



MADRID

Coordinación General de la Alcaldía

Dirección Gral. Relaciones Institucionales y Proyectos Estratégicos
Oficina de Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial

MEMORIA DE LA ACTIVIDAD DE PATROCINIO EN EL AYUNTAMIENTO DE MADRID EN EL AÑO 2024



Contenido

1.-PROGRAMA ANUAL DE PATROCINIOS 2024	3
1.1.- MARCO GENERAL Y CONTENIDO.....	3
1.2.- CLASIFICACIÓN DEL PROGRAMA POR UNIDADES DIRECTIVAS RESPONSABLES DE LOS ACTIVOS PATROCINABLES.....	5
1.3.- INCORPORACIÓN DE NUEVAS ACTIVIDADES.	6
1.4.- MECANISMOS DE APOYO A LA GESTIÓN DEL PATROCINIO	7
1.5.- PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DEL PROGRAMA ANUAL DE PATROCINIOS.....	9
2.- ANÁLISIS DE CONTEXTO Y NUEVA ESTRATEGIA.	12
2.1.- SITUACIÓN.....	12
2.2.-OBJETIVOS.....	12
2.3.- RESULTADOS.....	13
3.- ACCIONES DE PATROCINIO DESARROLLADAS DURANTE 2024.	15
3.1.- AYUNTAMIENTO DE MADRID.....	15
3.2.-ORGANISMOS AUTÓNOMOS Y SOCIEDADES MERCANTILES	16
4.- CUADROS RESUMEN DE ACCIONES 2024.	18
4.A.- AYUNTAMIENTO DE MADRID	18
4.B.- ORGANISMOS AUTÓNOMOS: MADRID SALUD	19
4.C.- EMPRESAS MUNICIPALES: MADRID DESTINO, CULTURA, TURISMO Y NEGOCIO, S.A.	19
4.D.- CUADRO GLOBAL DE ACCIONES PATROCINIO Y COLABORACIÓN 2023	20
ANEXO I GRÁFICOS.....	21



1.-PROGRAMA ANUAL DE PATROCINIOS 2024

1.1.- MARCO GENERAL Y CONTENIDO

La **Junta de Gobierno** del Ayuntamiento de Madrid acordó el 25 de enero de 2024 la aprobación del Programa Anual de Patrocinios de la Ciudad de Madrid para 2024, en cumplimiento de lo dispuesto en la Ordenanza reguladora de los patrocinios privados de actividades municipales del Ayuntamiento de Madrid.

El Programa Anual de Patrocinios es el documento que recoge de forma sistematizada aquellas actividades y proyectos que las diferentes unidades y órganos municipales proponen por considerarse potencialmente patrocinables. En su mayoría se trata de proyectos dirigidos a la ciudadanía desarrollados anualmente, propuestas a la que se incorporan nuevas acciones en función de los cambios operados en los programas y planes de actuación de las distintas unidades directivas.

Respecto al volumen de actividades patrocinables incluidas en el Programa 2024, se recibieron un total de **177** iniciativas de las diferentes unidades directivas de las cuales **83** se incluyeron integradas en **9** activos temáticos, principalmente vinculados a Distritos, mientras que 49 constituyen propuestas singulares para marcas y empresas. El total de propuestas fue en definitiva de **58**, (49 + 9) quedando otras **45** iniciativas planteadas por los gestores en el Anexo al Programa denominado "cartera de propuestas a estudio".

El conjunto de activos por tanto incorporado al PAP24, a propuesta de las unidades gestoras del Ayuntamiento, **58**, se ha incrementado posteriormente hasta 64 por la inclusión durante el año de nuevas acciones a petición de diferentes unidades directivas, más adelante descritas.

Los activos patrocinables incluidos en el programa son de naturaleza diversa y se agruparon sistematizados en torno a cuatro **líneas estratégicas**, a fin de identificar objetivos compartidos con el sector privado empresarial, y a los que vincular las diferentes acciones patrocinables. Estos grandes grupos o categorías han sido las siguientes

A.- CULTURA Y TURISMO

- Proyectos de actividades que contribuyan a crear espacios culturales y de entretenimiento en los que las marcas pueden estar presentes y ofertar experiencias que añadan valor a la participación de los asistentes.



B.- SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN

- Proyectos municipales en los que participen marcas que quieran apoyar el desarrollo de proyectos directamente vinculados con la sostenibilidad, la innovación y el desarrollo empresarial.

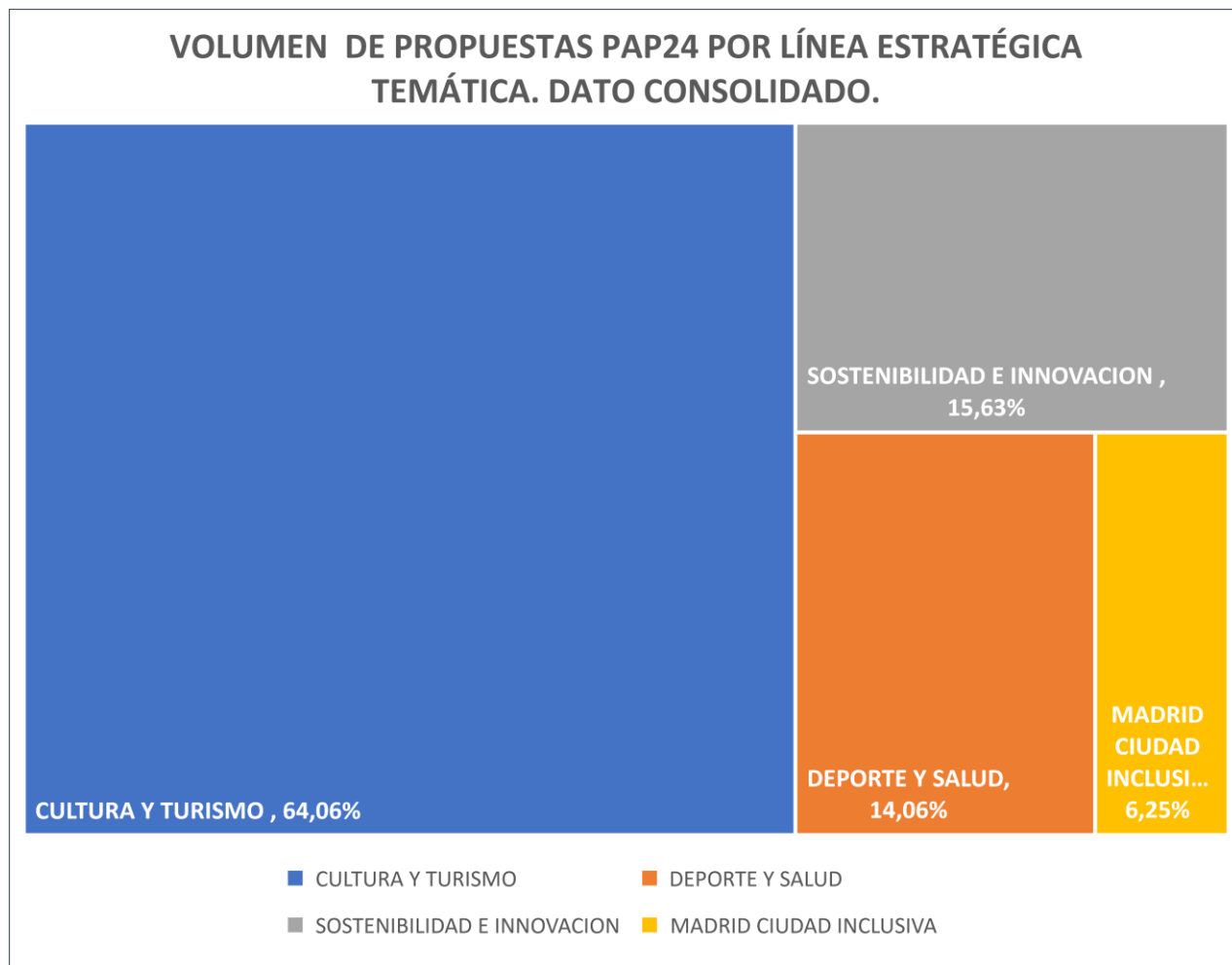
C.- DEPORTE Y SALUD

- Proyectos atractivos para que una marca apueste por el patrocinio de competiciones y centros deportivos, así como actividades de prevención y promoción de la salud.

D.- MADRID, CIUDAD INCLUSIVA

- Proyectos dirigidos a la mejora de la calidad de vida de personas con necesidades singulares de distinto carácter: comunidad escolar, accesibilidad universal, personas mayores, soledad no deseada, convivencia con mascotas, acompañamientos, etc.

La clasificación de activos en 2024 por líneas estratégicas y su porcentaje final consolidado, fue el siguiente:



Se constata que el grueso de actividades patrocinables ofertadas lo integran proyectos culturales donde la programación del Área de Gobierno y la gestión encomendada a la empresa municipal



Madrid Destino Turismo y Negocio SA juegan un papel importante si bien las acciones relacionadas con el deporte y la salud así como con los proyectos que incorporan en diferente grado aspectos relacionados con la innovación, la tecnología y la sostenibilidad ganan cuota en la configuración de las propuestas patrocinables.

1.2.- CLASIFICACIÓN DEL PROGRAMA POR UNIDADES DIRECTIVAS RESPONSABLES DE LOS ACTIVOS PATROCINABLES

La sistematización de la propuesta 2024 por unidades directivas, conforme a la estructura municipal vigente, teniendo en cuenta su número final consolidado de iniciativas incorporadas, fue la siguiente:

ORGANIZADOR	ACTIVOS
ÁREAS DE GOBIERNO	
Área de Cultura, Turismo y Deporte	14
Área de Economía, Innovación y Hacienda	3
Área de Familias, Igualdad y Bienestar Social	2
Área de Medio Ambiente y Movilidad	4
Área de Vicealcaldía, Portavoz, Seguridad y Emergencias	5
Área Delegada de Deporte	7
Área Delegada de Innovación	1
TOTAL ÁREAS DE GOBIERNO	36
DISTRITOS	
	6
Distritos de Arganzuela, Barajas, Carabanchel, Centro, Chamartín, Fuencarral-El Pardo, Hortaleza, Latina, Moncloa-Aravaca, Moraltalaz, Puente de Vallecas, Retiro, Salamanca, San Blas-Canillejas, Tetuán, Usera, Villa de Vallecas y Villaverde (18)	
ORGANISMOS AUTÓNOMOS	
MADRID SALUD	2
EMPRESAS MUNICIPALES	
EMSF	1
EMVS	1
EMT	1
MADRID DESTINO	17
TOTAL SECTOR PUBLICO MUNICIPAL	20
TOTAL ACTIVOS EN PROGRAMA ANUAL	64

A estos criterios verticales se suman, como elemento de identificación, **etiquetas o “tags”** que permiten una búsqueda intuitiva y no jerárquica, ya que las etiquetas, como palabras clave (un activo puede tener varias) crean afinidades transversales de cada activo, vinculado a una única categoría o unidad directiva proponente, pero con relación con otras materias conexas. Treinta y siete etiquetas que permiten encontrar los activos de manera sectorizada y facilitar su localización a través de diferentes criterios de búsqueda en el entorno digital, internet, a través de Madrid.es, donde el Programa se publica, para lograr la máxima difusión entre marcas y empresas.

Las **etiquetas** en 2024 fueron: Comercio, Moda, Medio Ambiente, Movilidad, Sociedad, Cultura, Economía, Música, Danza, Teatro, Cine, Fiestas Tradicionales, Singular, Bienestar, Deporte, Mayores, Salud, Tecnología, Infraestructuras, Jóvenes, Navidades, Carreras, Artes Plásticas, Accesibilidad, Audiovisual, Inclusión, Infancia, Familia, Gastronomía, Fotografía, Turismo, Circo, Performance, Literatura, Arquitectura, Diseño y Animales de compañía.

Lógicamente estas etiquetas varían en función de los activos incluidos a fin de facilitar la localización en la red, vinculadas a conceptos e ideas a destacar de los activos concretos que conforman el programa de cada año.

1.3.- INCORPORACIÓN DE NUEVAS ACTIVIDADES.

Es habitual que a lo largo del año se formulen nuevas propuestas de actividades para su incorporación al Programa. Estas, tras su estudio, son incluidas en la categoría correspondiente, previa evaluación y conformidad por parte de los integrantes de la Comisión Técnica de Patrocinios.

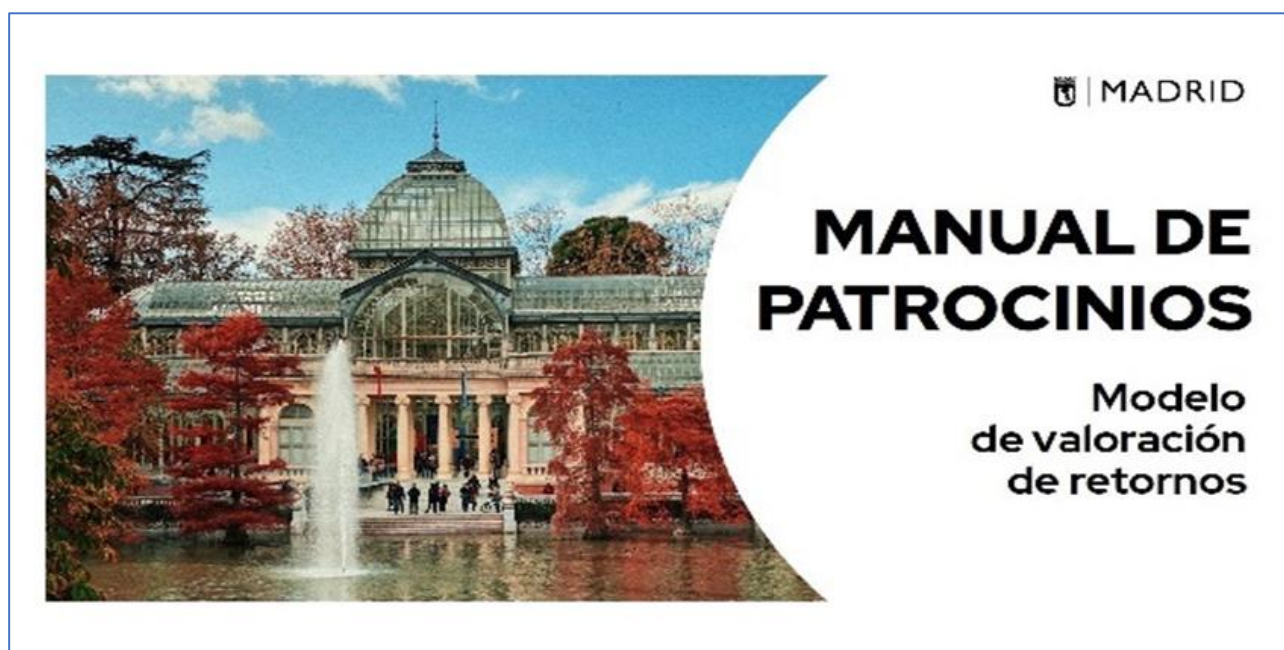
Durante 2024, a las 58 actividades iniciales, se sumaron, a propuesta de Áreas despecificadas y de diversos Distritos, 6 nuevas acciones para formar parte del Programa Anual de Patrocinios:

- Cultura, Turismo y Deporte
 - Restauración de la Fuente de Neptuno
- Seguridad y Emergencias:
 - XXVI Jornadas municipales sobre Catástrofes
 - I Jornada Nacional de Responsables de Formación de Servicios de Emergencias
 - III Foro de Emergencia Española
- Políticas Sociales, Familias e Igualdad:
 - Robots para personas con soledad no deseada
- Área Delgada de Deporte y Distritos:
 - Suministro de Material Deportivo en Instalaciones Deportivas

1.4.- MECANISMOS DE APOYO A LA GESTIÓN DEL PATROCINIO

Durante 2024 han estado a disposición de los gestores municipales, los servicios y herramientas seguidamente descritos para la gestión del patrocinio

A.- El Manual de Patrocinios, una guía práctica para la gestión del patrocinio, con ejemplos y descripciones detalladas de los diferentes retornos, de imagen, comerciales e institucionales posibles, a definir por las unidades gestoras para los diferentes activos ofertados, así como la forma de evaluarlos y materializarlos.



B.- La herramienta de valoración de retornos, hoja de cálculo en formato Excel, específicamente creada para calcular las potenciales contraprestaciones ofrecidas a las entidades patrocinadoras, en supuestos concretos de tramitación de acuerdos de patrocinio. Dicha herramienta, actualizada periódicamente mediante un trabajo técnico de adaptación de sus coeficientes y valores de referencia a los precios y condiciones de mercado, viene utilizándose para la redacción de diferentes convenios por distintas unidades directivas con la colaboración de la Oficina de Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial.



MODELO | FÓRMULA PARA LA VALORACIÓN DE LOS RETORNOS

GUÍA DE CUMPLIMENTACIÓN

Completa todas las casillas de color amarillo para realizar la valoración de los retornos que estés contemplando.

Actividad	Especificar denominación según PAP o nombre de la actividad							
VALORACIÓN ECONÓMICA	1. VALORACIÓN TOTAL - RETORNOS TANGIBLES		La suma de todos los retornos valorados a continuación con la aplicación de una metodología de valoración económica en base a las tarifas aplicadas en el mercado para la contratación de contraprestaciones similares.			0,00 €		
	2. IMPACTO DE LOS RETORNOS INTANGIBLES EN LA VALORACIÓN ECONÓMICA DEL PATROCINIO					COEFICIENTE MÁS ALINEADO:		
	Suma de retornos "no monetarios" (sin presencia física ni soporte material) capaces de generar valor para la empresa patrocinadora (la inversión en el patrocinio considerado genera una asociación a una actividad municipal que remarcan el compromiso social de la empresa patrocinadora con los criterios ESG y otros parámetros de sostenibilidad y gestión responsable).					COEFICIENTE A APLICAR A LA VALORACIÓN TOTAL DE LOS RETORNOS TANGIBLES		
	Poner coeficiente en %							
	Escenario 1_ Base:	EL PATROCINIO INCLUYE SIEMPRE POR CONSTITUIRSE UN RETORNO INTAGIBLE BÁSICO POR EL DERECHO DE DENOMINACIÓN Y DE USO DEL LOGO.			10%	VALOR TOTAL DEL PATROCINIO		
	Escenario 2_ El patrocinio incluye alguno de los siguientes retornos:	DERECHO DE CUSTOMIZACIÓN	ENTRADAS Y HOSPITALIDADES	ACCESO Y USO DE LOS ESPACIOS MUNICIPALES	- EXCLUSIVIDAD - OPORTUNIDADES DE NETWORKING Y DE NEGOCIO - ELABORACIÓN DE MERCHANDISING	15%	0,00 €	
Escenario 3_ El patrocinio incluye al menos 2 de los siguientes retornos:	NAMING RIGHTS	INVITACIONES A ACTOS INSTITUCIONALES Y RECONOCIMIENTO	RECONOCIMIENTO OFICIAL	VISIBILIDAD DE MARCA EN RUEDA DE PRENSA	20%			
▼ VALORACIÓN DE CADA RETORNO TANGIBLE ▼								
Retorno comercial	Accion promocional	Especificar	Completar con información adicional si es útil para identificar y concretar el retorno considerado.					
Unidad	A. MERCADO		B. DATOS TANGIBLES		C. COEFICIENTES DE CONTEXTUALIZACIÓN			
	Precio de Análisis	Superficie	Duración	Alcance	Estacionalidad	Prestigio	VALOR DE MERCADO CONTEXTUALIZADO	
	€	m2	Día	Impactos diarios	Coeficiente	Coeficiente	€	
	Total	0,009287220464	Completar	Completar	Completar	Poner coeficiente	Poner coeficiente	
	Observaciones	Completar	Completar	Completar	Incremento del tráfico peatonal (afluencia) en el periodo de la actividad	Valor simbólico y cohesionante del activo en el marco de la ciudad de Madrid		

C.- Modelo de convenio de patrocinio: Un documento tipo estandarizado, en base al que redactar cualquier convenio de patrocinio, que incluye dos anexos técnicos: aportaciones de la marca y retornos comprometidos por el Ayuntamiento, que pretende facilitar los acuerdos entre las diferentes unidades directivas del Ayuntamiento de Madrid y empresas, marcas y entidades para el patrocinio de proyectos, actividades, servicios o eventos en el marco del Programa Anual de Patrocinios y al que pueden acogerse estas para formalizar acuerdos con potenciales patrocinadores. Es un documento que define un cuerpo común en base al régimen jurídico aplicable y que identifica, en sus anexos I y II, de forma pormenorizada los elementos variables a concretar respecto su objeto y obligaciones recíprocas: aportaciones y retornos, respectivamente.



Estas herramientas se encuentran publicadas en AYRE para su uso directo por el personal de las unidades directivas del Ayuntamiento de Madrid que lo precisen, dentro la siguiente ruta: Ayre/Gestión Municipal/Patrocinios

The screenshot displays the 'Intranet Ayuntamiento de Madrid' interface. At the top, there's a header with the 'ayre' logo and navigation links: 'Ayuntamiento', 'Áreas de actividad', 'Mi área personal', and 'Mis aplicaciones'. Below this, a secondary navigation bar shows 'Gestión municipal' and 'Patrocinios'. The main content area features a blue banner with the title 'Patrocinios: Manual, valoración de retornos y modelo de convenio' and the subtitle 'OFICINA DE PROYECTOS ESTRATÉGICOS Y PARTICIPACIÓN EMPRESARIAL'. The date '03/01/2024' is also visible. Below the banner, three document cards are listed: 'Manual de Patrocinios' (PDF, 5 Mb), 'Herramienta de valoración de retornos' (XLS, 38 Kb), and 'Modelo de convenio de patrocinio' (DOC, 238 Kb).

Estos recursos constituyen un instrumento de apoyo accesible que permite normalizar la valoración de activos patrocinables y facilita la labor del personal del Ayuntamiento de Madrid a la hora de elaborar, diseñar y comercializar todas aquellas acciones que forman parte del Programa Anual de Patrocinios, así como ofrecer unos criterios objetivos a seguir para la aprobación de patrocinios, facilitando la toma de decisiones.

1.5.- PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DEL PROGRAMA ANUAL DE PATROCINIOS

En cumplimiento de lo que prevé el artículo 14.4 de la Ordenanza Reguladora de los Patrocinios Privados de Actividades Municipales del Ayuntamiento de Madrid, con el fin de garantizar los principios de acceso, publicidad, transparencia e igualdad, y con independencia de su publicación oficial en el Boletín del Ayuntamiento de Madrid, toda la información relevante y las actividades y proyectos susceptibles de patrocinio, está disponible en la web corporativa "madrid.es" y dentro



actualmente del canal “Oficina de Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial” de la Dirección General de Proyectos Estratégicos y Relaciones Institucionales, de la Coordinación General de la Alcaldía.

Asimismo, el Portal de Transparencia del Ayuntamiento de Madrid publica anualmente el Programa Anual de Patrocinios y la Memoria Anual de Patrocinio y Colaboración Empresarial, a fin de dar la máxima difusión a dichos documentos por todos los canales institucionales disponibles.

En Madrid.es, se encuentra disponible el documento interactivo de presentación pública al mercado de las actividades y proyectos municipales susceptibles de patrocinio. La finalidad del diseño de este canal es facilitar a posibles empresas y entidades patrocinadoras interesadas el acceso, búsqueda y localización sencilla de los diversos activos patrocinables que lo integran. Y contiene aquellos datos relevantes de la actividad o proyecto municipal que interesan a potenciales patrocinadores

Portal web del Ayuntamiento de Madrid

Sede Electrónica Actualidad **El Ayuntamiento** Distritos Oposiciones Contacto

PROGRAMA ANUAL DE PATROCINIOS DE LA CIUDAD DE MADRID

En portada Gobierno El Pleno Alcaldía Organización municipal Gobierno abierto Publicaciones y Convocatorias Medios de comunicación

Lo más visto 1 Patrocinio de la Navidad 2024 y c... / Patrocinio de las XXVI Jornadas M... / Patrocinio de las Fiestas de San ...

El Ayuntamiento > Programa anual de Patrocinios de la Ciudad de Madrid

Programa anual de Patrocinios de la Ciudad de Madrid

Portada

- Todas las actividades del programa anual de patrocinios
- Actividades del programa por categorías
- Nuevas actividades incorporadas al Programa 2024
- Aprobación oficial del Programa 2024
- Ordenanza reguladora

¿Qué ofrece el patrocinio de actividades y proyectos municipales a marcas y empresas?
[Más Información](#)

Todas las actividades del programa anual de patrocinios

Sostenibilidad e Innovación

Cultura y Turismo

LINEA MADRID CHAT ONLINE ASISTENTE VIRTUAL



El formato de la información publicada en la web corporativa permite una búsqueda interactiva incorporando parámetros de filtrado: temática, ámbito territorial, estacionalidad... y un campo de texto libre, así como sugerencias de tags o palabras clave, lo que permite a entidades y marcas seleccionar por criterios diversos y de forma más precisa, activos en función de su respectivo ámbito de interés.

Portal web del Ayuntamiento de Madrid

Sede Electrónica Actualidad **El Ayuntamiento** Distritos Oposiciones Contacto

PROGRAMA ANUAL DE PATROCINIOS DE LA CIUDAD DE MADRID

En portada Gobierno El Pleno Alcaldía Organización municipal Gobierno abierto Publicaciones y Convocatorias Medios de comunicación

Lo más visto Patrocinio de la Navidad 2024 y c... / Patrocinio de las XXVI Jornadas M... / Patrocinio de las Fiestas de San ...

El Ayuntamiento > Programa anual de Patrocinios de la Ciudad de Madrid > Todas las actividades del programa anual de patrocinios

Suscribirse

Todas las actividades del programa anual de patrocinios

← Volver

Portada

Todas las actividades del programa anual de patrocinios

Actividades del programa por categorías

Nuevas actividades incorporadas al Programa 2024

Aprobación oficial del Programa 2024

Ordenanza reguladora

Filtrar los resultados del listado

¿Qué buscas?

Texto a buscar Distrito

Desde (dd/mm/aaaa): Hasta (dd/mm/aaaa):

Buscar

Es posible buscar selectivamente actividades mediante la opción "filtrar resultados". Las opciones disponibles son: **distrito, fechas de celebración y texto libre**.

En texto libre se recomienda buscar por **título, organizador** o utilizar uno o varios de estos **tags (etiquetas)**:

Accesibilidad, Animales de compañía, Arquitectura, Arte, Artesanía, Atletismo, Bienestar, Carnaval, Carreras, Centros deportivos, Cine, Comercio, Competiciones deportivas, Conciertos, Concurso, Cultura, Danza, Deporte, Ejercicio, Emergencias, Entretenimiento, Exposiciones, Festivales, Fiestas, Inclusión, Infancia, Infraestructuras, Innovación, Instalaciones deportivas, Jóvenes, Luces, Magia, Mascotas, Mayores, Medio ambiente, Moda, Movilidad, Mundial, Música, Navidad, Prevención de enfermedades, Rugby, Salud, Seguridad vial, Solidaridad, Sostenibilidad, Textos, Torneos, Transportes, Turismo, Urbanismo, Videoclips, Zonas Verdes.

LINEA MADRID
CHAT ONLINE
ASISTENTE VIRTUAL

Como a continuación se detalla, al analizar la nueva estrategia implementada, la información publicada en la web corporativa y los boletines oficiales se verá incrementada en los próximos programas a través del diseño y ejecución de campañas específicas.



2.- ANÁLISIS DE CONTEXTO Y NUEVA ESTRATEGIA.

2.1.- SITUACIÓN.

El volumen de la actividad de patrocinio culminada por parte de las diferentes unidades gestoras municipales venía registrando una tendencia de disminución durante varios años, constatada en las Memorias elaboradas anualmente.

Esta tendencia tiene su origen en diversos factores. Respecto a los de carácter **externo**, el patrocinio se ve afectado por cambios de carácter estructural en los modelos de comunicación de las empresas, en los cuales las redes sociales y los canales digitales tienen un peso cada vez mayor en detrimento de formatos basados en la visibilidad en el espacio público, como lo es mayoritariamente hasta la fecha, el patrocinio ofrecido por el Ayuntamiento de Madrid.

El mercado publicitario, por tanto, se está reorientando hacia **medios de comunicación digital**, tendencia que se debe tener en cuenta a la hora de definir los retornos ofertados por el Ayuntamiento en la búsqueda de patrocinios. Así los proyectos patrocinables, en los que ello resulte viable y adecuado, deben identificar acciones que incluyan la comunicación digital en canales institucionales, tanto para favorecer la difusión de la propia actividad y del patrocinio alcanzado, como para generar interés en potenciales patrocinadores.

Pero, por otro lado, el mercado presenta una tendencia al aumento del porcentaje de recursos destinados por las marcas a **acciones especiales**, entre las se incluyen los activos que el Ayuntamiento oferta, en detrimento de los canales convencionales de publicidad, como televisión, cine, prensa o radio. Este nuevo reparto de la “tarta publicitaria” constituye una oportunidad para el patrocinio privado de los proyectos institucionales que el Ayuntamiento de Madrid promueve, siempre que se activen los elementos necesarios para su encaje en los intereses de marcas y empresas.

2.2.-OBJETIVOS

Asimismo, a raíz del **estudio de diagnóstico** realizado durante 2023, se detectaron una serie de factores internos que inciden en la tendencia descrita, y que debe ser revertida y para lo cual se define por la Oficina de Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial una nueva estrategia para el patrocinio en la organización municipal realista pero ambiciosa, técnicamente sólida y atractiva para marcas y empresas potenciales patrocinadoras implementada durante 2024 y que tuvo como principales señas de identidad y **objetivos** los siguientes:

A.- Vinculación de los proyectos patrocinables a líneas estratégicas de ciudad que refuercen la proyección pública de la marca ciudad en los ámbitos de 1.- Cultura y Turismo, 2.- Deporte y Salud, 3.- Sostenibilidad e Innovación, y 4.- Madrid, Ciudad Sostenible.



B.- INCREMENTO del patrocinio de proyectos y actividades municipales, tanto en número de acuerdos como en importes obtenidos, identificando en colaboración con las unidades gestoras, proyectos estratégicos municipales susceptibles de ser financiados total o parcialmente mediante colaboración público-privada a través del patrocinio para alcanzar un porcentaje de patrocinios razonable como vía de financiación alternativa o complementaria al presupuesto público.

C.- CONCENTRACIÓN: Agrupar en activos comercializables unitarios o categorías (Reyes, Fiestas, Competiciones Deportivas), el conjunto de acciones propuestas por unidades gestoras, preferentemente Distritos, de cara a ofrecer a las marcas proyectos unificados que incorporen propuestas enfocadas a desarrollar acciones comunes sobre diferentes espacios y territorios, incrementando su comerciabilidad.

D.- ORIENTACIÓN AL MERCADO y alineación con los intereses de las empresas: incremento del atractivo de las propuestas para marcas y empresas al alinearse con sus objetivos (interés estratégico, área de responsabilidad de marca, impacto sobre audiencias, etc y definiendo, sobre criterios de mercado, los retornos ofertados, institucionales, comerciales y de visibilidad de marca, claros y en equilibrio respecto a la aportación solicitada.

E.- COMUNICACIÓN: Reforzar la comunicación y difusión del Programa tanto entre marcas y agencias como entre unidades gestoras municipales para dar a conocer la potencialidad e interés de los activos incluidos en el Programa.

F.- APOYO A LA GESTIÓN: a) actualizando y difundiendo las herramientas técnicas de gestión interna: manuales de patrocinio, modelos jurídicos de colaboración: convenios y contratos, bases de cálculo para la valoración de retornos, etc y b) dando asistencia permanente desde la Oficina de Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial tanto a unidades gestoras como a marcas y empresas, profesionalizando la comercialización del programa mediante la gestión de una agencia especializada en materia de patrocinio.

2.3.- RESULTADOS.

En aplicación del Plan de Acción diseñado, de acuerdo a las líneas estratégicas definidas, y resultado de la actividad desarrollada durante el año, puede concluirse, en síntesis, lo siguiente:

1.- Respecto al objetivo B de la estrategia, vinculado al **incremento de la actividad**, puede señalarse que se ha logrado modificar la tendencia descendente registrada en la actividad de patrocinio de los últimos años lográndose un incremento del **101%** en los recursos obtenidos mediante patrocinio en el conjunto de la organización municipal que contrastan con las reducciones del 56% y 27% registradas en los dos ejercicios precedentes, respectivamente.

2.- Con referencia a la línea estratégica C, **concentración** de propuestas, solo indicar que un total de 83 iniciativas, se han presentado al mercado de manera integrada, en 9 activos unitarios. De estas, 6 propuestas corresponden a los Distritos, ofertándose integradas un conjunto de 75 actividades, en muchos casos homogéneas, que estos desarrollan, relacionadas con la Navidad, los festejos, las competiciones deportivas, la promoción cultural, el cine de verano, o la mejora de las instalaciones

deportivas etc. Las opciones de captar el interés de las marcas se incrementan al ofertarse la posibilidad de conveniar un patrocinio en diversos ámbitos territoriales mediante un único acuerdo.

Debe destacarse al respecto la suscripción de un convenio único para el patrocinio del cine de verano en 6 ámbitos diversos de la ciudad, en Tetuán, Chamartín, Carabanchel, Moncloa-Aravaca, Retiro y Puente de Vallecas, y que por primera vez vincula en un único acuerdo a un patrocinador, en este caso, Amazon Prime, y a 6 unidades directivas municipales, Distritos y que abre la puerta por su novedad, a viabilizar nuevos acuerdos que sumen diferentes órganos municipales unidos por un interés común para el desarrollo conjunto de actividades patrocinadas en la ciudad.

3.- Con referencia a la **orientación al mercado**, objetivo D, hay que mencionar que la colaboración de la Agencia Profesional **Universal Mccann**, adjudicataria del contrato abierto 2023/300/00818 relativo al servicio de gestión, difusión y comercialización del Programa Anual de Patrocinios, ha resultado de gran utilidad. En tal sentido esta entidad ha desarrollado un trabajo técnico minucioso y relevante de identificación de los retornos comercialmente factibles para cada tipo de propuesta incluida en el programa, definiéndose estas en las fichas graficas publicadas y a disposición de empresas y marcas. Debe significarse que la definición los retornos vinculados a los planes de comunicación, convencional y digital, se refuerzan como elemento clave para la captación de patrocinios.

4.- En relación con la mejora de la **comunicación**, objetivo E, hay que decir que durante 2024 por razones de oportunidad y en base al diagnóstico realizado, se ha reformulado el formato y las acciones de comunicación a desarrollar dentro del marco contractual anteriormente referenciado. En tal sentido se ha definido, por primera vez, el diseño y ejecución de una campaña de comunicación digital en medios especializados y generalistas en relación con el Programa Anual de Patrocinios y las propuestas que incorpora.

Así, la adjudicataria presentó un **plan de difusión** de dicha campaña en medios por plazo de un mes, atendiendo a las características específicas de los sectores económicos y empresariales destinatarios. Dicha acción incorpora la definición de públicos objetivos, el diseño de mensajes online a agencias y marcas, la gestión de la base de datos de potenciales patrocinadores y los mecanismos de respuesta y comunicación bidireccional eficaces para obtener el impacto deseado en marcas y empresas, desarrollada durante 2024 para su implementación coincidiendo con la aprobación y publicación del Programa Anual de Patrocinios de la Ciudad de Madrid para 2025.

5.- Por ultimo y con respecto al **Apoyo a la Gestión**, objetivo F, significar que desde los servicios de la Oficina de Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial se han prestado asesoramiento directo y apoyo a las todas las unidades directivas que lo han solicitado, para la elaboración de valoraciones y el desarrollo de diferentes acuerdos de patrocinio concretos, como el culminado con motivo de la restauración de la **Fuente de Neptuno** con la multinacional L'Oréal que ha supuesto un hito relevante en el proceso de normalización tanto del proceso de gestión e informe, como de los modelos e instrumentos aprobados para el patrocinio dentro de la organización municipal.

Asimismo, la agencia adjudicataria, Universal Mccann ha desplegado una intensa y eficaz labor, manteniendo múltiples contactos y colaboración permanente con las unidades gestoras que lo han precisado, tanto para facilitar la identificación de oportunidades, como para la evaluación de



aportaciones y retornos y la concreción de acuerdos viables, labor que ha sido decisiva para culminar el acuerdo “multidistrito” para el patrocinio de cines de verano en 6 Distritos o el alcanzado entre Dyson y el Distrito de Chamartín para el patrocinio de actividades deportivas en el Distrito.

3.- ACCIONES DE PATROCINIO DESARROLLADAS DURANTE 2024.

Como se ha indicado, durante el ejercicio 2024 se ha obtenido un volumen económico de **918.992€**, un **101%** superior al dato registrado en 2023. Las acciones que han logrado patrocinio fueron 25 y el número de empresas y marcas que han colaborado en los diferentes proyectos ha sido de **85**, frente al dato de 44 obtenido en 2023, lo que representa un incremento del 93%.

Se confirma, por tanto, una clara recuperación del interés en la colaboración y en las aportaciones realizadas por parte de marcas y empresas, especialmente en lo que respecta a unidades directivas del Ayuntamiento que se incrementa en cuanto a recursos obtenidos de 84.306 € a 403.506 €, un **379%**. En el caso del sector público municipal, con Madrid Destino, Cultura, y Turismo y Negocio, SA como entidad que concentra la totalidad de los acuerdos, experimenta con 490.792 obtenidos un crecimiento del **39%** respecto al dato registrado en 2023.

El detalle de los datos sobre el objeto, las empresas participantes y valoración económica de los convenios y contratos de patrocinio y colaboración empresarial efectivamente culminados durante el ejercicio 2024 en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid y las entidades que lo integran, se detallan a continuación.

3.1.- AYUNTAMIENTO DE MADRID

Área de Gobierno de Vicealcaldía, Portavoz, Seguridad y Emergencias

- Convenio de colaboración entre el Área de Gobierno de Vicealcaldía, Portavoz, Seguridad y Emergencias y **Ahorramás, S.A.**, con motivo de la celebración de la **III Carrera Popular de San Juan**. (11.641€)
- Convenio de colaboración entre el Área de Gobierno de Vicealcaldía, Portavoz, Seguridad y Emergencias y **Siemens Healthcare, S.L.**, con motivo de la celebración de la **IV Jornada Nacional de Analítica Sanguínea en Emergencias**. (11.000€)
- Convenio de patrocinio entre el ayuntamiento de Madrid, Dirección General de Samur-Protección Civil y la entidad Laerdal España SLU, con motivo de la celebración de **la Jornada Nacional de Responsables de Formación de los Servicios de Emergencias** (11.000€)
- Convenio de patrocinio entre el ayuntamiento de Madrid, Dirección General de Samur-Protección Civil y distintas entidades para la **celebración de la XXVI Edición de las Jornadas Municipales de**



Catástrofes organizadas por el Ayuntamiento de Madrid, Dirección General de Samur-Protección Civil (40.000€)

- Convenio de patrocinio entre el Ayuntamiento de Madrid, Dirección General de Samur-Protección Civil y las entidades **Hospital Hispania, Servitornix C Torres Moreno SL, Zoll Medical España SL y Weinmann** para la Celebración del III Foro de la Emergencia Española (30.000€)

Coordinación General de la Alcaldía

- Convenio de colaboración entre la Coordinación General de la Alcaldía y **ZUSUP, S.L. – Sold Out con motivo de la celebración en Madrid de la Exposición “Marvel: Universe Of Super Heroes** (36.696€)
- Convenio de colaboración entre la Coordinación General de la Alcaldía y **THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.U. para la celebración de acciones con motivo de diversos eventos en espacios públicos para la promoción conjunta de la ciudad de Madrid** (68.291€)

Área de Gobierno de Cultura, Turismo y Deporte

- Convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid, Área de Gobierno de Cultura Turismo y Deporte y L’Oreal para la realización de los trabajos de restauración de la Fuente de Neptuno 2024. (129.000€)

Distritos:

- Convenio entre el Ayuntamiento de Madrid, Distrito de Fuencarral-El Pardo, y Asociación de Empresas Mercantiles Madrid 2-La Vaguada para el patrocinio de premios del XV Certamen Nacional de Pintura Rápida Real Sitio de El Pardo. (1.600€)
- Convenio de patrocinio entre el Ayuntamiento de Madrid, Distritos de Tetuán, Chamartín, Carabanchel, Moncloa-Aravaca, Retiro y Puente de Vallecas, y Amazon Prime para el desarrollo de Cine de Verano en diferentes Distritos (9.000€).
- Convenio de patrocinios entre, Distrito de Chamartín y **Magna Global S.A. (DYSON)** para el desarrollo de **programas de actividades de cultura deportiva del Distrito de Chamartín, en el marco del Programa Anual de Patrocinios** (55.278€)

3.2.-ORGANISMOS AUTÓNOMOS Y SOCIEDADES MERCANTILES

Organismo Autónomo Municipal Madrid Salud



- Convenio entre el Organismo Autónomo Madrid Salud y **NOVO NORDISK PHARMA S.A.**, para el patrocinio de actividades para la prevención de enfermedades crónicas – Diabetes tipo II, obesidad , cardiovasculares – dentro del marco del programa ALAS y del proyecto “Cities for Better Health” (13.294€)
- Convenio entre el Organismo Autónomo Madrid Salud y diversos centros veterinarios, para el patrocinio del proyecto Primera consulta veterinaria gratuita para animales adoptados del centro de protección animal (11.400€)

Empresa Municipal Madrid Destino, Cultura Turismo y Negocio S.A.

- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino y las entidades, **Urbaser** (20.000€) , **Lego** (20.000€), **Fundación Universitaria San Pablo-CEU** (20.000€), **Productores de Sonrisas-Circlásica** (40.000€), **MasterCard** (30.000€), **Amazon** (20.000€), **El Corte Inglés** (110.000€), **Paramount** (30.000€) para el desarrollo de las actuaciones realizadas con motivo de la Programación de la Navidad y la Cabalgata de Reyes
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino y la entidad **Heineken-El Águila** para el desarrollo de las actuaciones realizadas en San Isidro 2024. (25.000€)
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino y las entidades **Mitsubishi Nippon Gases** (40.000€) y **Nippon Gases** (15.000€) para el desarrollo de las actuaciones realizadas en Veranos de la Villa 2024.
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino -Centro de Cultura Contemporánea Conde Duque y la entidad **Cervezas Alhambra** para el desarrollo de las actuaciones realizadas en el Centro Conde Duque (7.000 €).
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino – CentroCentro y la entidad **MK2** para el desarrollo de las actuaciones realizadas en Cibeles de cine. (12.000 €)
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino – Matadero Madrid y **Heineken** para el Día Europeo de la Música (30.000€)
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino – Matadero Madrid y **Agencia Audiovisual Freak SL** para el Festival Internacional de Cine Documenta Madrid (6.000€)
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino -Teatro Español y la entidad **Food & Drinks León** para el desarrollo de las actuaciones realizadas en la Producciones Propias (3.190€)
- Contratos de Patrocinio entre la empresa Madrid Destino y **diferentes entidades** para la edición de distintos soportes informativos y promocionales de Madrid: portal *esmadrid.com*, pantallas, revista *esmadrid.magazine* y mapa turismo (62.602 €)



4.- CUADROS RESUMEN DE ACCIONES 2024.

4.A.- AYUNTAMIENTO DE MADRID

UNIDAD DIRECTIVA	ACTIVIDAD PATROCINADA 2023	IMPORTE PATROCINIO		EMPRESA PATROCINADORA
		METÁLICO	ESPECIE	
Área de Gobierno de Vicealcaldía, Portavoz, Seguridad y Emergencias	III Carrera Popular de San Juan		11.641 €	Ahorramás, S.A.
	IV Jornada Nacional de Analítica de Emergencias	11.000 €		Siemens Healthcare, S.L.
	Jornada Nacional de Responsables de Formación de los Servic. de Emergencias		11.000 €	Laerdal España SLU
	III Foro de la Emergencia Española	30.000 €		Hospital Hispania, Servitornix C Torres Moreno SL, Zoll Medical España SL y Weinmann (4)
	XXVI Edición de las Jornadas Municipales de Catástrofes		40.000 €	Distintas entidades (32)
Coordinación Gral. de la Alcaldía Oficina Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial	Madrid de la Exposición "Marvel: Universe Of Super Heroes	24.746 €	11.950 €	ZUSUP, S.L – Sold Out
	Celebración de acciones con motivo de diversos eventos en espacios públicos para la promoción conjunta de la ciudad de Madrid	57.291 €	11.000 €	The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.
Área de Gobierno de Cultura, Turismo y Deporte	Restauración de la Fuente de Neptuno 2024	100.000 €	29.000 €	L'Oreal
Distrito de Fuencarral-El Pardo	XV Certamen de pintura rápida Real Sitio El Pardo		1.600 €	Asociación de Empresas Mercantiles de Madrid 2, La Vaguada
Distritos de Tetuán, Chamartín, Carabanchel, Moncloa-Aravaca, Retiro y Puente de Vallecas	Cine de Verano	9.000 €		Amazon
Distrito de Chamartín	Programas de actividades de cultura deportiva	55.278 €		Magna Global S.A. (DYSON)



4.B.- ORGANISMOS AUTÓNOMOS: MADRID SALUD

UNIDAD DIRECTIVA	ACTIVIDAD PATROCINADA 2023	IMPORTE PATROCINIO		EMPRESA PATROCINADORA
		METÁLICO	ESPECIE	
Madrid Salud	Prevención de enfermedades crónicas – Diabetes tipo II, obesidad, cardiovasculares – dentro del marco del programa ALAS y del proyecto “Cities for Better Health	13.294 €		Novo Nordisk Pharma S.A.
	Primera consulta veterinaria gratuita para animales adoptados del centro de protección animal		11.400 €	Distintas entidades (19)

4.C.- EMPRESAS MUNICIPALES: MADRID DESTINO, CULTURA, TURISMO Y NEGOCIO, S.A.

UNIDAD DIRECTIVA	ACTIVIDAD PATROCINADA 2023	IMPORTE PATROCINIO		EMPRESA PATROCINADORA
		METÁLICO	ESPECIE	
Madrid Destino - Eventos Globales	Cabalgata de Reyes - Carrozas	20.000 €		URBASER
		20.000 €		LEGO
		20.000 €		Fundación U. San Pablo-CEU
			40.000 €	Productores de Sonrisas-Circlásica
		30.000€		MasterCard
		20.000 €		Amazon
		110.000 €		El Corte Inglés
		30.000 €		Paramount
	San Isidro	25.000 €		Heineken- El Águila
	Veranos de la Villa	40.000 €		Mitsubishi Nippon Gases
		15.000 €		Nippon Gases
Madrid Destino - Conde Duque	Desarrollo de las actuaciones realizadas		7.000 €	Cervezas Alhambra
Madrid Destino - CentroCentro	Cibeles de cine	12.000 €		MK2



UNIDAD DIRECTIVA	ACTIVIDAD PATROCINADA 2023	IMPORTE PATROCINIO		EMPRESA PATROCINADORA
		METÁLICO	ESPECIE	
Madrid Destino – Matadero Madrid	Día Europeo de la Música	30.000 €		Heineken
Madrid Destino – Matadero Madrid	Festival Internacional de Cine Documenta Madrid		6.000 €	Agencia Audiovisual Freak SL
Madrid Destino – Teatro Español	Producciones propias		3.190 €	Food & Drinks Leon
Madrid Destino - Soportes Turismo	Portal esmadrid.com	46.099 €		Varios
	Pantallas	9.050 €		Varios
	Mapa turístico	3.700 €		Varios
	Revista esmadrid.magazine	3.753 €		Varios

4.D.- CUADRO GLOBAL DE ACCIONES PATROCINIO Y COLABORACIÓN 2024

2024	Nº	ENTIDADES QUE COLABORAN	IMPORTE METÁLICO	IMPORTE ESPECIE	TOTAL
	ACTIVIDADES				
Ayuntamiento de Madrid	11	45	257.315 €	146.191 €	403.506 €
Organismos Autónomos	2	20	13.294 €	11.400 €	24.694 €
Sector Público Municipal	12	20	434.602 €	56.190 €	490.792 €
TOTALES	25	85	705.211 €	213.781 €	918.992 €

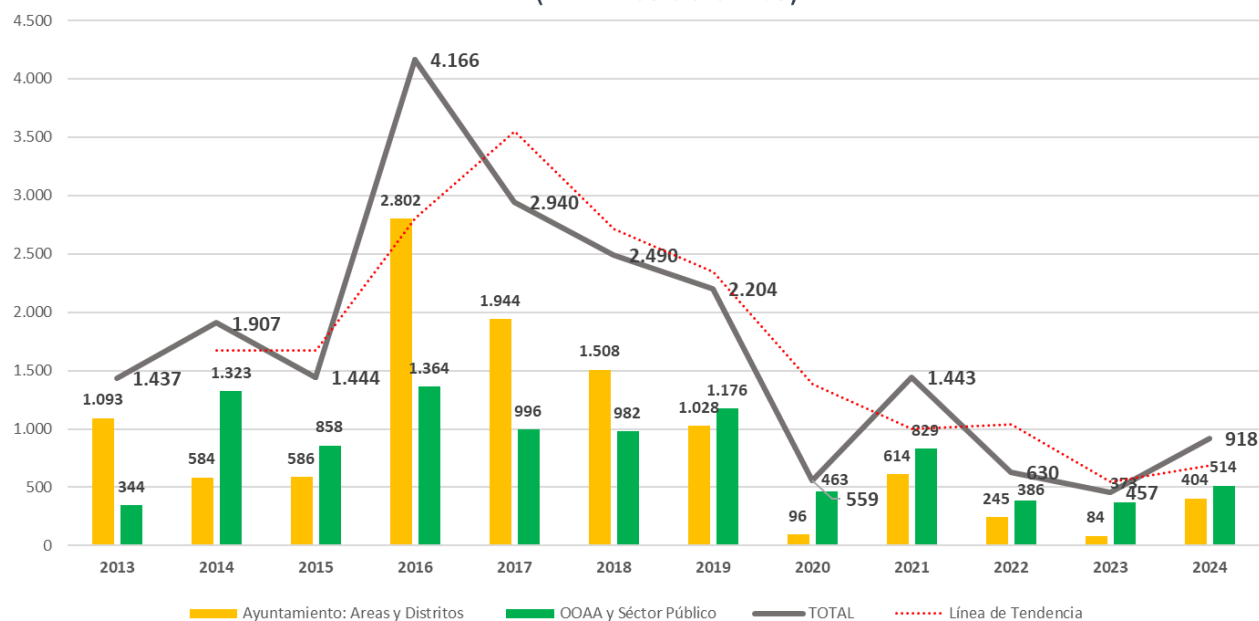
Los datos que figuran en los cuadros que anteceden han sido facilitados por los distintos órganos gestores y entidades participantes

Enero 2025

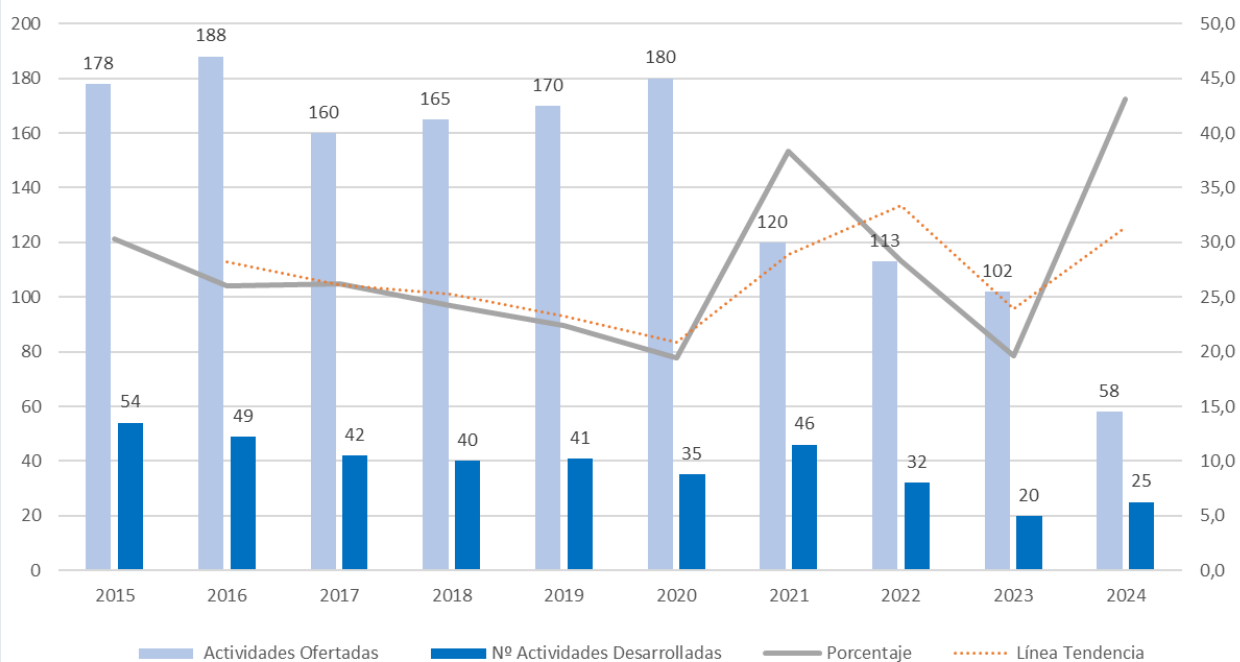


ANEXO I GRÁFICOS

Evolución de importes obtenidos por patrocinio y colaboración 2013-2024
(En miles de euros)



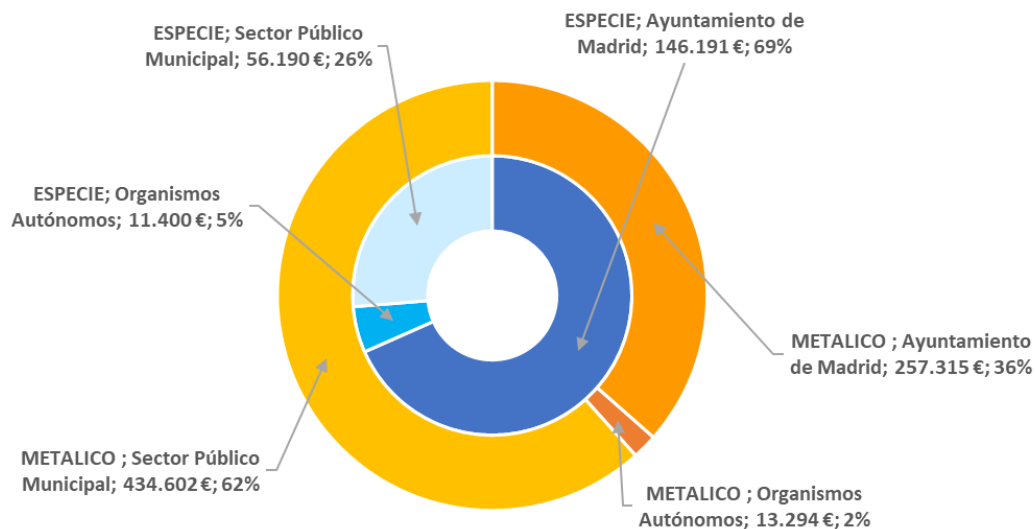
MEMORIA DE PATROCINIO 2024
Actividades Ofertadas, Desarrolladas y Porcentajes Anuales





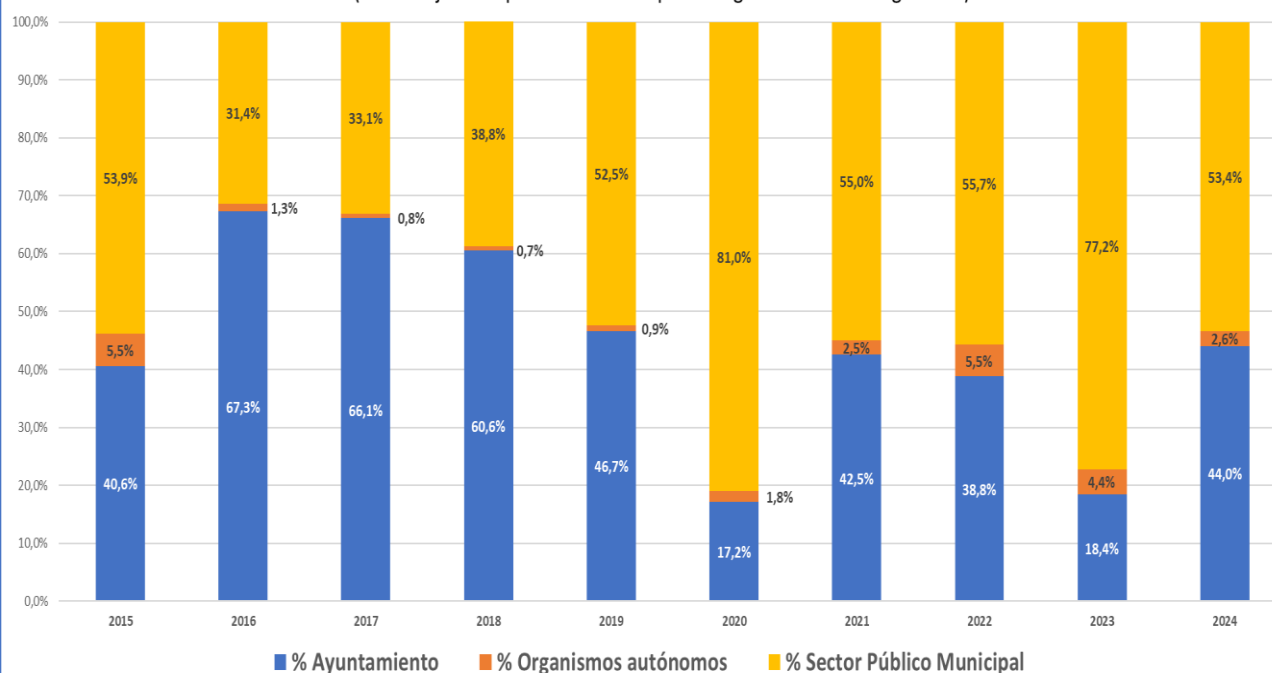
PATROCINIO 2024 POR TIPO UNIDAD GESTORA Y CATEGORIA DE INGRESO

■ METÁLICO 705.211€ ■ ESPECIE 213.781€



MEMORIA DE PATROCINIO Y COLABORACIÓN EMPRESARIAL 2024

(Porcentaje de importes obtenidos por categoría de unidades gestoras)





MADRID

Coordinación General de la Alcaldía

Dirección Gral. Relaciones Institucionales y Proyectos Estratégicos
Oficina de Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial