locales** (pertenecientes a 10 mercados municipales). Con este fin se han concedido, para estas inversiones y en términos de obligaciones reconocidas a 31 de diciembre, 54 subvenciones de capital por un importe total de más de 1,6 millones de euros, que han inducido una inversión privada subvencionable del orden de 5,7 millones de euros, a la que hay que sumar la inversión privada no subvencionable asumida directamente por los concesionarios y usuarios de los mercados.



3.1.3.1 Resultados globales de la convocatoria de subvenciones (referidos exclusivamente a inversiones en los mercados municipales, excluidas galerías de alimentación)

<b>PROYECTOS SUBVENCIONADOS</b> <i>(en términos de obligaciones reconocidas a 31 de diciembre de 2018)</i>	<b>NÚMERO DE PROYECTOS</b>
<i>Mercados que han modernizado sus instalaciones generales y de servicio</i>	25
<i>Proyectos de remodelación de locales comerciales de mercados</i>	29
<i>Mercados donde se ha intervenido</i>	30

3.1.3.2 Proyectos de obras en mercados municipales (datos agregados de zonas comunes más locales)

<b>CATEGORÍA</b>	<b>% SOBRE EL TOTAL DE SUBVENCIONES LIQUIDADAS</b>
<i>Obras de reforma y mejora de instalaciones</i>	75,6 %
<i>Adquisición nuevos equipamientos comerciales</i>	7%
<i>Mejora imagen exterior</i>	4 %
<i>Eliminación de barreras arquitectónicas-mejora accesibilidad</i>	3 %
<i>Mejora de la seguridad</i>	2,6 %
<i>Mejora de eficiencia energética</i>	7,8 %

La principal línea de actuaciones por importe en el año 2018 ha sido la destinada a obras de reforma y mejora de instalaciones, con más de un 75% de la subvención justificada. Esta significación de las ayudas en esta categoría se debe a la gran dimensión que tienen dos proyectos de reforma integral de mercados (Tetuán y Bami), que suponen más del 50% de las ayudas justificadas en 2018.

Los apartados de mejora de imagen exterior y adquisición de nuevos equipamientos comerciales han reducido su porcentaje comparativamente con el de 2017 como consecuencia de la consolidación de este tipo de inversiones en los últimos años.

En cuanto a las inversiones destinadas a la mejora de eficiencia energética, en conjunto se observa que casi se ha duplicado el porcentaje de ayudas dirigidas a estas actuaciones respecto a las desarrolladas en 2017. Esta línea de actuación sigue siendo un objetivo principal en los planes de trabajo de los mercados municipales.

A continuación se ofrecen datos agrupados por tipología comercial: a) mercados municipales (zonas comunes), y b) locales ubicados en estos establecimientos comerciales.

a) **Proyectos de obras en zonas comunes e instalaciones generales de mercados municipales**

<b>CATEGORÍA</b>	<b>% SOBRE EL TOTAL DE SUBVENCIONES LIQUIDADAS</b>
<i>Obras de reforma y mejora de instalaciones</i>	79 %
<i>Adquisición nuevos equipamientos comerciales</i>	3 %
<i>Mejora imagen exterior</i>	2 %
<i>Eliminación de barreras arquitectónicas-mejora accesibilidad</i>	3 %
<i>Mejora de la seguridad</i>	3 %
<i>Mejora de eficiencia energética</i>	10 %

Los principales campos de actuación en los proyectos desarrollados en mercados municipales son las obras de reforma y mejora de eficiencia energética, que en conjunto suponen casi el 90% de las subvenciones justificadas, frente al 54 % del año 2017.

Se vuelve a destacar el gran peso que tienen en 2018 obras de gran envergadura como son las desarrolladas por los mercados de Tetuán, Bami y la reestructuración comercial de Las Águilas, y las acometidas en eficiencia energética por el mercado de San Antón.

El apoyo a las inversiones para la eliminación de barreras arquitectónicas y mejora de la accesibilidad en los mercados municipales es una estrategia contemplada en el Plan Estratégico de los Mercados Municipales 2017-2021. El propósito es facilitar el acceso a las personas al servicio público que presta el mercado. Este apartado se ha incrementado dos puntos porcentuales respecto al alcanzado en 2017.

b) **Proyectos de obras en locales comerciales de mercados municipales**

<b>CATEGORÍA</b>	<b>% SOBRE EL TOTAL DE SUBVENCIONES LIQUIDADAS</b>
<i>Obras de reforma y mejora de instalaciones</i>	61 %
<i>Adquisición nuevos equipamientos comerciales</i>	25 %
<i>Mejora imagen exterior</i>	12 %
<i>Mejora de la seguridad</i>	1 %
<i>Mejora de eficiencia energética</i>	1 %

Los principales campos de actuación en los proyectos desarrollados en locales de mercados municipales son las obras de reforma y mejora de eficiencia energética, que en conjunto suponen el 86% de las subvenciones justificadas, frente al 78 % del año 2017.

Estos datos reflejan la implantación de nuevas actividades que han solicitado ayuda este año, que reforman las estructuras comerciales preexistentes y renuevan sus equipamientos de servicio.

En el apartado de mejora de imagen exterior se mantiene la tendencia en torno al 12 % de las subvenciones justificadas. Estos proyectos se corresponden con proyectos dirigidos a la diferenciación de marca y potenciación del atractivo comercial de empresas ya radicadas en los mercados.

### 3.1.3.3 Principales indicadores de la ejecución de la convocatoria 2018 (referida exclusivamente a mercados municipales)

INDICADORES	RESULTADOS
Presupuesto de la convocatoria (crédito autorizado inicialmente)	2.111.614 €
Subvención <u>concedida</u> (crédito dispuesto) para las inversiones proyectadas en mercados municipales y sus locales	1.827.033 €
Subvención <u>justificada</u> (obligaciones reconocidas a 31/12/2018) para <b>obras de</b> modernización de las estructuras de los mercados municipales y sus locales	1.624.079 €
Grado de ejecución de las subvenciones concedidas	89 %
Inversión global inducida por los proyectos realizados	5.826.057 €
Nº proyectos de mejora de la eficiencia energética de los mercados	6
Nº proyectos para la implantación de TICs en los mercados	12
Nº proyectos para potenciar la accesibilidad total en los mercados	9
Inversión privada destinada a la mejora de la red de mercados municipales	4.177.410 €
Nº de nuevas empresas instaladas	26
Incremento en el porcentaje de ocupación locales de mercados	0,3%

En el análisis de los resultados de la convocatoria 2018 de subvenciones, y su comparación con los del año 2017 se obtiene que si bien el crédito disponible de partida era un 11% inferior (2.111.614 euros para los proyectos), se ha conseguido incrementar el 31% en el importe de las subvenciones concedidas.

Asimismo se ha duplicado el importe de las subvenciones justificadas (ayuda finalmente pagada), relacionado con un aumento en 30 puntos porcentuales en el grado de ejecución de los proyectos, alcanzando un 89% sobre las subvenciones concedidas, lo que significa un importante aprovechamiento de los recursos disponibles.

La inversión global inducida que ha promovido la convocatoria de subvenciones en 2018 ha sido de 5.826.054 euros, que supone un incremento del 13 % respecto a la del año 2017.

En cuanto al impacto de los proyectos sobre la eficiencia energética, se manifiesta que ha habido una contracción en el número de proyectos ejecutados con respecto a los del año anterior, en un 70%. Esto responde al nivel de modernización que la red de mercados municipales ha conseguido en los últimos años.

Respecto al aprovechamiento de TIC's para el desarrollo de las actividades proyectadas por mercados municipales y sus locales comerciales, prácticamente se han duplicado los resultados comparados con 2017: en total se han acometido 9 proyectos impulsado por mercados y 3 en locales. Estos proyectos comprenden desarrollo de webs, posicionamiento en redes, geolocalización y comercio electrónico principalmente.

La mejora de la accesibilidad en los mercados es una línea de actuación estratégica municipal, que apoya las actuaciones con un 50% de ayuda a la inversión. En este año, se han financiado 9 proyectos, triplicando el número respecto al año 2017.

Se observa asimismo, que el número de nuevas actividades implantadas en los mercados se ha reducido respecto al año anterior un 38%, debido a un menor número de solicitudes de proyectos para nuevas empresas. Sin embargo, se ha compensado esta situación con un mayor número de proyectos de dimensión superior.

Finalmente, se mantiene el porcentaje de ocupación de locales en los mercados municipales. La ocupación media de los mercados se sitúa en torno al 81 %. Este hecho es fiel reflejo del equilibrio y estabilidad en la rotación comercial de los mercados municipales.

#### **3.1.3.4 Proyectos más significativos subvencionados en 2018**

- **Mercado de Tetuán**

Refuerzo de cimentación y estructuras, rehabilitación y aislamiento de fachadas, mejora de accesibilidad y comunicación entre plantas, modernización de instalaciones generales y reestructuración comercial con la incorporación de mediana superficie (Lidl) (segunda fase)

Inversión subvencionable 2018 : 1.790.418 euros

Subvención concedida 2018: 537.125 euros

- **Mercado de Bami**

Rehabilitación integral y reestructuración comercial del centro con incorporación de locales de comercio alimentario especializado destinados a carnicería, charcutería, pescadería, frutería y obrador de pan, locales exteriores de pequeño comercio, un supermercado (La Despensa), un gimnasio y un espacio multiusos de unos 600 metros cuadrados.

Supresión de barreras arquitectónicas

Inversión subvencionable 2018: 1.032.308 euros

Subvención concedida 2018: 338.998 euros

- **Mercado de Las Águilas**

Reestructuración comercial y remodelación de planta baja, con la incorporación de un supermercado (La Despensa).

Inversión subvencionable 2018: 388.589 euros

Subvención concedida 2018: 118.394 euros



- **Mercado de San Antón**

Reforma del sistema de climatización

Inversión subvencionable 2018: 172.443 euros

Subvención concedida 2018: 82.239 euros

- **Mercado de La Guindalera**

Reforma de paramentos verticales y horizontales del mercado, sustitución de falsos techos, renovación del sistema eléctrico.

Inversión subvencionable 2018: 134.227 euros

Subvención concedida 2018: 40.268 euros

- **Mercado de San Isidro**

Rehabilitación de baños públicos, sustitución de falsos techos en la planta baja del mercado y realización de intervención de arte urbano en fachada.

Inversión subvencionable 2018: 117.934 euros

Subvención concedida 2018: 36.575 euros

- **Mercado de Puerta Bonita**

Rehabilitación de zonas comunes, sustitución suelo en pasillo de servicio y sustitución iluminación por led en zonas comunes mercado.

Inversión subvencionable 2018: 94.779 euros

Subvención concedida 2018: 33.187 euros

- **Mercado de La Cebada**

Creación de zona común de actividades en el mercado y construcción de aseos en la planta baja.

Inversión subvencionable 2018: 73.517 euros

Subvención concedida 2018: 31.283 euros

- **Mercado de Villaverde Alto**

Reestructuración comercial y remodelación del edificio del mercado con la incorporación de un supermercado (La Despensa) – Primera fase.

Inversión subvencionable 2018: 77.185 euros

Subvención concedida 2018: 23.690 euros

- **Fedecarne:**

Creación centro de formación Educarne en el mercado de Barceló.

Inversión subvencionable 2018: 45.717 euros

Subvención concedida 2018: 13.715 euros

### **3.1.4 OTRAS INVERSIONES**

Durante el ejercicio 2018 se han materializado, con cargo al presupuesto municipal ordinario, inversiones dirigidas a la ejecución de proyectos de mejora de las instalaciones y el servicio público que exceden de la obligación del concesionario, así como la conservación de las plantas del edificio que no se encuentran dentro de la concesión del mercado de San Cristóbal. Los 57.435 euros destinados a estas actuaciones han permitido ejecutar los siguientes contratos:

- Obras para la instalación de un ascensor en el edificio del mercado
- Obras de saneamiento, mantenimiento y limpieza de la cubierta del edificio del mercado.

Sin coste alguno para las arcas públicas se ha realizado así mismo una intervención de arte urbano en la fachada del mercado de San Cristóbal, comisariada por Urvanity Art, en el marco del proyecto Swatch cities.

### **3.1.5 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 en el año 2018, se han destinado **607.446** euros a la ejecución de las siguientes inversiones financieramente sostenibles:

- Finalización de las obras de acondicionamiento de la planta primera del mercado de San Cristóbal para usos diversos de apoyo al comercio y el emprendimiento.
- Finalización de las obras de accesibilidad y supresión de barreras en el mercado de La Guindalera.
- Finalización de las obras de accesibilidad y supresión de barreras en el mercado de Los Mostenses.
- Inicio de la ejecución de las obras de restauración en el mercado de Las Ventas.

- Redacción del Proyecto de las obras de acondicionamiento de la planta 1ª del edificio del mercado de San Cristóbal.
- Inicio de la tramitación de las obras de acondicionamiento de la planta 1ª del edificio del mercado de San Cristóbal.
- Redacción del Proyecto de obras de adaptación de aseo accesible en el mercado de La Guindalera y la Coordinación de Seguridad y Salud de las obras.
- Redacción del Proyecto de obras de rehabilitación de la fachada posterior del mercado Villa de Vallecas y la Coordinación de Seguridad y Salud de las obras.
- Ejecución de las obras de adaptación de aseo accesible en el mercado de La Guindalera.
- Ejecución de las obras de rehabilitación de la fachada posterior del mercado Villa de Vallecas.

### *3.1.6 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 2018 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 del programa presupuestario 431.40 “Promoción comercial y emprendimiento”, destinado a la promoción de los mercados en 2018 ha superado los **138.000** euros. Este importe se ha destinado a la financiación de diversas acciones institucionales directas y de 15 subvenciones para el desarrollo proyectos promovidos por concesionarios o usuarios de mercados, los cuales han supuesto una inversión adicional del orden de otros 115.000 euros.

En este importe no está contabilizada la valoración de recursos institucionales destinados a la promoción de mercados sin incidencia presupuestaria (mobiliario urbano, medios de comunicación y otros), cuyo valor de mercado ascendería a cerca de un millón de euros, al

que habría que sumar el importe de los gastos asumidos directamente por distintas entidades colaboradoras y patrocinadoras (Canal Cocina, Florette, Bodegas Torres, ,....) para el de las múltiples acciones de promoción de mercados que se han ejecutado a lo largo de 2018, así como elevado valor de todos estos recursos, que a valor de tarifa, computando únicamente la parte correspondiente a recursos institucionales, supera los 900.000 euros

2018 ha destacado por la intensa actividad promocional de los mercados municipales en distintos medios y soportes (Canal Cocina, redes sociales, mobiliario urbano) dirigida a potenciar estos equipamientos como el formato comercial de preferencia y de referencia para la compra de productos frescos de calidad.

“Saborea los mercados de Madrid”, en colaboración con canal cocina, “Compra en los mercados de Madrid, alimenta el alma” o “Con M de Mercados de Madrid” han sido las acciones más destacadas.

Paralelamente, a través de la convocatoria de subvenciones para la modernización y dinamización de los mercados municipales, se ha financiado la realización de actividades de promoción y dinamización de los mercados por sus concesionarios y comerciantes.

Asimismo, desde la Dirección General de Comercio y Emprendimiento se han organizado y promovido distintas acciones y eventos de dinamización de los mercados madrileños.

Entre las acciones de promoción y dinamización de los mercados municipales realizadas en 2018 cabe destacar:

#### 3.1.6.1 “Aprende a comprar y cocinar en los mercados de municipales”

Programa dirigido a fomentar el hábito de compra en los mercados municipales en niños de primaria a través de la organización de talleres de cocina, con productos de mercado.

Los talleres se imparten en los mercados municipales de Antón Martín, Prosperidad y San Pascual y los colegios Nuestra Señora de la Concepción, Salesianos de Atocha y Claret.

Desde noviembre de 2018 a julio de 2019 con una media de 25 niños por taller. En 2018 se han impartido 10 talleres.

#### 3.1.6.2 1ª Semana contra el desperdicio alimentario

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento, a través de sus redes sociales y de la coordinación de las de los mercados de Madrid, del 24 a 30 de septiembre de 2018, participó en la Semana contra el desperdicio alimentario coordinada por AECOC con la colaboración el Gobierno de España a través de los Ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación y de Transición Ecológica.

#### 3.1.6.3 Tapitalia.

Del 16 a 25 de noviembre de 2018

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento en colaboración con la Cámara de comercio italiana secundó la iniciativa de realizar un recorrido para descubrir de las mejores tapas italianas en los mercados municipales y otros locales, además de conocer los secretos para elaborar las mejores recetas.

Mercados municipales de Chamberí, Vallehermoso y La Paz.



#### 3.1.6.4 Día del huevo. “Échale huevos a tu cocina”

Del 8 al 14 de octubre de 2018.

En colaboración con canal de casa, son acciones de dinamización en los mercados de Las Ventas, Prosperidad, Barceló, Tirso de Molina, Santa María de la Cabeza, Vallehermoso, La Cebada, San Antón, La Paz, Chamartín, Maravillas, Antón Martín, acompañadas de publicidad exterior en fachadas y activación en redes sociales.

#### 3.1.6.5 El sentido de los alimentos de Temporada

Del 18 al 27 de Enero de 2018.

Divertidas catas a ciegas de frutas y verduras de la huerta en los mercados municipales.

Mercados municipales de Antón Martín, Barceló, Doña Carlota, Las Águilas, Prosperidad y San Fernando.

#### 3.1.6.6 Nuestra dieta mediterránea

Del 19 al 26 de mayo de 2018.

Campaña realizada en colaboración con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Taller de cocina mediterránea (Mercados municipales de Barceló y Las Ventas),

Taller de consumo responsable (Mercado Prosperidad) y

Taller para niños sobre pirámide nutricional (Mercado Maravillas).

#### 3.1.6.7 Saboreando los mercados de Madrid.

Del 18 al 24 de junio

Por tercer año consecutivo, el Canal Cocina y el Ayuntamiento de Madrid se unen para apoyar el comercio de Madrid y, especialmente, los mercados municipales.

La imagen de esta campaña se centra en las y los profesionales que día tras día dan vitalidad a los mercados, y en la excelente calidad y variedad de la oferta alimentaria de estos equipamientos

La campaña audiovisual se acompañó de campañas publicitarias en mobiliario urbano, banderolas y autobuses de la EMT; además de la campaña digital en las cuentas de Instagram @madrid\_mercados, @mercamad y @canalcocina, así como las cuentas de twitter y Facebook de ambas entidades y de los mercados.

#### 3.1.6.8 Del huerto de Florette a los mercados municipales.

23 a 26 de mayo de 2018

Esta campaña desarrollada a iniciativa de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento consistió en la instalación de un huerto urbano en el espacio situado entre el mercado de Barceló y la Biblioteca Vargas Llosa, el cual constituye el elemento central de la campaña "Del Huerto de Florette a los Mercados de Madrid", con objeto de transmitir a los ciudadanos el ineludible valor de los mercados como principal punto de abastecimiento de producto fresco.

En este huerto, visitado por alumnos de colegios del distrito próximos al mercado, y por ciudadanos en general, se van a organizar charlas y actividades formativas e informativas sobre los sistemas de producción y distribución de productos vegetales y el importante papel de los mercados en esta.

### 3.1.6.9 “Me gusta mi mercado”.

En 2018 Madrid se sumó por tercera vez 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 2018, celebrada en la segunda quincena de mayo. 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, desarrollada en colaboración con Canal Cocina en el marco del convenio suscrito con AMCnetworks iberia multicanal.

### 3.1.6.10 FESTITUR 2018.

Del 17 a 21 de enero de 2018.

En 2018 los diversos mercados municipales se incorporaron a la IV edición del festival de Turismo de Madrid\_ FESTITUR, evento para la promoción del ocio nocturno madrileño en el marco de la Feria Internacional de Turismo\_ FITUR

### 3.1.6.11 Presencia de mercados de Madrid en Canal Cocina, su web y redes sociales:

La campaña de promoción de mercados a través de canal cocina, con el fin de recordar a los ciudadanos el importante papel de los mercados en la vida social, económica y cultural de los barrios desarrollada en 2018 a través de las siguientes campañas:

- Saboreando los mercados de Madrid. 19 de junio de 2018.
- Día del Huevo. “Échale huevos a tu cocina”. 11 a 13 de octubre de 2018

### 3.1.6.12 “Mira Madrid”.

2 de junio de 2018.

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento y el Mercado Tirso de Molina en colaboración área de Turismo de Madrid Destino, que promueve un programa de actividades de

dinamización de la oferta cultural de la ciudad bajo el nombre “Mira Madrid” que se celebrará el sábado 2 de junio de 2018, y coincidiendo con la celebración del Día Mundial del Turismo Responsable, se realizaron las actividades degustación de bebidas y alimentos y zarzuela en directo: con motivo de los 85 años de la inauguración del mercado, se ha preparado un espectáculo de zarzuela en directo.

#### 3.1.6.13 Talleres en el Streetmarket Flower Experience Barceló.

18 de junio de 2018.

Semana de talleres gratuitos en el streetmarket de Flower Experience que se desarrolla en las inmediaciones del mercado municipal de Barceló.

#### 3.1.6.14 Descubre Costa Rica en los mercados de Madrid

22 de junio de 2018

Mercado de Chamberí

Taller de cocina para todos los públicos organizado en colaboración con la embajada de Costa Rica y el mercado de Chamberí.

#### 3.1.6.15 “Con M de mercados”

Del 19 de noviembre al 9 de diciembre de 2018.

Potenciar la imagen de los Mercados municipales de Madrid

Acciones de promoción en mobiliario urbano ( 300 mupis digitales), prensa gráfica, on line y redes sociales

#### 3.1.6.16 “La noche de los mercados by Celeste”

Durante el pasado 24 de Mayo los Mercados Municipales de la Paz, Ventas y Antón Martín celebraron una nueva edición de la “Noche de los mercados” donde los asistentes pudieron disfrutar hasta las 23:30 horas de los mejores vinos de Celeste Crianza, de la bodega Pago del Cielo Ribera del Duero, junto a las mejores tapas de cada uno de los puestos de estos mercados.

#### 3.1.6.17 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.

A lo largo de 2018, 30 mercados de Madrid han desarrollado más de un centenar de actividades lúdicas, culturales, talleres, ferias comerciales, actividades infantiles..., entre las que cabe destacar:

- Gira de mercaderes, en los mercados de Las Águilas, Prosperidad.

Los fines de semana de los meses de mayo, junio, septiembre y octubre se celebró el mercadillo “Gira de mercaderes”, feria itinerante de diseño cuyo

objetivo es doble, apoyar a nuevos emprendedores y dinamizar y estimular el comercio tradicional

- Gastrofestival 2018: 28 de enero al 4 de febrero

Un año más los mercados municipales han estado presentes en Gastrofestival, evento en el que, con el telón de fondo de la gastronomía, se llevan a cabo numerosas actividades que fusionan literatura, pintura, música, cine, moda... con el arte culinario.

En esta edición se desarrollaron más de 20 actividades en los mercados de Antón Martín, Barceló, La Paz, San Enrique y Tirso de Molina.

- Nomada Market, en el mercado de La Cebada.

Feria de diseño independiente, cuyo fin es hacer visible la obra de diseñadores emergentes, facilitándoles un escenario como lugar de intercambio de proyectos.

Este evento se desarrolló durante los días 5, 6 y 7 de Octubre y 14, 15 y 16 de Diciembre de 2018.

- Rodaje el anuncio de la lotería de Navidad en el mercado de Vallehermoso y del cupón de la ONCE de Navidad en el mercado de Tirso de Molina

### *3.1.7 APLICACIÓN DE LAS TICS A LA PROMOCIÓN Y MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS MERCADOS MUNICIPALES.*

A lo largo del ejercicio 2018 la DGCE ha invertido cerca de 70.000 euros en promover la incorporación de nuevas tecnologías a la promoción y mejora de la competitividad de los mercados municipales. Los proyectos impulsados con este fin, a través de contratos de patrocinio o de concesión de subvenciones han sido:

#### *3.1.7.1 Mercamad*

En 2018 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.

A partir de 2018 la plataforma ofrece también la incorporación del Mercado Municipal de Productores Planetario con el diseño de un logotipo propio y la elaboración de una ficha incluyendo los puestos participantes.

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 y sus redes en este año 2018 (superiores a 49.000 y 6.610 respectivamente) demuestran el interés despertado por esta aplicación y justifican la oportunidad de continuar apoyando su desarrollo y mejora como instrumento esencial para la promoción de los mercados de la ciudad.



### 3.1.7.2 Mercado47

Desde La DGCE se viene impulsando, el desarrollo de mercado47 ([www.mercado47.com](http://www.mercado47.com)) una plataforma de comercio on line (Marketplace) 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.

Aunque se trata de un *marketplace* abierto a todas las pymes de la ciudad, mercado47, presta especial atención a atender a la digitalización de los locales de los mercados municipales, y es en este segmento de usuarios entre los que ha despertado mayor interés.

En este sentido, se han concedido subvenciones a 3 mercados municipales para su desarrollo, con la participación de 169 locales y se han destinado subvenciones a este fin por importe de 18.638 euros.

### 3.1.8 MERCADO MUNICIPAL DE PRODUCTORES PLANETARIO

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

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

Este mercado de productores pretende acercar a los madrileños/as, sin intermediación alguna, sus productos, con el objetivo de reforzar el sector y crear nuevas oportunidades empresariales, fomentar medidas de apoyo a los proyectos agroecológicos así como la producción, comercialización y consumo sostenible y artesanal de calidad.

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

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

### 3.1.9 GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL SERVICIO PÚBLICO DE MERCADOS

Durante el ejercicio 2018, se han desarrollado las actuaciones administrativas para el ejercicio de las competencias de la DGCE como órgano que ostenta las competencias para la gestión de la red integrada por los mercados municipales y de la supervisión y seguimiento del funcionamiento de los mercados centrales de Mercamadrid, entre las que cabe destacar:

### 3.1.9.1 Tramitación de los contratos administrativos de gestión del servicio público de mercados.

La totalidad de los mercados municipales de la ciudad se gestionan en régimen de concesión administrativa.

La DGCE, como órgano gestor de los mercados municipales es responsable de su gestión patrimonial y ostenta la competencia para la promoción y seguimiento de la ejecución de los expedientes de contratación de la gestión indirecta de estos equipamientos.

EL 30 de abril de 2018, el Ayuntamiento de Madrid, a pesar de sus continuos intentos por encontrar otra alternativa, se vio obligado a resolver el contrato de gestión en régimen de concesión administrativa del mercado de Orcasur, como consecuencia del reiterado incumplimiento de las obligaciones económicas con la administración del concesionario, la asociación de comerciantes del mercado, que le llevaron a acumular una importante deuda tributaria cuyo origen se remontaba a 2012. El número de mercados municipales pasa a ser de 45.

Una vez cerrado el mercado, la gestión del inmueble ha pasado a depender de Patrimonio y ha sido seleccionado junto a otras tres parcelas municipales para la participación de la ciudad de Madrid en el concurso Reinventing Cities que organiza la red de ciudades C40.

Este concurso, gestionado por el Área de Gobierno de Desarrollo Urbano Sostenible, ya está en marcha. Se estima que el jurado fallará el concurso en el primer semestre de 2019.

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento puso a disposición de los vecinos del barrio un autobús gratuito durante los meses de noviembre y diciembre de 2018 para que dos veces a la semana realizará el trayecto de ida y vuelta desde el Mercado de Orcasur al cercano Mercado de Orcasitas. Este servicio fue suprimido en diciembre, dado que no era utilizado por los vecinos del barrio.

### 3.1.9.2 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 2018 se realizaron 91 liquidaciones del canon concesional correspondiente a los 45 mercados municipales, del Centro de Transportes de Mercancías de Mercamadrid, y del mercado de productores devengándose ingresos por importe de 1.380.000 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.

### 3.1.9.3 Seguimiento, supervisión control de la gestión y de la actividad de los 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 2018 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 a los concesionarios del cumplimiento de sus obligaciones derivadas del contrato concesional y la normativa aplicable mediante la imposición de multas coercitivas, y propuesta de inicio de expedientes sancionadores por conductas inapropiadas o incumplimientos de la normativa por parte de los concesionarios y de los usuarios de locales.

#### 3.1.9.4 Asesoramiento y apoyo a los concesionarios de los mercados municipales para la mejora del servicio público.

La DGCE brinda en todo momento el apoyo necesario en su gestión a los concesionarios de los 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.

#### 3.1.9.5 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 y sus servicios complementarios 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 2018 las siguientes actuaciones:

- Gestión de cesiones y nuevas autorizaciones para operar como mayoristas.
- Colaboración con los órganos judiciales.
- Modificación del horario de apertura y cierre diario de los mercados centrales, así como aprobación del calendario anual a propuesta de los Mercados.
- Actualización de tarifas de los Mercados Centrales, servicios y actos administrativos y accesos a estación y pesajes.
- Realización de diligencias previas al inicio de expedientes sancionadores incoados a los titulares de los puestos por incumplimiento de la normativa aplicable.

Adicionalmente, la directora general de comercio y emprendimiento, como consejera del consejo de administración de la empresa mixta, ha asistido a las sesiones de dicho consejo celebradas en 2018.

### **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 las distintas zonas comerciales de los distritos, se han llevado a cabo acciones muy variadas relacionadas con la presentación de campañas de publicidad, acciones de *streetmarketing* y eventos de ciudad.

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

A la financiación de las subvenciones a entidades asociativas para incentivar el desarrollo de acciones de dirigidas a promover la dinamización del comercio de proximidad y fomentar el asociacionismo se han destinado cerca de 460.000 euros del programa presupuestario 431.40 “Promoción Comercial y Emprendimiento”, que han posibilitado el desarrollo de 35 proyectos por 33 entidades beneficiarias.

Para el impulso del comercio de los barrios se ha continuado apostando por el apoyo a las galerías de alimentación y los locales ubicadas en las mismas. La actividad de este tipo de comercio agrupado, dedicado al servicio del interés y las necesidades de la demanda local, forma parte de las estructuras que han articulado tradicionalmente los circuitos de compra cotidiana y de proximidad del consumidor madrileño. Sin embargo, la paulatina decadencia que sufren sus recursos e infraestructuras técnicas está comprometiendo la capacidad y calidad del servicio que prestan para responder de forma efectiva a los retos que plantean las nuevas demandas. Por consiguiente, se ha considerado oportuno apoyar la modernización de estas entidades como factores que sirven para consolidar el comercio de proximidad, su mejora competitiva, y la generación de múltiples valores positivos que su actividad desarrolla en la ciudad.

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

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



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

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

A la convocatoria 2018 de subvenciones para la dinamización del comercio de proximidad, el fomento del asociacionismo y la formación en el sector comercial concurren 61 propuestas de actuación promovidas por distintas asociaciones de comerciantes madrileñas, lo que significa un incremento del 33 % sobre el número de propuestas del año 2017. Finalmente se financiaron 35 proyectos, que han sido impulsados con una ayuda municipal por importe de cerca de 460.000 euros, que supone respecto de las ayudas concedidas en el año 2017 en esta convocatoria, un incremento de un 56 % en pagos de subvención y un 52 % en número de proyectos financiados. Cabe señalar que se tramitó de forma anticipada para ofrecer más tiempo para la práctica de las iniciativas formuladas por los interesados.

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

Los gastos subvencionables comprenden la elaboración de estudios de actuación comercial; el desarrollo de actividades de comunicación y difusión comercial; la constitución de zonas de iniciativa emprendedora; los gastos de constitución y funcionamiento de las entidades solicitantes, correspondientes a los sus dos primeros años de funcionamiento, siempre que tales gastos estén comprendidos entre el 1 de noviembre de 2017 y el 31 de julio de 2019; y las acciones formativas realizadas en la Escuela de Comercio del Ayuntamiento de Madrid, así como en otras dependencias asociadas a la actividad formativa de este centro. Las acciones subvencionables definidas por esta línea de ayudas persiguen los siguientes objetivos:

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

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

- **Económico:**
  - Mejora competitiva del sector del comercio de proximidad.
  - Mejora del posicionamiento de Madrid como destino de compras
  - Mejora de la capacidad de atracción de inversión para la apertura de locales comerciales y hosteleros gracias a la revitalización y consolidación de zonas comerciales.

- Favorecer la creación de empleo y riqueza y la recuperación de puestos de trabajo.
- **Social:**
  - Potenciación de las zonas comerciales como elementos de centralidad.
  - Mejora de la seguridad percibida por el aumento de actividad en zonas comerciales.
- **Medioambiental:**
  - Recuperación de ejes de centralidad comercial.
  - Ampliación y diversificación de la oferta de productos y servicios de los ejes comerciales de la ciudad, reduciendo el número de desplazamientos necesarios para satisfacer la demanda de los ciudadanos.

### 3.2.1.1 Resultados globales de la convocatoria 2018

	Valor
Presupuesto de la convocatoria	515.000 €
Número de subvenciones concedidas	39
Subvención concedida para el desarrollo de acciones promocionales (disposición de crédito)	515.000 €
Número de subvenciones justificadas	34
Subvención abonada para el desarrollo de acciones promocionales (reconocimiento de obligación)	458.288 €
Importe global inducido por los proyectos realizados	681.182 €
Grado de ejecución de las subvenciones concedidas	89 %
Número de establecimientos comerciales participantes a través de las actividades subvencionadas	6.237
Incremento en el número de asociados de las entidades solicitantes como consecuencia de la puesta en marcha de los proyectos	165
Campañas de promoción que han contribuido a mejorar la posición de Madrid como destino de compras	16
Campañas de promoción destinadas a fomentar el atractivo de las zonas comerciales urbanas de proximidad	59
Campañas de promoción destinadas a fomentar el atractivo de los mercados municipales	17
Resultado de la valoración de los comerciantes de las campañas promocionales realizadas	8,13 (sobre 10)

Comparando los resultados con las cifras del año 2017 se puede comprobar que gracias al incremento de casi el 30 por ciento del presupuesto destinado a esta convocatoria

(presupuesto dispuesto en su totalidad), se ha podido incrementar también sustancialmente el número de proyectos subvencionados (56 por ciento) y por ende, de los proyectos definitivamente justificados (más del 52 por ciento).

Del mismo modo, la mayor disponibilidad presupuestaria ha posibilitado dar cabida a nuevas asociaciones que en años previos no habían participado en anteriores convocatorias, impulsando a su vez el incremento del número de asociados a ellas.

Por otro lado, el mayor grado de compromiso del sector con la efectiva ejecución de los proyectos implicados se pone de manifiesto al haberse incrementado en dos puntos y medio el grado de ejecución de las subvenciones concedidas, en relación a la convocatoria del año 2017.

### 3.2.1.2 Entidades y proyectos subvencionados 2018

BENEFICIARIO	PROYECTO	AYUDA CONCEDIDA (O) (€)
Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos de la Comunidad de Madrid (ACOTEX)	Nueva imagen corporativa. Salesas Village. Promoción y dinamización comercial 2018	28.459,21
Asociación de Creadores de Moda de España (ACME)	Campaña MADRID ES MODA 2018	31.341,41
Asociación de Perfumistas y Drogueros de la Comunidad Autónoma de Madrid	Dinamización medios digitales, mantenimiento, publicidad prensa escrita y regalos promocionales.	9.419,40
Asociación de Comerciantes Triball	Acciones de comunicación y publicidad de TRIBALL. Celebración de jornadas gastronómicas.	3.816,92
Asociación Profesional de Empresarios de Tintorerías y Lavandería de la Comunidad de Madrid	Publicidad en prensa	4.313,65
Asociación Costa Fleming	Publicación de revista, captación de nuevos asociados, organización evento Rutas Jane.	7.568,34
Asociación de Comerciantes Minoristas del Mercado Antón Martín	Campaña de dinamización: "Un mercado de moda, solidario, corporativo, fiel y te lleva la cesta a casa".	18.309,09
Asociación Empresarial de Hostelería de la Comunidad de Madrid- La Viña	Organización eventos Pasamanería y Gastroletras	23.143,74
Asociación Restaurantes Centenarios de Madrid	Plan de comunicación y promoción 2018	6.978,00
Asociación Madrileña de Vecinos, Comerciantes y Empresarios Distrito 12	Parking Day, Tapapiés, Chollopiés, campaña de Navidad 2017, Artesana Week	30.344,01
Asociación de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados de la Comunidad Autónoma de Madrid	Campaña: Pescaderías de Madrid: Por el mundo y para el mundo.	5.525,83
Asociación ACEH Autónomos Comerciantes Emprendedores y Hostelería Distrito San Blas-Canillejas	6ª Ruta de la tapa y tiendas San Blas-Canillejas	22.629,43
Asociación de comerciantes de Malasaña "Vive Malasaña"	Gastos derivados realización acciones comunicación dirigidos a la promoción sectorial.	3.087,50
Asociación Profesional de Comerciantes Mercado Chamberí	Acciones de publicidad, promoción y difusión de acciones en el mercado de Chamberí y puesta en marcha de Mercado 47	22.923,43
Asociación Empresarial Hotelera de Madrid	Organización I edición de Madrid Hotel Week y diseño II edición. Actuaciones de comunicación del programa de dinamización del sector hotelero.	26.229,56
Asociación Cocineros y Reposteros	Organización eventos: "Talleres de Cocina", "Recetario Madrileño" y "Mercialga de Cocina".	9.422,61
Asociación de Amigos del IV Centenario de la Plaza Mayor de Madrid	Instalación diorama de Navidad en Plaza Mayor.	36.577,60
Asociación de Comerciantes Minoristas del Mercado de Argüelles y su Distrito	Acciones de comunicación y promoción del Mercado de Argüelles.	8.650,00
Asociación de Comerciantes de Venta al Mayor y Propietarios de Locales comerciales del Triángulo de la Moda de Madrid	Creación y mantenimiento web y redes sociales, plan de comunicación de la asociación.	20.057,91

Asociación de Comerciantes, Autónomos y Pequeñas Empresas del Barrio de las Letras. Distrito Centro	Campañas y eventos promocionales: Black Friday-Mercado de Navidad-Mercado de Las Ranas-Decoración 2018.	24.243,53
Asociación de Comerciantes Profesionales Minoristas del Mercado de Moratalaz	Realización de página web, promoción en redes sociales y plataforma de comercio electrónico Mercado 47.	3.920,00
Asociación Autónomos Villaverde	IV Ruta de la Tapa de Villaverde 2018	7.644,10
Asociación de Comerciantes del Mercado de Vallehermoso	Plan de comunicación en medios, diseño de marca y web, marketing	10.107,00
Asociación de Empresarios Latina-Carabanchel	Acciones promocionales de la Asociación	14.068,67
Asociación de Comerciantes del Centro Comercial La Paz	Realización de campañas promocionales y puesta en marcha de Mercado 47	23.118,67
Asociación La Arroba Unión Cultural de Comerciantes y Usuarios	Apoyo al comercio en red en La Elipa.	3.830,00
Asociación de Comerciantes de la calle Santa Ana	Organización y comunicación de evento de periodicidad mensual: "SantaAnaStreetMarket".	3.307,10
Asociación de Comerciantes y Profesionales de la Plaza de Antonio Cumella	Gastos de constitución y funcionamiento	1.222,55
Asociación de Comerciantes y Profesionales de la Plaza de Antonio Cumella	Feria del comercio y la restauración de "La Plazita" en San Isidro	703,00
Asociación de Comerciantes Distrito 41	Edición revista promocional	15.292,95
Asociación de Comerciantes Redescubre Vicálvaro	Gastos de constitución	229,09
Asociación de Comerciantes Redescubre Vicálvaro	Campaña Promoción Comercio Navidad y acciones de animación.	1.302,95
Asociación de Empresarios de Ocio Nocturno de la Comunidad de Madrid. Noche Madrid	Campaña FESTITUR 2018	11.774,57
Asociación de Comerciantes Mercado Santa Eugenia	Gastos de promoción, publicidad y marketing	12.931,22
Federación Madrileña de Detallistas de la Carne	Actualización de la imagen corporativa.	5.795,00

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

En el año 2018, sobre la base de unos antecedentes históricos estrechamente vinculados con el comercio tradicional de barrio y dentro de unas políticas dotacionales que han desarrollado su ordenación, por segundo año consecutivo, se ha apoyado la reforma de las galerías de alimentación, lo que ha supuesto un importante elemento para impulsar la competitividad del sector y el esfuerzo emprendedor, así como para multiplicar la carta de servicios al alcance más cercano del consumidor madrileño.

En el marco de la dicha convocatoria, tramitada conjuntamente con la de mercados, se han concedido un total de 4 subvenciones, (3 para galerías y 1 para locales integrados en las mismas), que han permitido modernizar y mejorar 4 galerías de alimentación de 4 distritos de Madrid.

Las ayudas concedidas a las galerías de alimentación han ascendido a 16.880 euros, que han inducido una inversión privada subvencionable de 54.560 euros, a la que hay que sumar la inversión privada no subvencionable asumida directamente por los concesionarios y usuarios de los mercados.

Los resultados de esta línea de apoyo al mantenimiento de las galerías de alimentación como espacios comerciales tradicionales de proximidad han sido los siguientes:



### 3.2.2.1 Proyectos subvencionados en galerías de alimentación

<i>GALERÍA</i>	<i>DISTRITO</i>	<i>PROYECTO</i>	<i>AYUDA CONCEDIDA (O)(€)</i>
<i>GALERÍA VICÁLVARO</i>	VICÁLVARO	Cambio del sistema de iluminación en zonas comunes y accesos	6.821
<i>GALERÍA COPASA</i>	CARABANCHEL	Instalación de ascensor	1.064
<i>GALERÍA VICTOR DE LA SERNA</i>	CHAMARTÍN	Modernización de instalaciones e iluminación común	7.568
<i>GALERÍA CRUZ DEL SUR (local)</i>	RETIRO	Modernización de local	1.206

### 3.2.2.2 Proyectos de obras en galerías de alimentación

<i>CATEGORÍA</i>	<i>% SOBRE TOTAL SUBVENCIONES LIQUIDADAS</i>
Obras de reforma y mejora de instalaciones	34 %
Eliminación de barreras arquitectónicas-mejora accesibilidad	33 %
Mejora de eficiencia energética	33 %

### 3.2.2.3 Proyectos de obras en locales comerciales de galerías de alimentación

<i>CATEGORÍA</i>	<i>% SOBRE TOTAL SUBVENCIONES LIQUIDADAS</i>
Obras de reforma y mejora de instalaciones	100 %

Si bien el único proyecto subvencionado se ha encuadrado en el apartado genérico de mejora de las instalaciones, lo cierto es que parte de las actuaciones acometidas han redundado también en la mejora de la imagen exterior y en la eficiencia energética.

### 3.2.2.4 Principales indicadores de la ejecución de la convocatoria 2018 (referida exclusivamente a galerías de alimentación).

INDICADORES	RESULTADOS
Presupuesto de la convocatoria	252.000 €
Subvención concedida para las inversiones proyectadas en galerías de alimentación y sus locales	16.883 €
Subvención justificada (obligaciones reconocidas a 31/12/2018) para modernización de las estructuras de la galerías de alimentación y sus locales	16.660 €
Grado de ejecución de las subvenciones concedidas	98,7 %
Inversión global inducida por los proyectos realizados	59.650 €
Nº proyectos de mejora de la eficiencia energética de las galerías	1
Nº proyectos para potenciar la accesibilidad total en las galerías	1
Inversión privada destinada a la mejora de las galerías de alimentación	42.991 €

Dentro del marco global de la convocatoria, para 2018 se ha ajustado la cuantía disponible específicamente para galerías de alimentación y sus locales a las solicitudes y cantidades efectivamente concedidas el año anterior. En cualquier caso, hay que advertir que no son comparables los resultados obtenidos de mercados y galerías, pues el volumen de solicitudes ha sido muy diferente, ya que al ser relativamente reciente la posibilidad de que éstas participen es preciso seguir difundiendo la actual política municipal de fomento.

En todo caso, como novedades en la convocatoria para 2018 cabe resaltar que el alcance de las acciones subvencionables en la realización de inversiones y gastos se equipara totalmente entre mercados municipales y galerías de alimentación, incorporando a este último sector el ámbito promocional, con el que no contaba en la convocatoria anterior.

En conjunto se puede apreciar que la cuantía total concedida ha sido sustancialmente inferior a la de 2017, básicamente porque el número de solicitudes ha sido también bastante menor (aproximadamente la mitad) y de ellas, casi la mitad decayeron por renuncia o desistimiento de los solicitantes. De esta forma, el número total de solicitudes cuyos proyectos han sido subvencionados asciende a 4 (3 de galerías y 1 de locales de galerías). Como razón añadida al descenso señalado cabe mencionar que ninguno de tales proyectos ha implicado la remodelación completa de ninguna galería, a diferencia del año pasado. No obstante, el grado de ejecución de las subvenciones concedidas sí se ha mantenido en la línea de 2017, alcanzando el 98,68%. En cualquier caso, hay que dejar constancia de que uno de los proyectos en galerías es un proyecto a dos años (instalación de ascensor), por lo que deberá ser finalizado en 2019, y será en este año cuando la se solicitaría, en su caso, subvención por la gran parte de la inversión; en 2018 se han realizado los estudios previos que habrán de redundar en eliminación de barreras arquitectónicas y mejora de la accesibilidad.

### 3.2.3 MADRID CAPITAL DE MODA

El proyecto Madrid Capital De Moda (MCDM) puesto en marcha en el año 2016, ha adquirido una gran relevancia en este año 2018. Este proyecto se basa en la colaboración público privada y está 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 actuaciones más destacables en el proyecto Madrid Capital De Moda (MCDM), cabe citar:

- Campaña “De compras en Madrid, mejoren bus”

Realizada en colaboración con Canal Decasa y EMT objetivo fundamental de esta campaña es promover las zonas comerciales de la ciudad de mayor atractivo turístico y concienciar a los ciudadanos acerca de la necesidad de usar el transporte público para los desplazamientos para ir de compras.

Los recursos destinados a esta campaña han incluido acciones de comunicación on line y off line (redes sociales, autobuses EMT, mobiliario urbano) y emisión de la serie de televisión De compras en Madrid en canal de casa.

- Pantalla gigante en la plaza de Colón

En los meses de enero y julio, coincidiendo con la celebración de la semana de la moda en Madrid, se instaló durante un total de 10 días una pantalla gigante en la plaza de Colón para retransmitir en directo los desfiles de la Mercedes Benz Fashion Week Madrid, las actividades de Madrid es Moda, desfiles en otras ubicaciones y distintos contenidos de moda, todo ello con el fin de sacar a la calle en el centro de Madrid y acercar así la moda a la ciudadanía.

Campañas publicitarias de los eventos Mercedes Benz Fashion Week Madrid y Madrid es Moda, en buses de EMT, en colaboración con IFEMA y la Asociación de Creadores de Moda de España ( ACME)

- Colaboración en la organización de eventos de moda y acciones de dinamización de zonas comerciales como:
  - Mercado de las flores de Jorge Juan
  - Vogue Fashion Night Out
  - Noche de San Jorge Juan
  - Parking day
  - Salesas Village
  - Decoración
  - Mercado de las ranas
  - Feria Madrid Saludable en Malasaña
  - Tapapiés
  - Santa Ana Street Market

- Difusión de todos los eventos a través de la web [www.madridcapitaldemoda.com](http://www.madridcapitaldemoda.com) y sus redes sociales.
- Evento Meninas Madrid Gallery.
- Organización de desfiles en espacios públicos
  - Latina Fashion Week, en la Latina
  - Desfile graduación IED en pabellón de Cecilio Rodríguez
  - Desfiles de MBFWM en galería de cristal
- Difusión de actividades y eventos de distintas entidades a través de la web y rrrs de madrid capital de moda.
  - Festival de moda urbana Madrid es Moda
  - Exposición Sorolla y la moda, de los museos Thyssen y Sorolla
  - Exposiciones y actividades del museo del traje
  - Casa Decor
  - Madrid Hotel Week
  - Mercado de Diseño
  - Ferias de IFEMA
  - Atelier Couture
  - Madrid Design Festival
  - Actividades promovidas porDimad

-

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento, en el marco del convenio de colaboración suscrito con la Asociación del Comercio Textil y Complementos (ACOTEX) y en ejecución del proyecto "Madrid Capital De Moda" promovió la celebración del evento "Meninas Gallery" como parte del conjunto de actividades que se vienen desarrollando desde hace dos años aproximadamente. Esta iniciativa está destinada fundamentalmente a promover la consolidación de Madrid como ciudad referencia en el mundo de la moda y como destino de compras, reforzando la visibilidad y atractivo de sus principales zonas comerciales.

"Meninas Gallery" consiste en una exposición urbana de unas 90 esculturas de meninas diseñadas por el artista Antonio Azzato e interpretadas por diferentes diseñadores, creadores plásticos y artesanos del mundo de la moda española, contando también con la participación de otros representantes de diferentes disciplinas artísticas y deportistas reconocidos.

El crédito total destinado a la financiación de las actividades integradas en el proyecto MCDM en 2018 con cargo al programa presupuestario del programa "promoción comercial y emprendimiento" ha ascendido a cerca de 151.569 euros,.

A este importe hay que sumar:

- la valoración de recursos institucionales destinados a la promoción del proyecto Madrid Capital de Moda que no han tenido incidencia presupuestaria (mobiliario urbano, medios de comunicación y otros), cuyo valor de mercado supera el millón doscientos mil euros,
- el importe, difícilmente cuantificable, pero muy superior al anterior, de los gastos asumidos por distintas entidades colaboradoras y patrocinadoras (Canal de Casa, Conde Nast, ACOTEX...) para la

-



organización de las múltiples acciones de promoción de la ciudad como capital de moda que se han ejecutado a lo largo de 2018 y

- el elevado valor de mercado de la cobertura informativa de todos eventos en publicaciones tan prestigiosas como Vogue, Traveler, Glamour , Architectural Digest y GQ, o la emisión de reportajes de las principales zonas comerciales de Madrid en los canal de televisión Decasa (cobertura nacional) y Mas Chic TV ( cobertura en Latinoamérica y Estados Unidos) y de los mercados municipales en Canal Cocina.

### **3.2.4 COMERCIOS CENTENARIOS**

En 2018 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](http://www.comercioscentenarios.com).

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

El importe destinado a este proyecto en 2018 ha ascendido a más de 12.000 euros, cifra a la que hay que sumar el valor de tarifa de las campaña realizada en mobiliario urbano, que supera los 72.000 euros .

### **3.2.5 Actuaciones con cargo a los presupuestos participativos**

#### **3.2.5.1 Campañas de apoyo al comercio de proximidad**

- **Lo próximo es lo próximo.**

Del 19 al 30 de noviembre.

Soportes:

Mupis digitales en centros comerciales (96) y en via pública (300), prensa gráfica y medios on line y rrs

Objetivos:

Poner en valor la importancia del comercio local con actividad económica generadora de empleo y riqueza en los barrios.

Concienciar al consumidor la importancia de sus compras en el comercio local para el mantenimiento del tejido comercial de los barrios.

Concienciar al consumidor de su corresponsabilidad en el mantenimiento de la oferta comercial de proximidad.

#### - Diagnóstico Comercial el barrio de La Latina Palacio

Con objeto de diseñar propuestas de actuación dirigidas a la dinamización del comercio en el barrio de la latina, se ha realizado un diagnóstico de la oferta comercial en mismo dirigido a conocer la situación de este y extraer conclusiones sobre la posición competitiva de esta zona

#### - Brecha de Género en el sector comercial y hostelero

Con objeto de conocer la brecha de genero del tejido comercial y hostelero de Madrid desde la DGCE se han realizado dos estudios para analizar esta magnitud actual de la brecha de género de un lado en el sector comercial y de otros en el hostelero, ya que son sectores diferentes y con objeto de identificar la realidad existente, como paso previo para la implantación de posibles medidas correctoras eficaces y la evaluación de sus resultados para la prevención y/o corrección de situaciones de discriminación entre mujeres y hombres.

### ***3.2.6 Acuerdos de colaboración con entidades privadas y contratación de servicios para el desarrollo de actividades de dinamización comercial***

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

En 2018 se han **tramitado** los siguientes convenios:

- Convenio de colaboración con la ASOCIACION EMPRESARIAL DE COMERCIO TEXTIL Y COMPLEMENTOS DE LA COMUNIDAD DE MADRID (ACOTEX).
- Convenio de colaboración con MULTICANAL IBERIA, S.L.U.
- Convenio de colaboración con LA ASOCIACION DE COMERCIANTES, AUTÓNOMOS Y PEQUEÑAS EMPRESAS BARRIO DE LAS LETRAS
- Convenio de colaboración con EDICIONES CONDÉ NAST SA (CONDÉ NAST)
- Convenio de colaboración con LA ASOCIACION DE COMERCIANTES DE LA CALLE DE JORGE JUAN DE MADRID
- Convenio de colaboración con LA ASOCIACION DE COMERCIANTES Y EMPRESARIOS DE AZCA (PROAZCA)
- Convenio de colaboración con la Escuela de Organización Industrial (EOI) con la colaboración de Orange España
- Convenio de colaboración con la Asociación de Comerciantes de la calle Ortega y Gasset ( Madrid Luxury District)

- Convenio de Colaboración con la Asociación de Creadores de Moda de España (ACME)
- Convenio de Colaboración con L'Oréal

### 3.3 FORMACIÓN DIRIGIDA AL SECTOR COMERCIAL Y HOSTELERO

La DGCE ha continuado desarrollando 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.

Desde el 15 de febrero y hasta el 31 de diciembre de 2018 se impartieron un total de 45 actividades formativas, lo que ha supuesto un total de 258 horas de formación. El total de asistentes ha sido de 392.

Este año las actividades formativas se han dividido en 3 lotes, ya que junto a las necesidades formativas de carácter generalista se detectaron necesidades formativas en sectores específicos con importante peso dentro del comercio minorista de la ciudad de Madrid. Así, la formación impartida se ha distribuido en las siguientes áreas formativas:

- Transversal y generalista
- Sector de la carnicería y charcutería
- Sector de la pescadería

A su vez, la formación se dividió en 2 ciclos, impartándose los seminarios del primer ciclo desde el mes de marzo a julio y el segundo ciclo de septiembre a diciembre.

Dentro de la **formación transversal** las actividades han sido las siguientes:

- Informática básica y herramientas digitales para el comercio; marketing digital: 2 seminarios
- Innovación y competitividad para el comercio: 2 seminarios
- Gestión comercial y de ventas: 2 seminarios
- Gestión económica y financiera para el comercio: 2 seminarios
- Atención al cliente y habilidades sociales y de comunicación para el comercio: 2 talleres
- Marketing en el punto de venta y escaparatismo: 2 seminarios
- Mercados municipales de Madrid: normativa, régimen tributario y régimen interno: 2 seminarios
- Accesibilidad para el comercio: 3 talleres impartidos como mejora técnica sobre las especificaciones del contrato.

En la formación generalista de carácter transversal destaca la participación de un 69% de las mujeres frente al 31% de los hombres, a diferencia de los otros dos sectores de formación. El 39% de los asistentes se encuentra en el rango de edad comprendido entre 35-45 años, seguido por un 27% de alumnos de 25-35 años y el 17% de 45-55 años. En cuanto al nivel formativo, destaca que el 48% de los participantes cuentan con estudios universitarios y un 16% adicional poseen un master o doctorado, por lo que un 64% del alumnado cuenta con un gran nivel de formación.

**Formación en el sector de la carnicería y charcutería:** se han impartido las siguientes actividades formativas:

- Métodos correctos para la conservación de la carne: 2 seminarios
- Uso racional de aditivos en derivados cárnicos: 2 seminarios
- Innovación en las elaboraciones cárnicas artesanales: 2 seminarios
- Básico: aplicaciones higiénico-sanitarias en la Carnicería-Charcutería y gestión de alérgenos: 2 seminarios
- Controles en punto de venta: auditoría interna-inspección en la carnicería-charcutería: 2 seminarios
- Talleres monográficos sobre legislación alimentaria y ayudas al comercio del Ayuntamiento de Madrid: 10 talleres impartidos como mejora técnica sobre las especificaciones del contrato.

En este sector, cabe destacar la participación mayoritaria de los hombres con un 69.7% frente al 30.3% de las mujeres. La media de edad de los alumnos es de 39.3 años y en cuanto a la situación profesional, el 41.83% son trabajadores por cuenta ajena seguido de un 27.3% de autónomos, 18.33% en busca de empleo y una minoría de emprendedores y estudiantes.

**Formación en el sector de la pescadería:** las actividades formativas impartidas son:

- Elaboración y degustación en la pescadería (Formación práctica): 2 seminarios
- Manipulación de alimentos en la pescadería (Formación teórica): 2 seminarios
- Trazabilidad y Etiquetado en la pescadería (Formación teórica): 2 seminarios
- Presentación y promoción del producto en la pescadería (Formación práctica): 2 seminarios
- Talleres monográficos ofertados como mejora técnica sobre las especificaciones del contrato:
  - Principales novedades del nuevo Reglamento General de Protección de Datos: 2 ediciones
  - Residuos plásticos: una estrategia europea para proteger el planeta: 2 ediciones
  - Transporte y movilidad sostenible: 1 edición

En cuanto al perfil del alumnado en el sector de la pescadería, el 70.94% de los asistentes a la formación fueron hombres frente al 29.06% de mujeres. Por edades, la franja entre los 45 y los 55 años es la que ha contado con una mayor participación, 42.73%, seguida del intervalo de 35-45 años con 26.5%. En cuanto a su situación laboral, los colectivos más receptivos han sido los autónomos (52.14%) y trabajadores por cuenta ajena (28.21%), seguido de desempleados (19.66%). De los asistentes a las actividades formativas que están trabajando, el 77.78% son pescaderos.

Al desarrollo de esta actividad se ha destinado un presupuesto en 2018 de 14.762 euros.

Adicionalmente, la actividad formativa dirigida al sector comercial se ha complementado con otras actuaciones desarrolladas sin coste económico para el Ayuntamiento, gracias a la colaboración con distintas entidades y asociaciones dirigidas a presentar a los empresarios y profesionales del sector comercial los profundos cambios que está experimentando el sector y las herramientas de que disponen para la mejora y adaptación de su negocio.

Entre estas actividades cabe destacar:

-**Programa Sé+Digital**, curso de formación online en nuevas tecnologías desarrollado por la Escuela de Organización Industrial (EOI) con la colaboración de Orange España y el apoyo del Ayuntamiento a través de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento. El programa



fue la continuación avanzada de la programa Sé Digital desarrollado en el año 2017. En esta primera edición de Sé +Digital en Madrid se Inscribieron 457 alumnos.

**-Programa Lánzate**, desarrollado dentro del Convenio de Colaboración suscrito por el Ayuntamiento de Madrid y la Agencia para el Empleo con la Escuela de Organización Industrial (EOI) y Orange España para Convenio EOI Orange suscrito el 3 de agosto de 2018. El programa Lánzate es un programa de apoyo **dirigido a emprendedores y PYMEs con una idea o proyecto de negocio vinculados a las tecnologías de la información y comunicación, apoyando y conectando a los participantes con altos directivos y líderes empresariales del sector Tic para incrementar las posibilidades de éxito.** El programa se puso en marcha en octubre de 2018 y contó con 128 candidaturas inscritas.

**-Jornada “Las franquicias como oportunidad de negocio”**, celebrada el 12 de junio de 2018 en el salón de actos de la calle Príncipe de Vergara 140, sede de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento. La Jornada fue organizada por Madrid Foro Empresarial con el apoyo del Ayuntamiento de Madrid e Ibercaja con el objetivo de dar a conocer este nuevo modelo de negocio al sector del comercio minorista.

**-Jornada de presentación de las conclusiones del Programa Piloto de Mercado 47** desarrollado en 10 carnicerías y charcuterías de Madrid que se celebró el 19 de junio de 2018 en la sede de FEDECARNE. Formación Fedecarne (subvenciones) plataforma mercado 47; Enrique Larreta. Este Programa Piloto tuvo como objetivo **sensibilizar a los pequeños comerciantes sobre los beneficios del uso de las nuevas tecnologías y la necesidad de actualizar sus procesos de promoción, comunicación, venta, compra y distribución a través de internet.**

**-Apertura del Centro de Formación Educarne en Mercado Barceló:** centro de formación en carnicería ubicado en el mercado municipal de Barceló. Educarne es el primer Centro de Formación Cárnico acreditado por la Comunidad de Madrid, promovido y gestionado por la Federación Madrileña de Detallistas de la Carne (FEDECARNE). La implantación de este centro formativo ha sido apoyada por el Ayuntamiento de Madrid facilitando su instalación en un mercado municipal y a través de la subvención de 13.000 euros concedida y que cubre el 30% de la inversión subvencionable dentro del Plan **Estratégico** de Mercados 2017-2021.

- Apoyo a la organización por UNECA y GESTOMER de **I Jornada nacional de Modernización y Transformación del Comercio Ambulante** en España, celebrada el 15 de noviembre de 2018 en el Palacio de Cibeles, inaugurada por la Ministra de Industria, Comercio y Turismo.

### **3.4 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 2018, con el objetivo de promover la aplicación de las TICs para los objetivo 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 continuado con el desarrollo y promoción promovido de Mercado47, ([www.mercado47.com](http://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. Este año se ha impulsado esta plataforma de venta online con la participación de 169 locales de 3 mercados municipales y se han destinado subvenciones a este fin por valor de 18.638 euros.
- se ha continuado con el mantenimiento y desarrollo de la web [www.madridcapitaldemoda.com](http://www.madridcapitaldemoda.com), y las redes sociales para la difusión de la iniciativa Madrid capital de Moda. Esta web ha alcanzado la cifra de 62.041 visitas correspondientes a cerca de 28.800 usuarios, lo que ha supuesto un incremento respecto al ejercicio 2017 del 85,19 % y 113,70 % respectivamente.
- se ha mantenido la webApp [www.comercioscentenariosdemadrid.es](http://www.comercioscentenariosdemadrid.es), portal específico destinado a la promoción de los comercios centenarios de la ciudad. Esta aplicación ha tenido alrededor de 6.200 visitas a lo largo de 2017.
- Se ha colaborado con la empresa DataCentric en la difusión del buscador One Business Place, (OBP) desarrollado por la dicha entidad y seleccionado por la Comisión Europea dentro del programa Horizonte2020.

El buscador OBP es un directorio digital de empresas cuyo objetivo a medio-largo plazo es desplegar un sistema de búsqueda de negocios locales que de visibilidad a los mismos en el universo digital, sin coste alguno para las empresas.

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

### **3.5 ACTUACIÓN CONTRA LA VENTA AMBULANTE ILEGAL**

En materia de venta ambulante ilegal, corresponde a la Dirección General de Comercio y Emprendimiento el desarrollo de acciones de sensibilización a la ciudadanía sobre los riesgos, peligros y graves perjuicios que causa la venta ilegal y de falsificaciones a los consumidores y a los empresarios, así como el ejercicio de la potestad sancionadora a través de la incoación, instrucción y resolución de los procedimientos sancionadores derivados de las actas levantadas por policía municipal por el ejercicio de la venta ambulante sin autorización.

En este orden de cosas, destaca:

- la constitución de un Grupo de trabajo con representantes de las principales entidades y organismos implicados en la lucha contra la venta ambulante ilegal y de falsificaciones, así como del sector comercial de la ciudad, con el objetivo de diseñar un plan integral de medidas contra estas prácticas dados los graves perjuicios que genera a nivel económico y social. Dicho Grupo de trabajo se constituyó el 6 de noviembre de 2018. En el seno de esta primera reunión se

expuso la reposición de la campaña “Si compras falsificaciones, la aventura siempre acaba mal” el 20 de noviembre con el objetivo de sensibilizar a la ciudadanía contra la compra de productos en la venta ambulante ilegal y de falsificaciones. Además, todos los presentes estuvieron de acuerdo en la necesidad de aunar esfuerzos y de que se incrementase la intervención policial.

- 
- La reposición en mobiliario urbano de la campaña “Si compras falsificaciones, la aventura siempre acaba mal”, que estuvo presente en un circuito de mobiliario urbano (200 mupis), complementada además con la difusión online, en medios digitales, en prensa gráfica y a través de dípticos.

Junto a ello, durante el año 2018 la DGCE ha continuado desarrollando acciones de apoyo en la lucha contra la venta ambulante ilegal y de falsificaciones a través del apoyo a las acciones y proyectos desarrollados por otras entidades e instituciones. Destacan las siguientes actividades:

- Participación en la mesa redonda “El impacto económico y social de las falsificaciones en la moda” celebrada el 6 de febrero de 2018 en IFEMA con ocasión de la feria MadridJoya, en la que se dieron cita entidades destacadas en la lucha contra la venta de falsificaciones, entre ellas ANDEMA, Moda.es, FEDECON, ASEFMA, ACME, Regalo Fama, y que contó con el apoyo institucional del Ayuntamiento a través de la DGCE.
- Participación en el III Foro de Debate sobre Falsificaciones de Productos, organizado por la Confederación Española de Consumidores y Usuarios, CECU, en la sede de la de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y nutrición, el 14 de noviembre de 2018.
- Participación en la mesa del intrusismo constituida el 4 de diciembre de 2018 por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo.
- Participación y apoyo institucional a la Jornada “La lucha contra la falsificación y las vulneraciones de los derechos de propiedad industrial: hacia un plan nacional”, celebrada el 17 de diciembre de 2018 y organizada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y la Oficina Española de Patentes y Marcas, con el objetivo de poner en común con los distintos actores la problemática de las falsificaciones en nuestra sociedad.

Por lo que respecta a la actividad sancionadora, que no inspectora, desarrollada durante el ejercicio 2018 por la DGCE, se recibieron cerca de 16.700 actas levantadas por policía municipal por ejercicio de la venta ambulante sin autorización que dieron lugar a la incoación de cerca de 5.000 procedimientos sancionadores con infractor identificado.

Si bien el número de procedimientos sancionadores tramitados ha sido inferior al del ejercicio 2017, se ha recaudado un 13.80 % del montante de las sanciones impuestas, porcentaje superior al del ejercicio 2017 que fue del 9,56%.

### **3.6 CONSEJO DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MADRID**

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

El Consejo de Comercio de la ciudad de Madrid se creó por acuerdo de Pleno de 28 de noviembre de 2008. Sin embargo tuvo un recorrido corto, pues en la legislatura 2007-2011 sólo se reunió en dos ocasiones, y en la siguiente no se llegó a constituir.

Durante el presente mandato el Consejo ha sido reactivado y se encuentra plenamente operativo, habiéndose celebrado en el ejercicio 2018 2 sesiones.

En el seno del Consejo se ha dado cuenta al sector de la actividad desarrollada por la DGCE (acciones de dinamización del comercio y hostelería, patrocinios, acciones de promoción y publicidad, subvenciones concedidas -mercados y asociacionismo-, inversiones financieramente sostenibles, Madrid Capital de Moda, mercado de productores, venta ambulante) y se han tratado temas de interés y relevancia, tales como el Plan Estratégico de Mercados

Entre los grandes temas planteados en el Consejo a lo largo del año 2018 destaca el impacto de la ampliación peatonal de la Gran Vía sobre la actividad comercial y otros servicios o la problemática de las barras de degustación.

### **3.7 RELACIONES INSTITUCIONALES**

Durante el año 2018 numerosas instituciones, entidades y Ayuntamientos de nuestro país y también de fuera de nuestras fronteras han manifestado su interés por conocer el proyecto y el modelo de dinamización y renovación de los mercados municipales madrileños. Así, se ha incrementado el número de visitas institucionales, siendo sus procedencias muy variadas, incluyendo delegaciones procedentes de Europa, Asia y América. Algunas de ellas son: Chile, Medellín (Colombia), Costa Rica, México, Rumanía, Rusia, Santo Domingo (República Dominicana) así como la realización de un viaje a Buenos Aires (Argentina).

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



## 4 EMPRENDEDORES Y PYMES

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

Así, la DGCE tiene entre sus objetivos el impulso a la creación de nuevas empresas, a través de la prestación de servicios de información, asesoramiento, tramitación de la constitución de empresas y apoyo a la financiación, que se vienen realizando principalmente en la Ventanilla Única del Emprendedor (ubicada en la sede principal de la DGCE). Así mismo, con el objeto de incentivar y apoyar el desarrollo de empresas en sus fases iniciales, además de los servicios anteriores, se ofrecen servicios de alojamiento en despachos, tutelaje y preincubación de empresas, espacios de coworking y aceleración de proyectos de alto potencial en la red municipal de viveros de empresas. Como complemento al tutelaje y seguimiento permanente, también se realizan numerosas actividades de formación y networking, que dotan a la red de viveros de un valor añadido dirigido a reforzar la consolidación del tejido empresarial y cubrir sus necesidades formativas.

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

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

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

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

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

El presupuesto total destinado en el ejercicio 2018 a la ejecución de las actividades derivadas del desarrollo de las competencias de la Dirección general en materia de apoyo a emprendedores y pymes y fomento de la cultura emprendedora ha sido de aproximadamente 2,4 millones de euros, con cargo al programa presupuestario 431.40, promoción comercial y emprendimiento, crédito al que hay que sumar el valor de tarifa de los recursos publicitarios institucionales dedicados al fomento del emprendimiento, que ha superado el millón de euros.

## **4.1 ASESORAMIENTO Y TRAMITACIÓN**

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

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

- prestar servicios de información y asesoramiento a las personas emprendedoras en la definición de sus iniciativas empresariales y durante los primeros años de actividad de la empresa.
- iniciar el trámite administrativo de constitución de la empresa a través de la plataforma CIRCE (Centro de Información y Red de Creación de Empresas), mediante la elaboración y tramitación del Documento Único Electrónico (DUE).

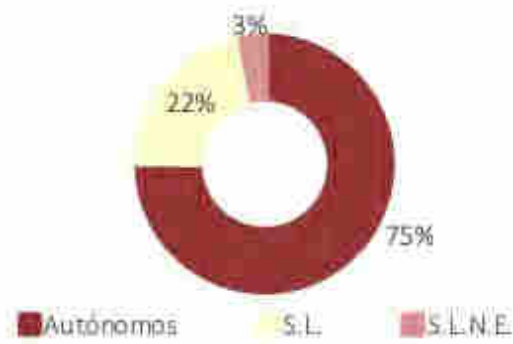
El sistema de tramitación telemática de CIRCE admite también la realización del cese de actividad de autónomos y de las empresas.

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

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

- Ventanilla Única del Emprendedor  
C/ Príncipe de Vergara, 140. 28002 Madrid
- Vivero de Empresas de Carabanchel  
C/ Cidro, 3. 28044 Madrid
- Vivero de Empresas de Moratalaz  
C/ Camino de Vinateros, 106. 28030 Madrid
- Vivero de Empresas de Puente de Vallecas  
C/ Diligencia, 9. 28018 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 Villaverde  
Avda. Orovilla, 54. 28041 Madrid

Durante 2018 se han constituido 1.049 empresas en la red PAE de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento, destacando las 789 constituciones de empresarios individuales o autónomos y las 230 de sociedades limitadas (SL). Además, se han tramitado 85 ceses de actividad.



## 4.2 VENTANILLA ÚNICA DEL EMPRENDEDOR

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

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

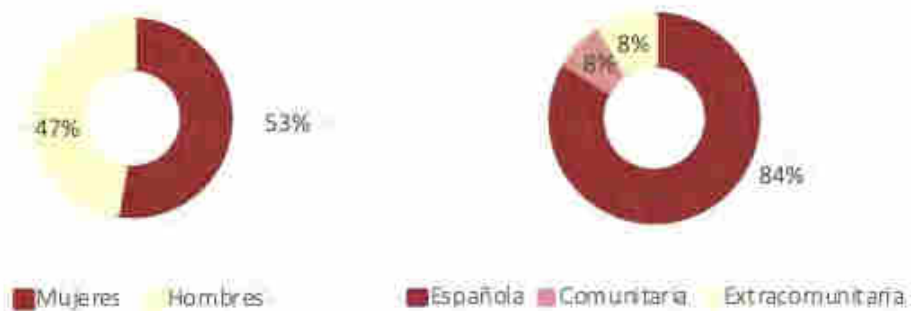
Además, la Ventanilla Única del Emprendedor pone a disposición de los/las emprendedores/as a técnicos asesores en urbanismo, en colaboración con la Agencia de Actividades, para informar sobre los requisitos del local para implementar la actividad económica correspondiente y los trámites necesarios sobre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

- Asesoramientos realizados en la Ventanilla Única del Emprendedor: 6.646
- Asesoramientos realizados para la apertura de actividad en un local: 1.148.
- Empresas creadas en la Ventanilla Única del Emprendedor: 601.
- Ceses de actividad tramitados: 39.
- Planes de empresa tutelados: 59.



#### 4.2.1 Caracterización del perfil de la persona emprendedora asesorada en la Ventanilla Única del Emprendedor

Los siguientes indicadores nos aproximan al perfil de las personas que demandan este servicio. Así, por sexo acude un 53% de mujeres frente a un 47% de hombres, casi un 84% de personas con nacionalidad española frente al 8% de países de la Unión Europea y otro 8% de países extracomunitarios.



La situación laboral refleja que un 54% son desempleados frente al 28% de empleados por cuenta ajena y un 18% por cuenta propia. El nivel de estudios nos informa de que un 51% son personas con titulación universitaria y, en cuanto a la edad, casi un 55% tienen entre los 30 y 45 años.



Del total de personas asesoradas casi un 85% declara tener experiencia en el sector de actividad en el que quiere emprender y un 84% declara, a su vez, tener formación suficiente en la actividad elegida para su negocio.



Cuando los emprendedores deciden acudir al servicio, un 60% está en la fase inicial del desarrollo del proyecto empresarial; en torno al 45% tiene intención de ponerlo en marcha en menos de tres meses desde el asesoramiento; y en cuanto a la localización un 66% desea iniciar un negocio en local frente al 16% que inicia un negocio en línea y otro 17% que va a compaginar el comercio electrónico y el físico.



En cuanto al sector de actividad sobre el que se demanda más información, un 14% son actividades profesionales, un 13% son del sector de comercio y casi otro 13% de hostelería y restauración. El resto de los sectores a destacar, aunque con diferencia de interés, son un 8% de servicios en general, un 6% de ocio y cultura y enseñanza no reglada; un 5% de consultoría de empresas y entorno al 4,5% de salud y sanidad así como servicios de cuidado personal.

Durante 2018, en el marco de su compromiso de apoyo integral al emprendimiento, el Ayuntamiento de Madrid, a través de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento, ha puesto en funcionamiento el programa Plan de Apoyo a la Transmisión de Empresas impulsado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Este programa está enfocado a dinamizar la compraventa de negocios económicamente viables en el municipio de Madrid como un elemento fundamental del desarrollo económico de la ciudad por medio de un mercado online con información, asesoramiento y gestión que posibilita la venta o compra de pequeños negocios o microempresas.

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

- Publicación de un anuncio de compra/venta en la web de transmisión de empresas, [www.transmisionempresas.es](http://www.transmisionempresas.es), una vez que el asesor ha supervisado la propuesta.

- Facilitación de contactos con los compradores/vendedores que se hayan interesado por el negocio anunciado.
- Envío de información general acerca de los procesos de transmisión de empresas.
- Derivación a servicios complementarios para elaborar el *DUE diligence* y completar la transacción hasta el cierre.

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

### **4.3 ALOJAMIENTO Y TUTELAJE**

La red de viveros de empresas, gestionados por la Dirección General de Comercio y Emprendimiento, dispone de espacios físicos dirigidos a la promoción de las iniciativas emprendedoras que combinan la utilización de despachos con el asesoramiento en la gestión empresarial y la prestación de unos servicios comunes para cubrir así las necesidades básicas que permitan el establecimiento, despegue y consolidación de nuevas empresas durante los primeros años de su vida, mediante el pago de un precio público.

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

#### **4.3.1 LA RED DE VIVEROS DE EMPRESAS**

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 y servicios específicamente concebidos para apoyar a las nuevas iniciativas.

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

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

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

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

Mediante Acuerdo del Pleno del Ayuntamiento de Madrid, de 20 de diciembre de 2018, se aprobó la modificación de los precios públicos por la prestación de servicios de apoyo al emprendimiento en la red de viveros de empresas, para bonificar en un 20% los precios de aquellos proyectos empresariales o empresas beneficiarias de los despachos de los viveros de empresa cuando sean promovidos mayoritariamente por mujeres. Esta medida tiene su entrada en vigor a partir del 1 de enero de 2019.

Vivero	4.3.1.1 DATOS GLOBALES 2018					
	Carabanchel	Moratalaz	Puente de Vallecas	San Blas-Canillejas	Vicálvaro	Villaverde
Apertura	2009	2011	2009	2007	2008	2009
Despachos	31	13	23	12	28	12
Espacios de coworking	Sí	No	Si	No	Sí	Sí

#### Actividad general de la red de viveros

<i>Consultas atendidas</i>	10.701
<i>Asesoramientos a proyectos no incubados</i>	2.539
<i>Empresas / Proyectos usuarios</i>	501
<i>Actuaciones formativas</i>	209
<i>Asistentes a programas de formación</i>	4.895
<i>Eventos (Coffee Breaks, Networkings, visitas, etc.)</i>	137
<i>Asistentes a eventos</i>	3.979
<i>Constitución telemática empresas (PAE)</i>	455

#### Empresas alojadas durante todo el año 2018

<i>Empresas alojadas en despachos</i>	134
<i>Proyectos empresariales preincubados internos</i>	207
<i>Proyectos empresariales preincubados externos</i>	79
<i>Empresas en espacios compartidos de negocios</i>	81
<b>TOTAL EMPRESAS Y PROYECTOS</b>	<b>501</b>

#### Datos de las empresas alojadas en despachos

<i>Nº de trabajadores *</i>	597
<i>Facturación de las empresas *</i>	9.724.675 €
<i>Empresas graduadas en 2018</i>	45
<i>Ceses de actividad</i>	5

\* Dato a 3er trimestre de 2018



#### 4.3.1.2 VIVERO DE CARABANCHEL

<i>Entrada en funcionamiento</i>	Diciembre 2009
<i>Superficie</i>	6.100 m <sup>2</sup>
<i>Nº de despachos</i>	31
<i>Espacios de coworking</i>	sí

#### Actividad del vivero

<i>Consultas atendidas</i>	1.444
<i>Asesoramientos a proyectos no incubados</i>	388
<i>Actuaciones formativas</i>	31
<i>Asistentes a programas de formación</i>	658
<i>Eventos (Coffee Breaks, Networkings, visitas, etc.)</i>	25
<i>Asistentes a eventos</i>	943
<i>Empresas constituidas telemáticamente</i>	128
<i>Empresas alojadas en despachos</i>	28
<i>Planes de empresas tutelados</i>	60
<i>Empresas en espacios compartidos de negocios</i>	21

#### Datos de las empresas alojadas en despachos

<i>Nº de trabajadores *</i>	111
<i>Facturación de las empresas *</i>	3.985.398 €
<i>Empresas graduadas en 2018</i>	14
<i>Ceses de actividad</i>	4

\* Dato a 3<sup>er</sup> trimestre de 2018

#### 4.3.1.3 VIVERO DE MORATALAZ

<i>Entrada en funcionamiento</i>	Febrero 2011
<i>Superficie</i>	1.000 m <sup>2</sup>
<i>Nº de despachos</i>	13
<i>Espacios de coworking</i>	no

#### Actividad del vivero

<i>Consultas atendidas</i>	731
<i>Asesoramientos a proyectos no incubados</i>	648
<i>Actuaciones formativas</i>	24
<i>Asistentes a programas de formación</i>	441
<i>Eventos (Coffee Breaks, Networkings, visitas, etc.)</i>	21
<i>Asistentes a eventos</i>	320
<i>Empresas constituidas telemáticamente</i>	100
<i>Empresas alojadas en despachos</i>	16
<i>Planes de empresas tutelados</i>	10

#### Datos de las empresas alojadas en despachos

<i>Nº de trabajadores *</i>	98
<i>Facturación de las empresas *</i>	959.175 €
<i>Empresas graduadas en 2018</i>	3
<i>Ceses de actividad</i>	0

\* Dato a 3<sup>er</sup> trimestre de 2018

#### 4.3.1.4 VIVERO DE PUENTE DE VALLECAS

<i>Entrada en funcionamiento</i>	Mayo 2009
<i>Superficie</i>	4.004 m <sup>2</sup>
<i>Nº de despachos</i>	25
<i>Espacios de coworking</i>	sí

#### Actividad del Vivero

<i>Consultas atendidas</i>	3.371
<i>Asesoramientos a proyectos no incubados</i>	462
<i>Actuaciones formativas</i>	56
<i>Asistentes a programas de formación</i>	1.542
<i>Eventos (Coffee Breaks, Networkings, visitas, etc.)</i>	21
<i>Asistentes a eventos</i>	794
<i>Empresas constituidas telemáticamente</i>	76
<i>Empresas alojadas en despachos</i>	25
<i>Planes de empresas tutelados</i>	84
<i>Empresas en espacios compartidos de negocios</i>	35

#### Datos de las empresas alojadas en despachos

<i>Nº de trabajadores *</i>	83
<i>Facturación de las empresas *</i>	1.933.228 €
<i>Empresas graduadas en 2018</i>	8
<i>Ceses de actividad</i>	0

\* Dato a 3<sup>er</sup> trimestre de 2018

#### 4.3.1.5 VIVERO DE SAN BLAS

<i>Entrada en funcionamiento</i>	Mayo 2007
<i>Superficie</i>	600 m <sup>2</sup>
<i>Nº de despachos</i>	12
<i>Espacios de coworking</i>	no

#### Actividades de la red de viveros

<i>Consultas atendidas</i>	3.593
<i>Asesoramientos a proyectos no incubados</i>	320
<i>Actuaciones formativas</i>	25
<i>Asistentes a programas de formación</i>	526
<i>Eventos (Coffee Breaks, Networkings, visitas, etc.)</i>	20
<i>Asistentes a eventos</i>	211
<i>Empresas constituidas telemáticamente</i>	40
<i>Empresas alojadas en despachos</i>	15
<i>Planes de empresas tutelados</i>	17

#### Datos de las empresas alojadas en despachos

<i>Nº de trabajadores *</i>	143
<i>Facturación de las empresas *</i>	559.750 €
<i>Empresas graduadas en 2018</i>	5
<i>Ceses de actividad</i>	1

\* Dato a 3<sup>er</sup> trimestre de 2018



#### 4.3.1.6 VIVERO DE VICÁLVARO

<i>Entrada en funcionamiento</i>	Febrero 2008
<i>Superficie</i>	2.904 m <sup>2</sup>
<i>Nº de despachos</i>	28
<i>Espacios de coworking</i>	sí

#### Actividad del Vivero

<i>Consultas atendidas</i>	761
<i>Asesoramientos a proyectos no incubados</i>	274
<i>Actuaciones formativas</i>	51
<i>Asistentes a programas de formación</i>	1.326
<i>Eventos (Coffee Breaks, Networkings, visitas, etc.)</i>	33
<i>Asistentes a eventos</i>	1.259
<i>Empresas constituidas telemáticamente</i>	69
<i>Empresas alojadas en despachos</i>	36
<i>Planes de empresas tutelados</i>	55
<i>Empresas en espacios compartidos de negocios</i>	15

#### Datos de las empresas alojadas en despachos

<i>Nº de trabajadores *</i>	204
<i>Facturación de las empresas *</i>	1.895.742 €
<i>Empresas graduadas en 2018</i>	10
<i>Ceses de actividad</i>	0

\* Dato a 3er trimestre de 2018

#### 4.3.1.7 VIVERO DE VILLAVERDE

<i>Entrada en funcionamiento</i>	Mayo 2009
<i>Superficie</i>	630 m <sup>2</sup>
<i>Nº de despachos</i>	12
<i>Espacios de coworking</i>	sí

#### Actividad del vivero

<i>Consultas atendidas</i>	801
<i>Asesoramientos a proyectos no incubados</i>	447
<i>Actuaciones formativas</i>	22
<i>Asistentes a programas de formación</i>	402
<i>Eventos (Coffee Breaks, Networkings, visitas, etc.)</i>	17
<i>Asistentes a eventos</i>	452
<i>Empresas constituidas telemáticamente</i>	42
<i>Empresas alojadas en despachos</i>	14
<i>Planes de empresas tutelados</i>	60
<i>Empresas en espacios compartidos de negocios</i>	10

#### Datos de las empresas alojadas en despachos

<i>Nº de trabajadores *</i>	123
<i>Facturación de las empresas *</i>	391.379 €
<i>Empresas graduadas en 2018</i>	5
<i>Ceses de actividad</i>	0

\* Dato a 3er trimestre de 2018

## 4.4 ESPACIOS DE COWORKING

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

### 4.4.1 Servicio de Preincubación

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

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

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

Durante 2018, se han pre-incubado 286 proyectos, de los que 207 son proyectos tutelados en las preincubadoras y 79 son tutelados de forma externa.

Los datos por viveros de empresa son:

- Carabanchel: 60
- Moratalaz: 10
- Puente de Vallecas: 84
- San Blas: 17
- Vicálvaro: 55
- Villaverde: 60

#### **4.4.2 Espacios de Coworking**

Los denominados espacios compartidos de negocio están dirigidos a empresas de reciente creación que realizan preferentemente su actividad en la sede del cliente. La estancia máxima es de un año y supone la cesión gratuita de un espacio físico dotado con el mobiliario necesario para la actividad empresarial. La forma de acceder a estos espacios está recogida en las instrucciones que regulan su uso, bajo petición y previa valoración del plan de empresa.

A lo largo del año 2018 han utilizado estos espacios un total de 81 empresas.

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

### **4.5 ACELERADORA DE PROYECTOS DE ALTO POTENCIAL**

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

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

El servicio es gratuito y tiene una duración de seis meses, ofreciendo a las empresas un espacio de coworking, servicios de consultoría y mentoring, además de la posibilidad de participar en todos los eventos, presentaciones y actividades organizadas en la red de viveros de empresas del Ayuntamiento de Madrid.

Durante 2018 se ha desarrollado en el vivero de Carabanchel la sexta convocatoria (la última, por el momento), edición que comenzó en octubre del 2017 y terminó en marzo del 2018. A esta última convocatoria se presentaron 50 solicitudes, de los cuales se seleccionaron 15 proyectos, de los cuales finalizaron el programa los 12 siguientes proyectos:

- The Last Mile: establece una comunicación entre: comprador-vendedor-transportista.
- El Marketplace de Go Family: ideas de viajes para familias con niños.
- No more pass: una app para olvidarse de la gestión de las contraseñas.
- Test motor: servicio de peritación para vehículos de segunda mano a nivel nacional.
- Aula de juego: acompañamiento y formación en habilidades emprendedoras en centros educativos.
- MisterLoApp: app que fomenta el márketing de los comercios de proximidad.
- Dedocar: pretende reducir los asientos libres en coches en hora punta y reducir la contaminación en ciudades.
- Ritrac: escuela de pilotos de drones con título y homologación oficial.
- Safe to Eat: vending de productos sin gluten y sin lactosa para celíacos.
- Jardines del Aire: su objetivo es mejorar la calidad del aire de espacios en interiores.
- Godry Hunger Solutions: colgador patentado para trajes de deportes acuáticos de neopreno.
- Digital Embassy: agencia de marketing y publicidad de influencia en RRSS.

## 4.6 MEJORAS DE LAS INSTALACIONES

Con el objetivo de conservar y mantener las instalaciones y de mejorar y modernizar los espacios existentes en la red de viveros, durante 2018 se han llevado a cabo una serie de obras de rehabilitación, con cargo a las Inversiones Financieramente Sostenibles (IFS). Asimismo, motivada por la necesidad de incorporar las nuevas tecnologías a la red de viveros de empresas para dotar a estos centros de las herramientas y soluciones tecnológicas adecuadas y adaptadas a las necesidades de los usuarios de los servicios de apoyo al emprendimiento que se prestan en los viveros, se ha llevado a cabo la adquisición de equipos audiovisuales de última tecnología.

Distribuidas por viveros, las mejoras realizadas este año han sido las siguientes:

- **Vivero de empresas de Carabanchel:** Se han instalado dos líneas de vida, una interior y otra exterior, con el objetivo de garantizar la seguridad de los trabajadores de las empresas adjudicatarias de los

servicios de limpieza y mantenimiento de los viveros de empresas durante la ejecución de trabajos de altura, evitando el riesgo de caída inherente en este tipo de actividades, aumentando la calidad de estos trabajos y la posibilidad de realizarlos en las mejores condiciones y garantías de seguridad. También se han colocado ventanas proyectantes en zonas donde no había para mejorar la climatización del edificio.

Además, se han dotado los espacios comunes del vivero (aulas de formación, salón de actos, salas de reuniones y zona de exposiciones) de equipos audiovisuales (pantallas interactivas, Smart TV y equipo de sonido portátil).

- **Vivero de empresas de Moratalaz:** Se han dotado los espacios comunes del vivero (sala de reuniones y zona de exposiciones) de equipos audiovisuales (pantallas interactivas y Smart TV).
- **Vivero de empresas de Puente de Vallecas:** Con el objetivo de mejorar y ampliar los espacios comunes con los que cuenta el vivero se ha instalado una pérgola en el jardín del vivero para que los emprendedores dispongan de un espacio para trabajar o reunirse en un entorno más distendido, contribuyendo a fomentar las relaciones entre ellos.

Además, se han dotado los espacios comunes del vivero (aula de formación, salón de actos, salas de reuniones y zona de exposiciones) de equipos audiovisuales (pantallas interactivas, Smart TV).

- **Vivero de empresas de San Blas-Canillejas:** Se ha instalado tarima flotante laminada para uso muy intensivo en los suelos de todo el vivero, se ha cambiado el falso techo de la cuarta planta para ocultar el cableado y colocar nuevas iluminarias de tecnología leds, contribuyendo a un considerable ahorro energético, y se han renovado los estores de todas las ventanas.

Además, se han dotado los espacios comunes del vivero (salón de actos y sala de reuniones) de equipos audiovisuales (pantallas interactivas).

- **Vivero de empresas de Vicálvaro:** Se ha habilitado una nueva sala de reuniones en la zona de la preincubadora, se han instalado ventanas proyectantes en zonas donde no había para mejorar la climatización del edificio, se ha reforzado la estructura interior en las tres plantas del vivero y se ha llevado a cabo el cerramiento de la plataforma elevadora para evitar accidentes.

También se han dotado los espacios comunes del vivero (salón de actos, salas de reuniones y zona de exposiciones) de equipos audiovisuales (pantallas interactivas y Smart TV).

- **Vivero de empresas de Villaverde:** Se han dotado los espacios comunes del vivero (sala de reuniones, aula de formación y zona de exposiciones/vending) de equipos audiovisuales (pantallas



interactivas).

## **4.7 CONVENIOS DE COLABORACIÓN CON ENTIDADES Y ORGANIZACIONES**

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

El 5 de noviembre de 2018 el Ayuntamiento de Madrid firmó un Convenio de colaboración con Microbank La Caixa lo que permitirá continuar cuatro años más la cooperación que desde el año 2007 mantienen ambas entidades para facilitar a las personas emprendedoras el acceso a la financiación bancaria.

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

Los microcréditos van dirigidos, principalmente, a proyectos de autoempleo en fase de inicio, y también para consolidación o ampliación de microempresas. El importe máximo que se financia son 25.000 euros, siempre que este importe suponga un máximo del 95% de la inversión.

Microbank también ofrece, a través del Convenio, una línea de microcréditos para proyectos empresariales innovadores, bien promovidos por autónomos o bien por microempresas. En este caso se financia un máximo de 40.000 euros lo que supone un 80% de la inversión.

## **4.8 FORMACIÓN PARA EMPRENDEDORES**

### ***4.8.1 Formación presencial en la red de viveros***

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

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

Esta formación se imparte de forma presencial y tiene carácter gratuito para los asistentes. Para llegar a su público objetivo, se usan como canales de comunicación las RRSS y la newsletter de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid, la página web [www.madridemprende.es](http://www.madridemprende.es) y los boletines mensuales de los propios viveros.

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

- Planificación financiera. Fiscalidad, Contabilidad.
- Marketing.
- Coaching para emprendedores.

- Prevención de riesgos laborales.
- Cuestiones prácticas en materia mercantil, fiscal y laboral.
- Técnicas de ventas y Habilidades de comunicación, etc.

También se han tenido en cuenta temas que han suscitado especial interés a lo largo de 2018 como es la nueva normativa sobre la regulación de la Protección de Datos, con la entrada en vigor de la plena aplicación, desde el 25 de mayo de 2018, del Reglamento 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril, General de Protección de Datos, que afecta de plano a toda actividad empresarial, así como formación específica dirigida al colectivos concretos como son el de mujeres y el de inmigrantes, para proporcionarles herramientas que les pueden ser útiles a la hora de emprender en virtud de sus necesidades específicas.

Entre las actuaciones encuadradas en el marco de este servicio, están las realizadas para el fomento del emprendimiento en determinados colectivos como son las actuaciones formativas dirigidas a su fomento entre personas desempleadas y estudiantes como alternativa al desempleo. En 2018 se han realizado 14 actuaciones de este tipo a las que han asistido un total de 277 participantes.

A lo largo de 2018 se han realizado en total 209 actuaciones formativas y talleres, que han supuesto más de 670 horas de formación, en los que han participado un total de 4.895 personas, de las cuales 2.690 han sido mujeres.

Por viveros de empresa se han realizado las siguientes actuaciones formativas:

- Carabanchel:	31
- Moratalaz:	24
- Puente de Vallecas:	56
- San Blas:	25
- Vicálvaro:	51
- Villaverde:	22

#### **4.8.2 Formación virtual**

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

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

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

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

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

También se han creado otros dos cursos abiertos que añaden un total de cinco horas de formación efectiva. Ambos cursos tienen un formato de video tutorial y se han estructurado con una introducción, tres módulos que exponen el contenido y un área para ejemplos y descarga de infografías. El primero se ha denominado curso sobre “Business Model Canvas” (BMC) y se ha diseñado para facilitar la comprensión y utilización del lienzo de modelo de negocio, incluyendo ejemplos de modelos de negocio conocidos. El segundo, “Canales de Tracción”, explica principios básicos del marketing para conocimiento del cliente y como identificar los canales online y offline más relevantes.

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

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

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

## **4.9 ACTIVIDADES DE NETWORKING**

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

Junto con las acciones formativas ya mencionadas, se realizan 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.

En 2018 se han realizado un total de 43 actividades de networking en las que han participado un total de 608 asistentes.

También se han celebrado los denominados coffee breaks, que cuentan con la presencia y participación de empresarios de éxito que trasladan a los emprendedores/as alojados/as su experiencia y cómo han alcanzado sus objetivos. Se pretende con esta actividad hacer de la red de viveros no sólo un lugar de trabajo sino de encuentro y colaboración, facilitando el contacto entre los alojados y las personalidades del mundo de los negocios, la cultura u otros ámbitos sociales de una forma cercana y distendida.

Durante 2018 se han celebrado 38 coffee breaks a los que han asistido 662 personas.

Algunos ejemplos:

- Pablo Manuel Trianfilo, CEO de CERTAINTY
- Fausto Escrigas, CEO de NINJAMAILS
- Ismael Pantaleón, CEO de IDEAS INFINITA. Innovación Estratégica
- Ana Vázquez de Parga, Observatorio de la Genialidad
- Gisela Fortuna, Directora de WORK EXPERIENCE FASHION
- Marcos Pizarro, CEO de VESLOGAR (Venus-baño)
- M<sup>a</sup> Montaña Redondo, Directora de DOLCEVENTO
- Luis Paris, CEO de PARCLICK
- Jesús García, CEO de CARGOMA ESPAÑA
- Guillermo Fernández Shaw, de MERCADO 47

## **4.10 OTROS EVENTOS Y ACTIVIDADES**

Además, en los viveros se organizan eventos sobre materias concretas relacionadas con la actividad emprendedora, dirigidos al público en general y que persiguen ese mismo objetivo de trasladar a la sociedad el espíritu emprendedor y fomentar la creación de empresas.

Durante 2018 en la red de viveros de empresas se han llevado a cabo 19 actuaciones de perfil muy variado que han contado con más de 1.500 participantes. Entre ellas destacan, por su alta participación, el “I Encuentro de Emprendedores” celebrado el 12 de junio de 2018 en el vivero de empresas de Carabanchel y que contó con una muy alta participación en las distintas actividades que se desarrollaron a lo largo de la jornada como ponencias, sesiones de speed networking (rueda de contactos), córner de asesoramiento, espacio para stands de empresas y la entrega de premios a aquellas empresas alojadas más destacadas en distintas categorías como internacionalización, políticas de igualdad, innovación o labor social, entre otros.

También el “I Encuentro de Aceleradoras de Negocios de España”, celebrado en el vivero de Vicálvaro, donde se reunieron por primera vez representantes de las más importantes aceleradoras de empresas nacionales con el objetivo de fomentar la búsqueda de oportunidades y la creación de redes.

Y otro tipo de actividades como el “Marketing Case Competición”, “Madrid Games&Business” o el “Encuentro Mujer Innovación y Emprendimiento”, cuyo contenido iba dirigido a colectivos y sectores más concretos.

## **4.11 PARTICIPACIÓN EN FOROS DE EMPRENDIMIENTO**

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento ha participado en 2018 en diversos foros para ofrecer sus servicios a los/las emprendedores/as que acuden a ellos. En estos eventos, además de dar a conocer los servicios que el Ayuntamiento de Madrid pone a disposición de las personas emprendedoras, se persigue dar visibilidad a los proyectos empresariales alojados en la Red de viveros, permitiéndoles dar a conocer sus productos y servicios para poder conseguir bien la financiación necesaria, bien a potenciales clientes o bien establecer posibles sinergias que les permitan nuevos productos o incluso nuevos proyectos empresariales.

### **4.11.1 Expofranquicia**

Del 19 al 21 de abril de 2018 tuvo lugar en IFEMA –Feria de Madrid– la 24ª edición de Expofranquicia, principal feria española de esta temática, que proporciona una fiel radiografía del sector. Con ello, se volvió a configurar un espacio comercial muy eficaz para un colectivo de profesionales, potenciales inversores y en general personas emprendedoras. Un encuentro único

para los interesados en una fórmula de negocio rentable y que ofrece grandes oportunidades, así como para aquellos que buscan una forma de autoempleo.

La feria contó con la participación de más de 500 expositores y recibió la visita de más de 15.248 profesionales, de 40 países diferentes. En ella compartieron espacio grandes marcas consolidadas junto a nuevas e interesantes iniciativas, de manera que se ofrecieron posibilidades adaptadas a distintos niveles de inversión.

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento estuvo presente con un stand propio, en el que se facilitó información a 108 visitantes a la feria sobre los servicios y herramientas de apoyo para poner en marcha un negocio en nuestra ciudad.

#### ***4.11.2 Spain South Summit***

La N@ve acogió la realización de la sexta edición de la cumbre internacional Spain South Summit, que se celebró durante los días 5 a 7 de octubre de 2018 en nuestra ciudad, y que organiza anualmente el IE y Spain Startup, y en la que estuvo presente el Ayuntamiento de Madrid en un stand que contó con la participación de 16 empresas alojadas en la red de viveros exponiendo sus productos y servicios.

Este encuentro es el evento líder en conectar a las personas emprendedoras más innovadoras como los inversores y empresas más importantes del mundo con el objetivo de mejorar y acelerar su competitividad global a través de la innovación. En él se imparten múltiples conferencias, debates con líderes mundiales en innovación, reuniones con los mayores Business Angels y numerosas actividades de networking. En nuestro stand, las empresas alojadas en los viveros de empresa municipales tuvieron la posibilidad de “vender” sus productos y servicios, así como de relacionarse con inversores, potenciales clientes, etc.

#### ***4.11.3 Participación en otros eventos***

Además de las anteriores, se ha participado en las siguientes ferias y foros: Compluemprende II Jornada Universidad Emprendedora, Ferias de Empleo de Vicálvaro y Villaverde “Emplea Vicálvaro” y “Emplea Villaverde” y Smart Cities Expo World Congress-FIRA Barcelona.

## **4.12 SENSIBILIZACIÓN Y FOMENTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA**

La Dirección General de Comercio y Emprendimiento organiza acciones de sensibilización empresarial, orientadas a la población de diversa índole, con objeto de fomentar la cultura emprendedora. Entre las actividades más relevantes desarrolladas durante 2018 cabe señalar las siguientes:

#### ***4.12.1 PREMIO EMPRENDEDORAS 2018***

En 2018 se ha celebrado la 8ª edición del Premio Emprendedoras, cuya finalidad es promover, fomentar, apoyar, impulsar y motivar la capacidad emprendedora de las mujeres que tengan proyectos o empresas originales, creativas e innovadoras.

Esta edición ha contado con la colaboración del Centro Universitario Villanueva, Womenalia, ASEME (Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid), la Revista Emprendedores y la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid.



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 y el incremento de la actividad económica de la ciudad de Madrid.

Este año ha contado con la participación de 279 emprendedoras, lo que supone un 15% más que en 2017 y un incremento del 56% respecto al año 2016.

El primer premio en la categoría Idea Emprendedora dotado con 6.000 euros y en la categoría Empresa, la dotación ha sido de 10.000 euros. Ambas categorías han contado con un accésit o segundo premio de 1.000 euros.

Durante el plazo de presentación se recibieron 164 solicitudes para la categoría "Premio Idea Emprendedora" y 115 solicitudes para la categoría "Premio Empresa".

El 16 de noviembre tuvo lugar en el salón de actos del centro cultural Conde Duque la presentación de los 10 proyectos finalistas (5 en cada una de las categorías) y la entrega de premios de esta edición. Las ganadoras fueron:

El primer premio en la categoría Premio Idea Emprendedora recayó en el proyecto FRAME, servicio especializado de drones dotados de inteligencia artificial para la localización y rescate de víctimas en caso de catástrofes.

El segundo premio fue para OBRA, empresa que ofrece servicios integrales de reforma e interiorismo en viviendas contratando fundamentalmente a mujeres en este sector tradicionalmente masculino.

La galardonada del primer premio en la categoría Premio Empresa fue DSIGÑ CLOUD, estudio especializado en diseño 3D inteligente y la digitalización tridimensional del patrimonio inmobiliario.

El segundo premio recayó en la empresa VOZE, que permite la comunicación en 14 idiomas, 24 horas al día y desde cualquier lugar del mundo.

#### **4.12.2 PREMIOS MAD+ 2018**

En 2018, el Ayuntamiento de Madrid convocó la segunda edición de los Premios de emprendimiento social MAD+, con el lema "Para un MADrid MÁS justo y MÁS solidario".

La convocatoria de estos Premios MAD+ iba dirigida a pymes con un proyecto social constituidas con menos de cinco años de antigüedad, con un proyecto o servicio con prototipo ya probado y que pudiera generar un impacto positivo y medible en la sociedad, así como en la actividad económica de la ciudad de Madrid.

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

En esta segunda edición se han presentado un total de 91 solicitudes, un 14% más que en la edición anterior.

El 11 de diciembre de 2018 tuvo lugar la presentación de los proyectos finalistas y la entrega de premios de esta segunda edición en la Caja de Música del Palacio de Cibeles.

El primer premio recayó en Urban Data Eye, con un sistema de análisis en tiempo real de espacios públicos, usando para ello técnicas de inteligencia artificial y aprovechando las imágenes de las cámaras existentes en los espacios públicos.

El segundo premio fue a parar al proyecto SouLEM, empresa social madrileña cuyo objetivo es erradicar la exclusión, la desigualdad y la explotación sexual de las mujeres integrándolas en la sociedad a través de la formación y la empleabilidad.

#### **4.12.3 JUNIOR ACHIEVEMENT**

Un año más, la Dirección General de Comercio y Emprendimiento ha colaborado con la Fundación Junior Achievement en sus programas de sensibilización empresarial en las aulas, que en esta edición han beneficiado a más de 6.500 alumnos participantes que han desarrollado más de 1.100 proyectos empresariales. Estos alumnos pertenecen a más de 200 centros educativos procedentes de toda España.

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

##### **- I edición del Foro de Emprendimiento de la Escuela Pública.**

Se celebró en el vivero de empresas de Carabanchel el 20 de marzo de 2018, organizado por la Fundación Junior Achievement y con el patrocinio exclusivo del Ayuntamiento de Madrid. Este Foro tiene el ánimo de facilitar espacios de encuentro entre los diferentes centros educativos públicos y concertados, estudiantes y profesores que participan en proyectos educativos orientados a la promoción del emprendimiento entre los jóvenes.

Para el evento final, fueron seleccionados 9 centros educativos madrileños, contando con la participación de 60 estudiantes que gestaron 15 proyectos finalistas. Los 3 proyectos ganadores fueron:

Primer premio para “On Board Safety”, del Colegio Nazaret Oporto, con la propuesta de una alternativa creativa y accesible a todos los bolsillos para afrontar un problema real como es el riesgo de accidentes por consumo de alcohol.

Segundo premio para “Papiro, S.L.”, del IES Parque Aluche, proyecto que contribuye a favorecer la vida familiar sin dar la espalda a las nuevas tecnologías.

Tercer premio para el proyecto “Salvad a Tiendy”, del Colegio Nazaret San Blas, una propuesta de concienciación social en defensa del comercio de barrio.

##### **- XII edición de la Competición Nacional de Mini-empresas**

Guiados por profesores y asesorados por voluntarios, los alumnos de secundaria forman equipos de trabajo para crear una empresa real a lo largo de todo un curso escolar. Cada equipo gestiona su mini-empresa: elige su junta directiva, diseña un producto o servicio, desarrolla una estrategia de marketing y realiza su venta.

Así los alumnos 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 plantean el emprendimiento como alternativa de futuro a través de una experiencia práctica.

Durante 2018 han participado en este programa 6.300 estudiantes de todo el país y han puesto en marcha más de 1.100 mini-empresas. De estos proyectos, 409 han sido de centros de la Comunidad de Madrid. En esta edición han participado 2.172 estudiantes de la Comunidad de Madrid.

Este año la Directora General de Comercio y Emprendimiento, entregó a Rosa Ana Guerra Hoyos, docente del IES Tetuán de las Victorias, el Premio al Profesor Emprendedor del año por su trayectoria.

#### - **X edición de la Competición Nacional de Emprendedores Universitarios “Startup Programme”**

Dirigido a estudiantes universitarios en los últimos años de carrera. Durante el 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.

Un total de 168 alumnos participaron en este programa, de los que 100 han sido de nuestra comunidad autónoma. Desarrollaron 52 proyectos empresariales de los que 15 eran madrileños. En total han participado 18 Universidades de las que 11 eran de la Comunidad de Madrid.

El Premio Startup - Ayuntamiento de Madrid en 2018 fue otorgado a “AMAQTEDU” (Ama hasta que te duela), proyecto de cinco estudiantes de la Universidad de Alcalá de Henares dirigido a promover la integración de personas en riesgo de exclusión social, a través del arte.

#### ***4.12.4 Premios Emprendedores Universitarios***

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

Este año, y dentro de la VIII edición de los Premios Emprendedor UCM, el Premio Ayuntamiento de Madrid recayó en Fair&Square, proyecto que propone un sistema de negociación asistida que ayuda a resolver conflictos en situaciones complejas.

El premiado podrá disfrutar de una bonificación de 3.000 euros en el precio público de los despachos de la Red de viveros de empresas del Ayuntamiento de Madrid.

#### **4.12.5 Otras acciones de sensibilización con estudiantes**

Con el objetivo de difundir el espíritu emprendedor entre los jóvenes estudiantes, se reciben visitas a los distintos viveros por parte de alumnos de centros de educación secundaria y de formación profesional y por grupos de alumnos de universidades públicas y privadas de cursos de grado y masters de postgrado. En ellas, además de enseñarles las instalaciones, se les traslada en una charla cuales son los servicios que se prestan en los viveros de empresa, contándose normalmente con la participación de un emprendedor alojado que les cuenta su experiencia emprendedora.

Así, en 2018 se han recibido un total de 37 visitas de centros educativos y de formación que han contado con la participación de 1.028 asistentes.

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

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

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

### **4.13 FINANCIACIÓN**

El Convenio del Ayuntamiento de Madrid con el Banco Sabadell (suscrito en el año 2017) ha permitido la tramitación de nueve solicitudes de financiación a proyectos empresariales. El préstamo “inicio” es el instrumento que mejor se está adaptando a las necesidades de los emprendedores derivados a esta entidad ya que financia a medio plazo hasta el 100% de la inversión inicial para ejercer la actividad profesional con la posibilidad de un año de carencia.

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

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

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

## 5 REPRESENTACIÓN EN FOROS Y CONSEJOS

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

- Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid
- Consejo Local para el Desarrollo y Empleo de Madrid
- Consejo Rector Agencia de Actividades (AGLA)
- Consejo Rector Agencia para el Empleo
- Consejo Rector Agencia Tributaria
- Consejo para la Promoción del Comercio en la Comunidad de Madrid
- Consejo de Administración de Mercamadrid
- Comisión Ejecutiva de Mercamadrid
- Consejo Consultivo de la Economía Social y Solidaria de la Ciudad de Madrid
- Comisión Conmemorativa IV Centenario Plaza Mayor
- Comisión Técnica de Patrocinios
- Comisión Grupo Técnico de Publicidad
- Comisión de Terrazas de Hostelería y Restauración
- Comisión Calidad del Aire
- Comisión Técnica de Accesibilidad
- Comisión de Licitación para la adjudicación de contratos
- Comisión Técnica de Empleo
- Comité Desperdicio Alimentario
- Foro Municipal de Comercio Justo
- Foro de Empresas por Madrid
- Mesa Seguimiento Pacto de Milán
- Mesa Seguimiento Madrid Central
- Comité de Moda MBFWM
- Comité Organizador MOMAD Metrópolis
- Comité Organizador FITUR
- Grupo de Trabajo Promoción Internacional de Madrid
- Comité Organizador Mercado de Artesanía de la Comunidad de Madrid



- Centro de Transportes de Madrid
- Comité Organizador del Salón del Vehículo de Ocasión
- Comité Organizador FRUIT ATRACTTION
- Plan de Estrategia Alimentaria
- Plan de Ciudades Amigables con los Mayores
- Plan de Empleo
- Interlocución Permanente del Sistema de Sugerencia y Reclamaciones
- Interlocución Tratamiento y Protección de datos personales
- Mesa de Innovación.
- Mesa preparación Dispositivo movilidad Navidad , Fin de Año y Reyes

## 6 COMUNICACIÓN

A lo largo del ejercicio 2018 la DGCE ha desarrollado una intensa actividad de dinamización y divulgación online del conjunto de las actividades y eventos promovidos por la misma y sus colaboradores, a través de :

- La web [www.madridemprende.es](http://www.madridemprende.es) y sus cuentas en redes sociales (facebook, twitter, instagram, linkedin, youtube).
- La web [www.madridcapitaldemoda.com](http://www.madridcapitaldemoda.com) y sus cuentas en redes sociales (facebook, twitter, instagram, youtube).
- La cuenta de Instagram [madrid\\_mercados](https://www.instagram.com/madrid_mercados)

### 6.1 Web y redes sociales bajo el dominio madridemprende

El presupuesto destinado al mantenimiento y actualización de los recursos en web y redes sociales bajo el dominio madridemprende ha ascendido a 66.000 euros.

El media mensual de visitas a la web [www.madridemprende.es](http://www.madridemprende.es) durante el ejercicio 2018 ha sido de 12.800.

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

Durante el año 2018 se han abordado los trabajos para dar hacer accesible la web [www.madridemprende.es](http://www.madridemprende.es), habiéndose obtenido el certificado de accesibilidad doble A expedido por AENOR.

## **6.2 Web y redes bajo el dominio madridcapitaldemoda**

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

Tanto la web como las redes de Madrid Capital de Moda tienen como objetivo principal ser un escaparate de actualidad, acercando a los usuarios todo lo relacionado con distintos sectores como la moda, la belleza, la decoración, la gastronomía y el estilo de vida en general.

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

Durante el año 2018 se han iniciado los trabajos para hacer accesible la web [www.madridcapitaldemoda.com](http://www.madridcapitaldemoda.com).

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

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

## **6.3 @madrid\_mercados**

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

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

## **6.4 Acciones off line**

En el presente ejercicio se ha desarrollado asimismo una intensísima labor de comunicación off line de todas las actividades de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento y de los distintos servicios municipales de apoyo al comercio y al emprendimiento, que ya se han ido desglosando en los distintos apartados de esta memoria y que se resumen en este apartado.

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

El valor de tarifa estimado de los recursos institucionales (soportes exteriores) de información, promoción y publicidad destinado al conjunto de acciones realizadas en 2018 ha ascendido a cerca de 4 millones de euros, importe que, si bien no tiene incidencia presupuestaria, debe ser contabilizado a todos los efectos como inversión municipal en los programas de apoyo al comercio y emprendimiento correspondientes:

Estas han sido las campañas realizadas en 2018 en mobiliario urbano:

#### **PROMOCIÓN DE MADRID CAPITAL DE MODA:**

- Vogue Fashion Night Out: banderolas, mupis y autobús turístico
- Meninas Madrid Gallery: mupis, columnas y autobuses EMT
- 1001 Bodas Premium: autobuses EMT
- Madrid es Moda: autobuses EMT
- MBFWM: autobuses EMT
- Comercios centenarios: Mupis

#### **PROMOCIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD**

- De compras en bus: mupis y mupis digitales
- Lo próximo es lo próximo: mupis digitales

#### **PROMOCIÓN DE MERCADOS**

- Saboreando los mercados: banderolas, mupis, columnas y autobuses EMT
- Mercados de Madrid: alimenta el alma, mupis y mupis digitales
- Con M de mercado: mupis digitales

#### **SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VENTA ILEGAL Y LAS FALSIFICACIONES**

- Si compras falsificaciones la aventura siempre acaba mal: mupis

#### **FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO**

- Premio emprendedoras: mupis y autobuses EMT
- Premio MAD+ de emprendimiento social : mupis, mupis digitales y autobuses EMT
- Madrid, emprende con las manos: mupis digitales

## **6.5 Recursos de entidades colaboradoras**

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

De este conjunto de actividades cabe destacar:

- el importe, difícilmente cuantificable, pero muy superior al anterior, de los gastos asumidos por distintas entidades colaboradoras y patrocinadoras (Canal de Casa, Conde Nast, ACOTEX....) para la organización de las múltiples acciones de promoción de la ciudad como capital de moda que se han ejecutado a lo largo de 2018 y

- artículos en prensa en medios on line y off line de las diferentes cabeceras del grupo Conde Nast
- post en redes sociales del grupo Conde Nast
- eventos en vía pública de notable repercusión (mercados de las flores, Vogue Fashion Night Out, Meninas Madrid Gallery)
- producción y emisión de programas de televisión de la productora AMC NETWORKS, (de casa, canal cocina y más chic TV) en España y Latinoamérica
- post en redes sociales de de casa y canal cocina



## 7 PRESUPUESTO Y OTROS RECURSOS PÚBLICOS

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

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

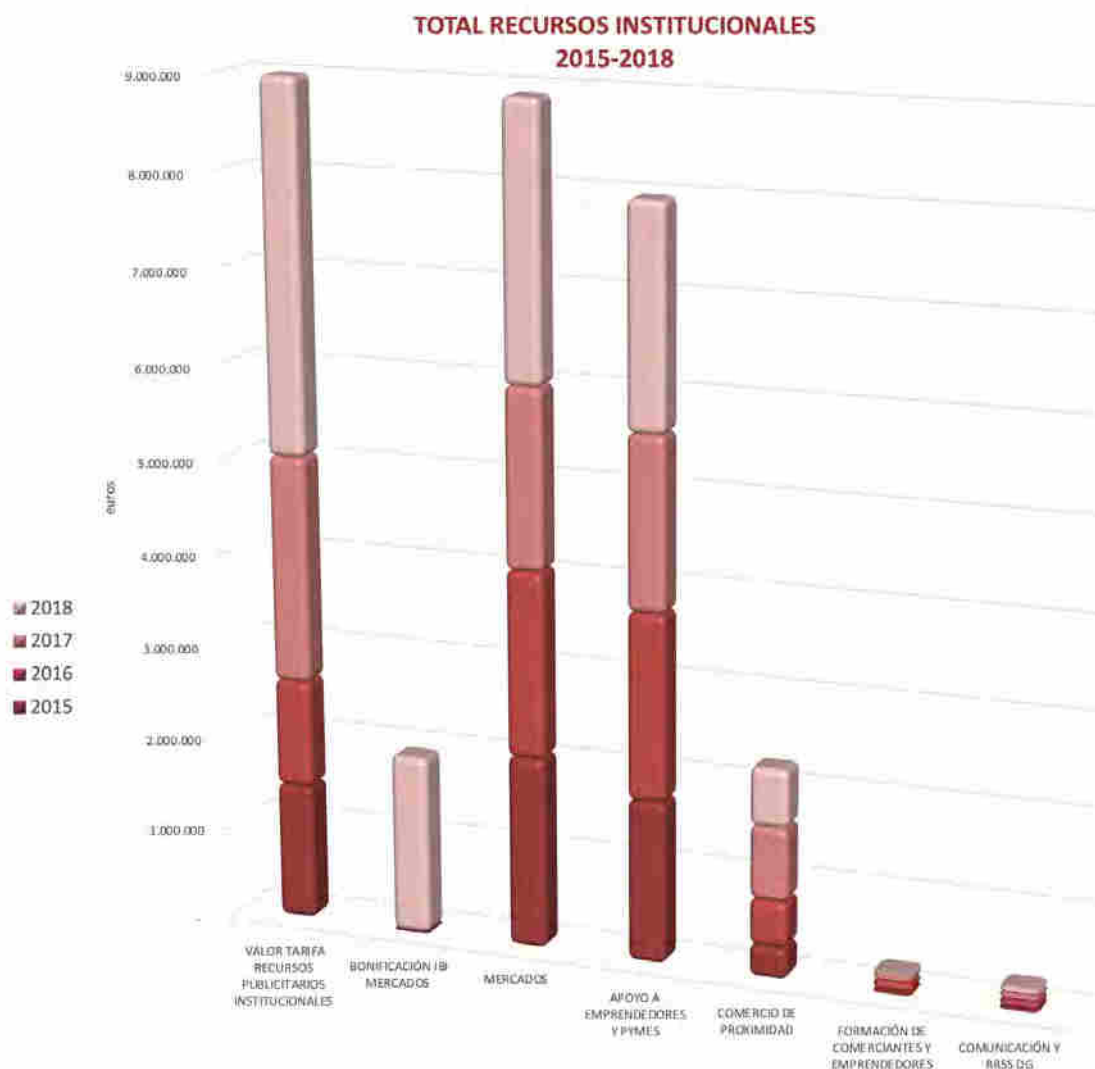
En el ejercicio 2018, el importe total de todos estos recursos, excluidos los gastos de personal (capítulo I del programa presupuestario 431.40) ha ascendido a más de 12,1 millones de euros, de los que más de 6 corresponden a presupuesto ejecutado del programa 431.40 Promoción Comercial y Emprendimiento, más de 1,9 millones al importe total de las bonificaciones de IBI de los mercados municipales aprobadas en 2018 y más de 4 millones al valor de tarifa de los recursos institucionales publicitarios destinados al desarrollo de campañas de promoción del comercio y los mercados, sensibilización contra la venta ambulante ilegal y apoyo y fomento del emprendimiento.

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

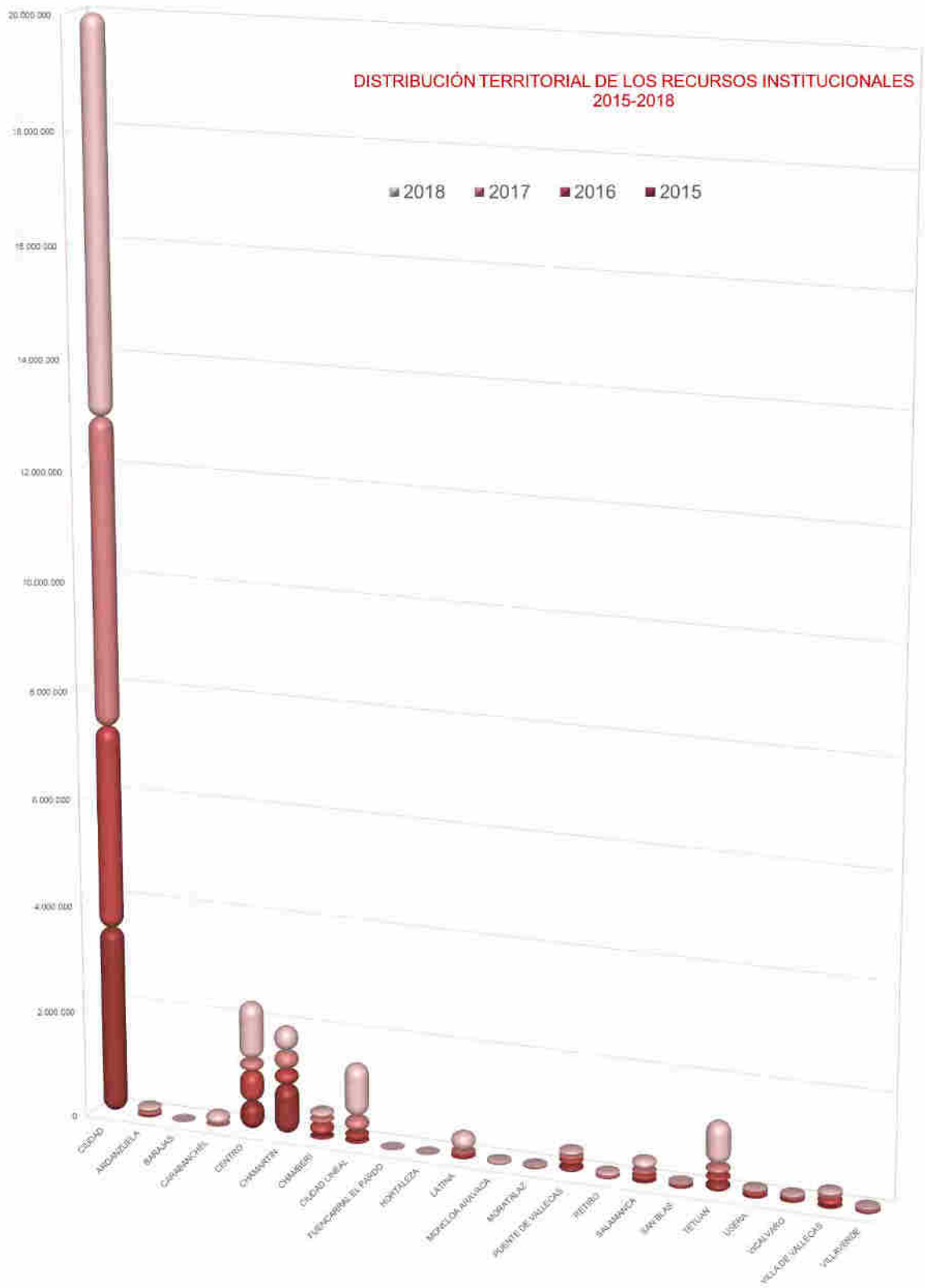
<b>TOTAL RECURSOS PÚBLICOS</b>		<b>11.958.200</b>
<b>TOTAL</b>		<b>6.003.891</b>
<b>COMERCIO Y MERCADOS</b>		<b>3.565.707</b>
<b>MERCADOS</b>		<b>2.924.247</b>
Inversión en instalaciones generales		2.179.200
Inversión en locales		297.512
Promoción		138.727
Innovación y nuevas tecnologías		67.992
Gestión y Otros		240.816
<b>COMERCIO DE PROXIMIDAD</b>		<b>626.699</b>
subvenciones Dinamización y asociacionismo		358.329
campañas institucionales (incluye sensibilización contra VAI)		56.637
MCDM		143.544
Comercios centenarios		12.204
Estudios comercio		39.325
Remodelación de galerías y sus locales		16.660
<b>FORMACION COMERCIANTES</b>		<b>14.762</b>
<b>APOYO A EMPRENDEDORES Y PYMES</b>		<b>2.371.986</b>
gestión patrimonial de viveros		948.883
Inversión en mejoras de los viveros		200.912
incubación, preincubación y aceleración		817.749
asesoramiento emprendedores y pymes (Vue y PAE y transmisión empresas)		293.240
formación emprendedores		5.650
fomento emprendimiento general		5.047
fomento emprendimiento juvenil		17.990
fomento emprendimiento femenino		48.063
fomento emprendimiento social		34.451
<b>COMUNICACIÓN Y RRSS DG</b>		<b>66.198</b>
<b>BONIFICACIÓN IBI MERCADOS</b>		<b>1.929.898</b>
<b>VALOR TARIFA RECURSOS PUBLICITARIOS INSTITUCIONALES</b>		<b>4.024.411</b>
PROMOCIÓN MCDM		1.207.374
PROMOCIÓN COMERCIO PROXIMIDAD		747.750
PROMOCIÓN MERCADOS		958.279
SENSIBILIZACIÓN VAI		54.563
PROMOCIÓN EMPRENDIMIENTO		225.000
PROMOCIÓN EMPRENDIMIENTO FEMENINO		291.000
PROMOCIÓN EMPRENDIMIENTO SOCIAL		540.445

El valor total de los recursos públicos destinados al desarrollo de las competencias de la DGCE en el periodo 2015 a 2018, excluidos los gastos de personal de la DGCE, asciende a cerca de **30,6** millones de euros (más de 19,6 millones de euros correspondientes a presupuesto ejecutado del programa 43140, más de 1,9 millones de euros correspondientes a bonificaciones de IBI en 2018, y más de 9 millones de euros correspondientes al valor de tarifa de los recursos publicitarios institucionales), con arreglo al siguiente desglose:

	2015	2016	2017	2018	2015-2018
<b>TOTAL (euros)</b>	<b>5.692.731</b>	<b>5.824.788</b>	<b>7.119.088</b>	<b>11.958.200</b>	<b>30.594.807</b>
REC. PUBLICITARIOS INSTITUCIONALES (valor de tarifa, euros)	1.465.061	1.151.810	2.420.000	4.024.411	9.061.281
BONIFICACIÓN IBI MERCADOS (euros)				1.929.898	1.929.898
<b>TOTAL PRESUPUESTO PROGRAMA 431.40 (euros)</b>	<b>4.227.670</b>	<b>4.672.978</b>	<b>4.699.088</b>	<b>6.003.891</b>	<b>19.603.627</b>
MERCADOS (euros)	2.062.108	1.997.198	1.920.118	2.924.247	8.903.671
APOYO A EMPRENDEDORES Y PYMES (euros)	1.743.671	1.995.575	1.854.897	2.366.940	7.961.082
COMERCIO DE PROXIMIDAD (euros)	343.918	496.553	785.942	626.699	2.253.112
FORMACIÓN DE COMERCIANTES Y EMPRENDEDORES (euros)	38.351	104.409	68.403	19.808	230.971
COMUNICACIÓN Y RRSS DG (euros)	39.622	79.244	69.728	66.198	254.791



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



## 8 PERFILES

Más información en:

### **Nuestras webs**

madridemprende.es  
madridcapitaldemoda.com  
comercioscentenariosdemadrid.es

### **Nuestras cuentas de Instagram**

@madrid\_emprende  
@m\_c\_d\_moda  
@madrid\_mercados

### **Nuestras cuentas de Facebook**

Madrid Emprende  
Madrid Capital de Moda

### **Nuestras cuentas de LinkedIn**

Madrid Emprende

### **Nuestros mail:**

dgcomercioemprendim@madrid.es  
infocomercioe@madrid.es

### **Nuestro teléfono:**

914 803 322