

infor^{ma}

AUTÓNOMOS MADRILEÑOS

JULIO 2019 - Nº 23

Paseo de la Infanta Isabel, 17 - 28014 Madrid - Tlf.: 91 435 06 12 - Fax: 91 577 51 42
FEDERACIÓN INTERSECTORIAL DE AUTÓNOMOS DE LA COMUNIDAD DE MADRID, FIDACAM-CIAE

Echa a andar el nuevo equipo de Gobierno del Ayuntamiento de Madrid

Tras el pacto del centroderecha para gobernar los próximos cuatro años el Ayuntamiento de Madrid, se ha establecido una hoja de ruta que tendrá en cuenta a los trabajadores autónomos en los puntos que se han pactado como iniciativas próximas, y se reflejará en una bajada de impuestos, en la revisión de Madrid Central, se desarrollarán ayudas a los comerciantes y contará con la simplificación de los trámites administrativos, entre otras medidas que en los próximos días se irán concretando.

En cuanto a la fiscalidad, los tres partidos pretenden poner en marcha reducciones fiscales que supongan un ahorro para los madrileños de 400 euros anuales. PP, Cs y Vox coinciden en bajar el IBI al mínimo legal (0,40%). Se eliminarán las tasas de cajeros y de generadores de residuos para aliviar a los autónomos y comercios y se revisarán las sanciones del Ayuntamiento para evitar cuantías abusivas.

Los trámites municipales serán más ágiles de realizar, ya que se prevé implantar la Identidad Digital Municipal para acceder a todos los servicios municipales desde el móvil, se pretende que la capital



esté a la vanguardia de la transformación digital. Del mismo modo. También, el nuevo alcalde, el popular José Luis Martínez Almedida, ha mostrado su "compromiso total y absoluto" para acabar con la venta ambulante ilegal y ha asegurado que potenciará "los medios de la Policía municipal para acabar con las mafias ilegales que explotan a los manteros en las calles".

Se diseñará un plan para el Comercio Local y proyectos de emprendimiento empresarial en barrios vulnerables. En concreto, se pensarán alternativas para el Mercado Puerta de Toledo. La mo-

vilidad y el urbanismo es otro de los grandes ejes en torno al cual gira el Madrid que quieren para los próximos tres años. Los tres están de acuerdo en cambiar el proyecto de Madrid Central, aunque con matices. El pacto con C's habla de «reconvertir y buscar soluciones alternativas de movilidad» con una moratoria en las multas con efectos desde el 1 de julio. Sin embargo, en el acuerdo con Vox se habla de «acabar con la política de prohibiciones y restricciones de Madrid Central» e incluso se añade la posibilidad de estudiar el soterramiento del tráfico en la Gran Vía.

Una plataforma para difundir los mercados de Madrid

Mercado47 irrumpe con fuerza en la distribución de productos frescos con la digitalización de todos los mercados madrileños. La Paz, Chamberí, Chamartín y Prosperidad han sido los primeros mercados en adherirse a la plataforma, un proyecto cuyo objetivo desde el comienzo ha sido revitalizar y modernizar los mercados, galerías comerciales y comercios de barrio de Madrid. Hoy, están un paso más cerca de lograrlo.

Afirman que "a día de hoy tenemos plenamente operativos tres mercados municipales y el cuarto está en camino, con más de 700 comercios adheridos y 12.000 referencias publicadas". El usuario puede ya seleccionar el mercado en el que quiere realizar la compra y adquirir los productos de sus puestos preferidos, exactamente igual que si lo hiciera en el propio mercado, pero a través de Internet y recibiendo en casa en un único envío. Explican que han "Iniciado el reparto en la zona metropolitana de Madrid, enviando producto fresco a domicilio en el día aunque pronto abriremos nuevas zonas de reparto y franjas horarias".

Recientemente, Mercado47 ha sido seleccionado por la Comisión Europea como la mejor práctica de toda la Unión Europea para la revitalización y modernización del pequeño comercio. "Nuestro objetivo



es convertirnos en el principal canal de venta online de producto fresco", aseguran y destacan que el proyecto ha sido el único español incluido en la guía online distribuida por la Comisión a todas las autoridades europeas para que pongan en marcha iniciativas similares.

El servicio de entrega a domicilio de cada mercado se realiza de forma consolidada en un único pe-

dido que contendrá todos los productos adquiridos en la cesta de la compra, a través de un estricto mantenimiento de la cadena de frío. El servicio de reparto a domicilio es realizado en el día, de lunes a sábado en horario de tardes, por la empresa Urban Last Mile, solución logística sostenible de última milla para el ecommerce de temperatura controlada, con reparto gratuito para pedidos superiores a 90€.

Hacienda vuelve a enviar cartas al pequeño comercio

Con el fin de controlar la economía sumergida, concretamente sobre fraudes en el Impuesto sobre el Valor Añadido y el Impuesto de Sociedades. Mediante estos escritos, la Agencia Tributaria pone bajo sospecha el efectivo que ingresa el autónomo en relación con lo que ingresa su competencia, también les comunica que

vigila los importes acumulados de las entradas en sus cuentas bancarias y los cobros con tarjeta que han realizado.

La baja facturación a la que se refiere en estas cartas es la consecuencia de la complicadísima situación que atraviesan los comerciantes que luchan por sacar

adelante sus negocios. Los pequeños negocios, especialmente los comercios de venta al público, son los primeros a los que la Agencia Tributaria está dirigiéndose en este sentido y es de esperar que las visitas este año de los inspectores para combatir el supuesto "fraude" aumente con respecto al de años anteriores.

Mapa de los recursos público privados de promoción económica de la ciudad de Madrid

En una ciudad como Madrid abrirse camino en la puesta en marcha de un negocio necesita de una formación adecuada. Es preciso conocer los requisitos para emprender, establecer un negocio, encontrar oficina, asesoramiento, una red de pares, entender mejor cómo fomentar consumo sostenible, cómo exportar o cómo invertir en la ciu-

dad si eres de fuera...

Todo eso se encuentra reunido en el mapa que el Ayuntamiento de Madrid pone al servicio de la promoción económica de la ciudad: desde la información para un consumo más responsable hasta la ayuda para que una empresa salga al mercado exterior. Algunos tienen sede física y se encuentran

señalizados distrito a distrito. Algunos tienen una misma sede para toda la ciudad, y otros son recursos intangibles, ayudas que se solicitan mediante impreso o a través de convenios con bancos o entidades sociales.

Hay una versión descargable en pdf para encontrar información suficiente para decidir cuál de los recursos disponibles es el que más se ajusta a tu necesidad.

01. Búsqueda de empleo y emprendimiento
02. Espacios en Mercados Municipales, Mercamadrid, Mercados

Mapa de Promoción Económica Madrid



MADRID

semanales

- 03. Proyectos Mares Madrid
- 04. Factorías y Oficina de Apoyo a las áreas de actividad económica
- 05. OES (oficinas de economía social)
- 06. Centros de Innovación / Internacionalización
- 07. Viveros de empresa y coworking municipales
- 08. Recursos inmateriales
- 09. Miscelánea
- 10. Espacios de Consumo Sostenible



El pequeño comercio se va adaptando al dinero de plástico y abandonando el dinero en efectivo

Se han reducido las comisiones que cobran los bancos y las crecientes exigencias de los clientes han permitido que el dinero de plástico ya tenga más penetración que la media europea, si bien en algunos puntos hay discrepancias y resistencias, como el de aceptar o no la American Express, con comisiones muy altas. Aunque todavía el tema de los márgenes preocupa mucho a los comerciantes porque cada vez cuesta más vender. Durante un tiempo los bancos se aprovecha-

ron mucho con las comisiones de los datáfonos pero con la última regularización se va normalizando.

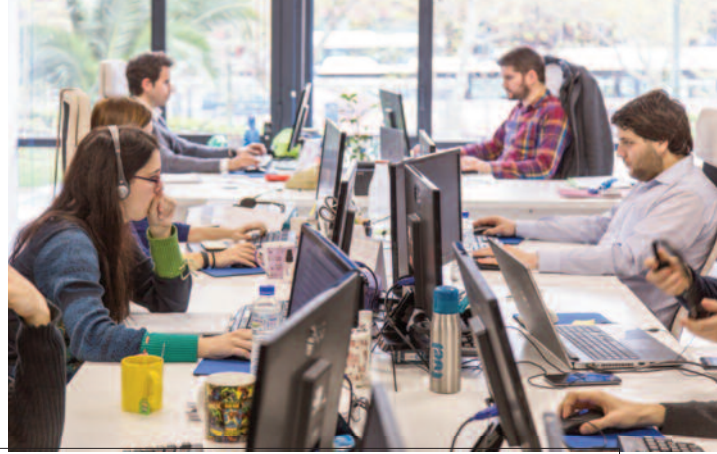
Facilitar y agilizar el modo de abonar las compras es uno de los grandes retos que enfrenta el pequeño comercio porque resulta clave a la hora de incrementar los ingresos y mejorar la rentabilidad.

Por ejemplo, en el comercio online, el ratio de abandono de la compra durante el proceso de pago «puede alcanzar hasta el

80%, lo que avisa de la importancia de una estrategia de pago clara en este sentido». En las tiendas físicas, el uso de terminales de pago poco eficientes da lugar a una experiencia de compra pobre que repercute en la satisfacción del cliente y, en último término, en el tráfico de clientes a la tienda. Con menos frecuencia, todavía hay comercios, porque es totalmente legal, que colocan un cartel visible especificando el valor mínimo de la compra para poder abonarla con tarjeta



Envíanos tus comentarios, sugerencias, propuestas, opiniones al email apyme@autonomos-ciae.es



P. Cortés - Venta de productos de peluquería

Acabo de empezar mi negocio y se me exige el seguimiento y la anotación del libro de registro de facturas emitidas del cual me gustaría conocer las anotaciones a incluir.

La finalidad del libro es conocer lo que se ha facturado a lo largo de un periodo de tiempo determinado, un trimestre, un año... y contabilizar, así, los ingresos ge-

nerados por tu actividad.

En el libro registro de facturas emitidas debes reflejar la siguiente información: Número de factura y serie. Fecha de emisión y, si es diferente, también la fecha de realización de la operación.

Destinatario de la factura (nombre y apellidos o razón social, y NIF). Base imponible. Tipo de IVA (4%, 10% ó 21%). Importe del IVA.

La Agencia Tributaria exige que la numeración de facturas sea incre-

mental y continua, no permitiendo duplicados ni saltos en la numeración. No obstante, según establece el artículo 63.4 del Reglamento del IVA, la anotación individualizada puede sustituirse por un asiento resumen en el que deberá constar: Fecha o periodo en que se han expedido las facturas. Facturas numeradas correlativamente indicando el número inicial y final de los documentos anotados. Base imponible global. Cuota global conjunta.

El modelo de negocio para el emprendimiento, una opción para el éxito

Convocatoria: Vivero de Pte. Vallecas. Fecha: 11/7/2019, de 10:00 - 14:00.

Los emprendimientos exitosos han definido desde su fundación el modelo de negocio, independientemente de su tamaño, estructura, naturaleza y complejidad para el momento, en la búsqueda de adecuar su organización, procesos y conductas de los trabajadores,

considerando el contexto de cambio en la sociedad, las nuevas necesidades y expectativas del cliente, para asegurar la permanencia en el tiempo.

El modelo de negocio es el establecimiento y relación en forma sistémica de los elementos de emprendimiento, con el fin de alcanzar un sentido de dirección en su

intención y orientación estratégica, a través de una propuesta de valor compartida culturalmente por toda la organización y sus elementos, para obtener un mejor rendimiento tangible e intangible, en su relación con la sociedad y el ambiente.

Objetivos: Proporcionar un mayor conocimiento al participante sobre la importancia tanto en lo estratégico como en lo táctico, que tiene la formulación e implantación del modelo de negocio, tanto para los emprendedores, empresarios, como para las personas que trabajan en él y la relación cliente – proveedor.

Brindar recomendaciones prácticas que permitan al participante en el taller formular su propuesta de modelo de negocio para minimizar la curva de aprendizaje.

Programa:

1. El contexto del negocio
2. El modelo de negocio
3. Propuesta de cara al futuro.

