



MADRID

Coordinación General de la Alcaldía

Oficina de Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial
Dirección General de Relaciones Institucionales y Proyectos Estratégicos

**MEMORIA DE LA ACTIVIDAD DE PATROCINIO Y
COLABORACIÓN EMPRESARIAL EN EL AYUNTAMIENTO DE
MADRID
AÑO 2025**



Contenido

1.-PROGRAMA ANUAL DE PATROCINIOS 2025.....	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	10
2.- ANÁLISIS DE CONTEXTO Y ESTRATEGIA.....	11
2.1.- SITUACIÓN.....	11
2.2.- OBJETIVOS.....	12
2.3.- RESULTADOS.	13
3.- ACCIONES DE PATROCINIO DESARROLLADAS DURANTE 2025.....	19
3.1.- AYUNTAMIENTO DE MADRID	19
3.2.- ORGANISMOS AUTÓNOMOS Y SOCIEDADES MERCANTILES	20
4.- CUADROS RESUMEN DE ACCIONES 2025.....	22
4.A.- AYUNTAMIENTO DE MADRID	22
4.B.- SECTOR PÚBLICO MUNICIPAL: EMPRESAS MUNICIPALES Y ORGANISMOS AUTÓNOMOS	23
4.C.- CUADRO GLOBAL DE ACCIONES DE PATROCINIO Y COLABORACIÓN 2025 ..	24
ANEXO I GRÁFICOS	25



1.-PROGRAMA ANUAL DE PATROCINIOS 2025

1.1.- MARCO GENERAL Y CONTENIDO

La **Junta de Gobierno** del Ayuntamiento de Madrid acordó el 30 de enero de 2025 la aprobación del Programa Anual de Patrocinios de la Ciudad de Madrid para 2025, 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 2025, se recibieron un total, se reciben y estudian 158 propuestas, remitidas por un total de 10 Áreas, OOAA y empresas municipales y 19 Distritos. Planteadas a través de formulario en línea, (nuevas actividades) o comunicación vía correo: 41 son propuestas nuevas: I Premios por el Empleo, Congreso Movilidad Aérea, Fuentes Ornamentales y lámina de agua Templo de Debod, Estanque y Embarcadero del Retiro, etc. Otras 117 Repiten: Cabalgata, Fiestas San Isidro, cines de Verano, carreras populares, veranos de la Villa, 85 propuestas se agrupan temáticamente en 6 activos y otras 15 iniciativas quedan en cartera de propuestas a estudio.

El conjunto de activos incorporado al PAP25, a propuesta de las unidades gestoras del Ayuntamiento, **64**, se ha incrementado posteriormente hasta 68, 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 son los 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.

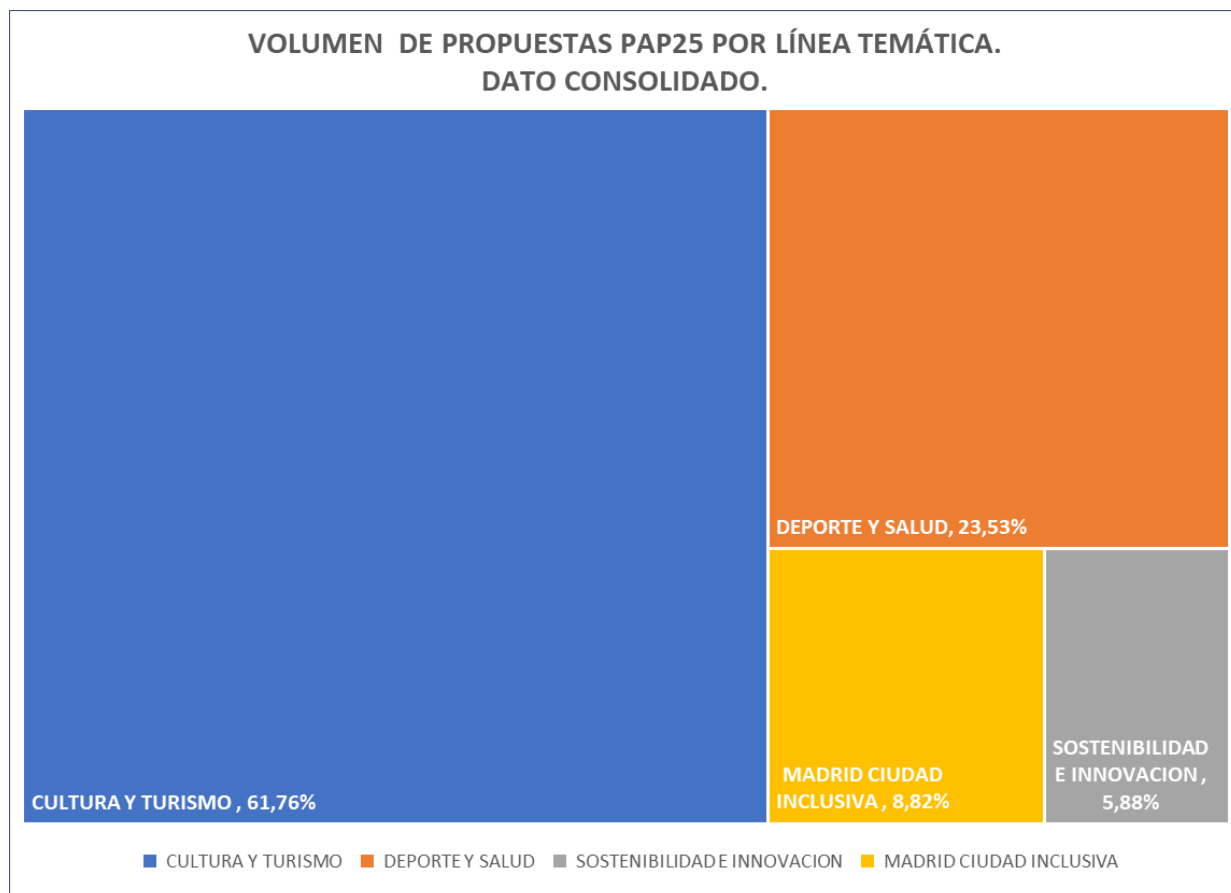
C.- DEPORTE Y SALUD

- Proyectos atractivos para que una marca apueste por el patrocinio tanto de competiciones como de centros deportivos, y también en relación a 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 2025 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 propio Área de Gobierno y la gestión encomendada por esta 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 y que tienen un porcentaje menor en la configuración del conjunto de propuestas patrocinables, quiere potenciarse a fin de diversificar la oferta de proyectos al mercado.

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

La sistematización de la propuesta 2025 por unidades directivas, conforme a la estructura municipal vigente, teniendo en cuenta el número final consolidado de iniciativas incorporadas, fue la siguiente:

ORGANIZADOR	ACTIVOS
ÁREAS DE GOBIERNO	
Área de Cultura, Turismo y Deporte	16
Área de Economía, Innovación y Hacienda	3
Área de Políticas Sociales, Familia e Igualdad	2
Área de Medio Ambiente y Movilidad	4
Área de Vicealcaldía, Portavoz, Seguridad y Emergencias	6
Área Delegada de Deporte	7
Área Delegada de Innovación y Emprendimiento	1
TOTAL ÁREAS DE GOBIERNO	36
DISTRITOS	
Distritos de Arganzuela, Barajas, Carabanchel, Centro, Chamartín, Fuencarral-El Pardo, Hortaleza, Latina, Moncloa-Aravaca, Moratalaz, Puente de Vallecas, Retiro, Salamanca, San Blas-Canillejas, Tetuán, Usera, Villa de Vallecas y Villaverde (18)	7
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	68



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 ocho** etiquetas que permiten encontrar los activos de manera sectorizada y facilitar su localización a través de diferentes criterios de búsqueda en el entorno digital, en internet, a través de Madrid.es, donde el Programa se publica, para lograr la máxima difusión entre marcas y empresas.

Las **etiquetas** en 2025 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 se fijan en función de los activos incluidos a fin de facilitar la localización en la red, vinculadas a conceptos e ideas clave 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 la Comisión Técnica de Patrocinios.

Durante 2025, a las 64 actividades iniciales, se sumaron, a propuesta de Áreas especificadas y de diversos Distritos, 4 nuevas acciones:

- Área de Gobierno de Vicealcaldía, Portavoz, Seguridad y Emergencias:
 - Patrocinio XXIV Campeonato de fútbol 7 de bomberos
- Área de Gobierno de Cultura, Turismo y Deporte:
 - Patrocinio de Refúgiate en la Cultura
 - Patrocinio de la Bienal de Flamenco
- Distritos:
 - Patrocinio de mejora de zonas estanciales de uso público



1.4.- MECANISMOS DE APOYO A LA GESTIÓN DEL PATROCINIO

Durante 2025 ha seguido estando a disposición de los gestores municipales, las herramientas y recursos 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 es el resultado de un trabajo técnico de determinación de coeficientes y valores de referencia en función de los precios y condiciones de mercado, y que resulta de utilidad para la redacción de diferentes convenios por parte de las distintas unidades directivas en 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	
	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				
	A. MERCADO	B. DATOS TANGIBLES			C. COEFICIENTES DE CONTEXTUALIZACIÓN		
	Precio de Análisis	Superficie	Duración	Alcance	Estacionalidad	Prestigio	VALOR DE MERCADO CONTEXTUALIZADO
Unidad	€	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 por una parte y retornos comprometidos por el Ayuntamiento por otra. El modelo 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 e identifica, en sus anexos I y II, de forma pormenorizada los elementos variables a concretar respecto a su contenido relativo a obligaciones recíprocas: aportaciones y retornos, respectivamente.



Estas herramientas se encuentran publicadas en la intranet municipal, 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

Intranet Ayuntamiento de Madrid

ayre Ayuntamiento Áreas de actividad Mi área personal Mis aplicaciones

Gestión municipal Patrocinios

< Volver

Favorito | Compartir | Tamaño de letra

Patrocinios: Manual, valoración de retornos y modelo de convenio

OFICINA DE PROYECTOS ESTRATÉGICOS Y PARTICIPACIÓN EMPRESARIAL

- Manual de Patrocinios PDF 5 Mb
- Herramienta de valoración de retornos XLS 38 Kb
- Modelo de convenio de patrocinio DOC 216 Kb

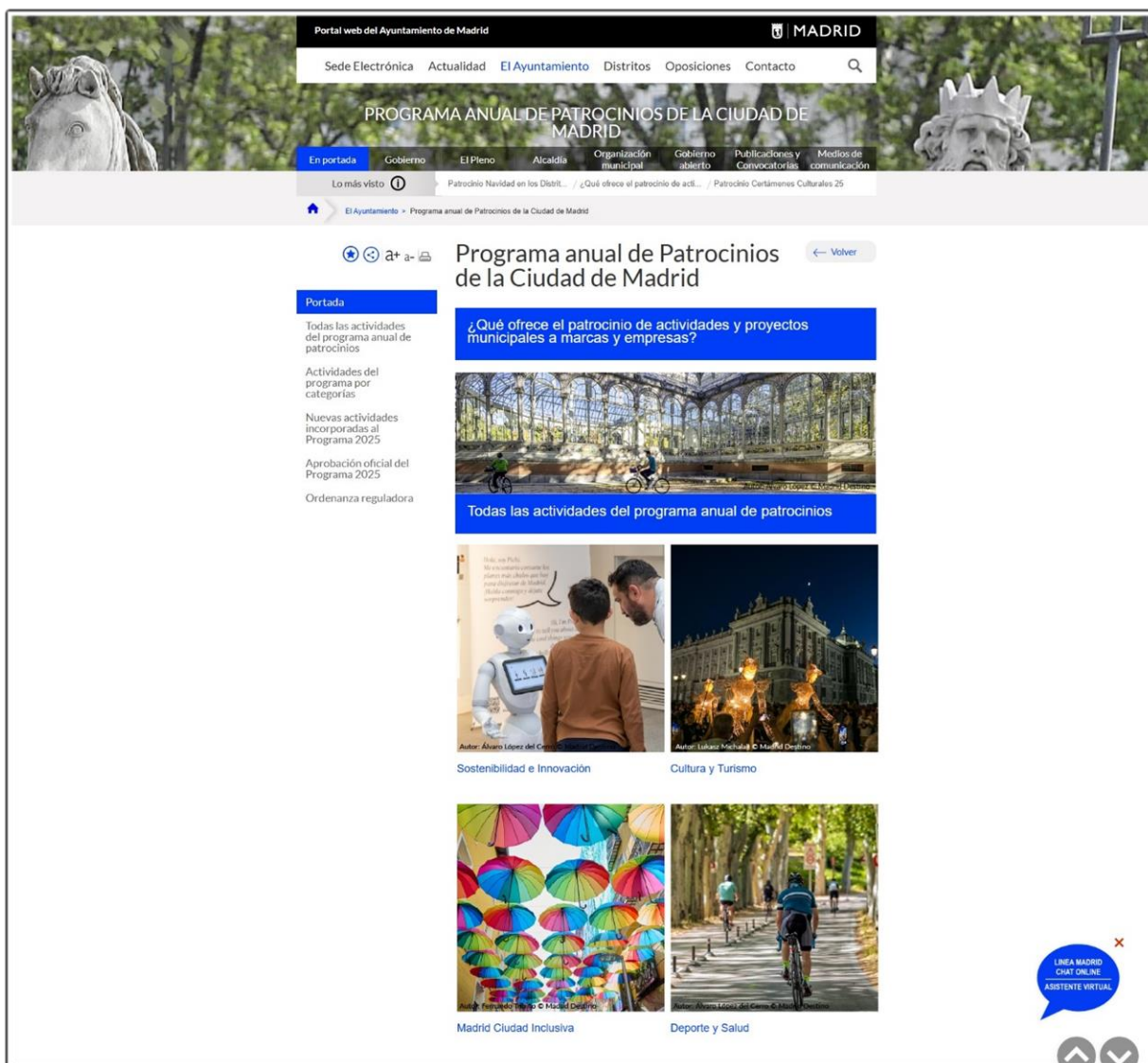
Estos recursos constituyen un instrumento de apoyo accesible que permite normalizar la valoración de activos patrocinables y facilita la labor del personal del Ayuntamiento de Madrid a la hora de elaborar, diseñar y comercializar todas aquellas acciones que forman parte del Programa Anual de Patrocinios, 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", dentro del canal de la "Oficina de Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial" de la Dirección General de Relaciones Institucionales y Proyectos Estratégicos de la Coordinación General de la Alcaldía.

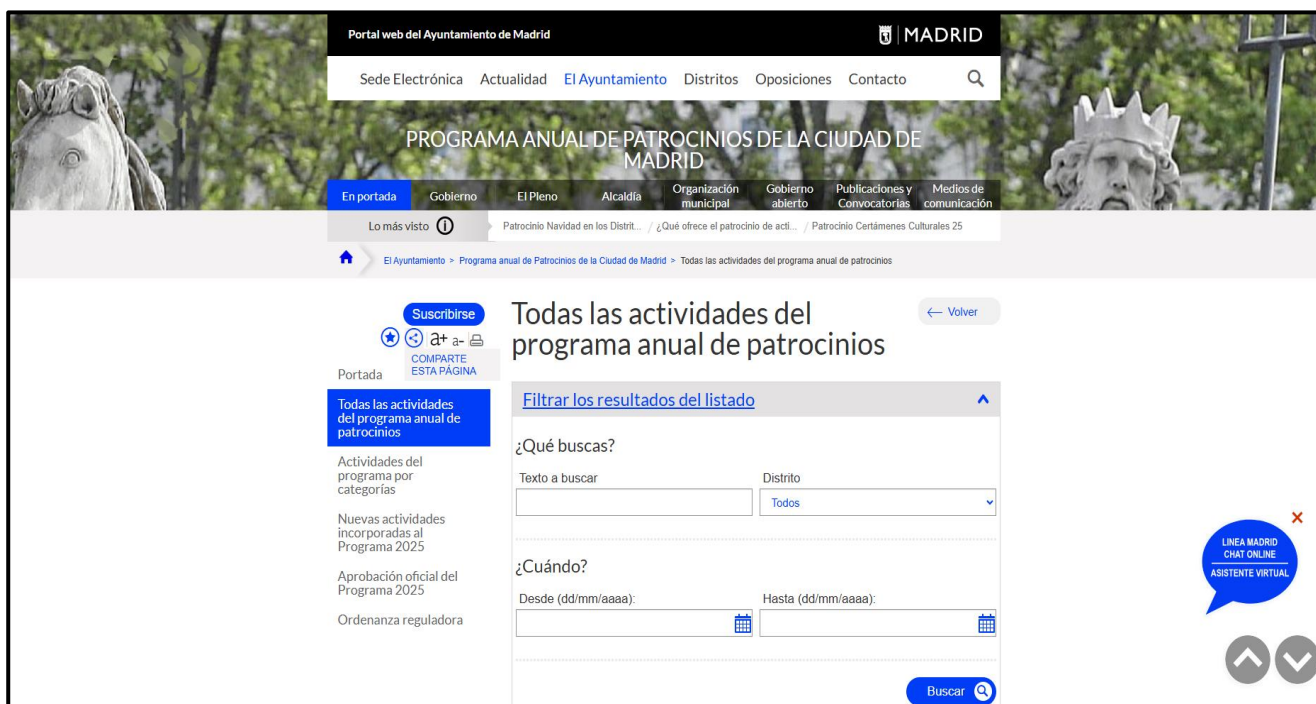
Asimismo, el Portal de Transparencia del Ayuntamiento de Madrid publica anualmente el Programa Anual de Patrocinios y la Memoria Anual de Patrocinio y Colaboración Empresarial, a fin de dar la máxima difusión a dichos documentos por los diferentes canales institucionales disponibles.





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

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. Durante la anualidad 2025 se han registrado un total de 770 visitas, siendo las consultas más repetidas las relativas al patrocinio de actividades culturales, la navidad y cabalgata y la propuesta relativa al estanque del Retiro. Debe destacarse, respecto al posicionamiento en buscadores dentro del portal institucional, que, el Programa de Patrocinios, como argumento de búsqueda en Google se recupera en primer lugar.



2.- ANÁLISIS DE CONTEXTO Y ESTRATEGIA.

2.1.- SITUACIÓN.

Superada en 2024 la tendencia de disminución registrada en años anteriores, con un incremento en dicho ejercicio del **101%** en los recursos obtenidos mediante patrocinio en el conjunto de la organización municipal, debe destacarse, en síntesis, que durante 2025, la nueva estrategia implementada ha permitido que la actividad de patrocinio y colaboración empresarial con visibilidad



de marca culminada por parte de las diferentes unidades gestoras municipales, se haya incrementado de forma relevante alcanzando un **1.876.020** euros, lo que representa un incremento del **104,36%** respecto al ejercicio anterior.

Debe destacarse que 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. Así el mercado publicitario se está reorientando hacia **medios de comunicación digital**, tendencia que debe tener en cuenta a la hora de definir los retornos ofertados por el Ayuntamiento en la búsqueda de patrocinios. En este sentido, los proyectos patrocinarlos, 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**, que pueden vincularse a **muchos de 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

Desde la Oficina de Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial, se viene implementando desde 2024, tras el diagnóstico elaborado, una estrategia para el patrocinio en la organización municipal realista pero ambiciosa, técnicamente sólida y atractiva para marcas y empresas potenciales patrocinadoras que tiene 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 por categorías (Reyes, Fiestas, Competiciones Deportivas), conjuntos 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: Se trata de incrementar el 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 este.

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 con las líneas estratégicas definidas, y resultado de la actividad desarrollada durante el año, puede concluirse, en síntesis, lo siguiente:

1.- Con referencia al objetivo A, **VINCULACIÓN** a las líneas estratégicas de la acción municipal, como se ha indicado previamente el conjunto de los 68 proyectos ofertados se vincula a una de las 4 líneas estratégicas en los porcentajes representados. (Ver Anexo Gráfico 1)

2.- Respecto al objetivo B de la estrategia, relativo al **INCREMENTO de la actividad**, puede señalarse que se consolida el cambio de tendencia en la actividad de patrocinio lográndose un incremento del **104%** en los recursos obtenidos mediante patrocinio en el conjunto de la organización municipal con 1.876.020 euros, que su suma al incremento del 101% durante 2024 y contrasta con las reducciones del 56% y 27% registradas los ejercicios precedentes, respectivamente. (Ver Anexo Gráfico 2)

Puede por todo ello considerarse de forma global que la estrategia implementada ha tenido éxito por cuanto se han incrementado respecto a la situación precedente en una **cantidad cercana al millón de euros**, los recursos obtenidos mediante la gestión de patrocinios y colaboración empresarial en el Ayuntamiento de Madrid.

Se confirma por tanto una recuperación del interés de marcas y empresas en el patrocinio reflejado en las aportaciones realizadas, que se incrementan globalmente en el porcentaje indicado en el conjunto de unidades municipales: áreas, distritos y especialmente el sector público municipal, donde destaca Madrid Destino, Cultura, y Turismo y Negocio, SA como entidad que concentra todos los acuerdos en este ámbito, y que experimenta, con 983.133 euros obtenidos, un crecimiento del 100% respecto al dato registrado en 2024, 490.792 euros. (Ver Anexo Gráfico 3)

3.- Con referencia a la línea estratégica C, **CONCENTRACIÓN** de propuestas, destacar que se han presentado un conjunto de iniciativas al mercado de manera integrada, en 7 activos unitarios, Correspondiendo a los Distritos un conjunto de 85 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 y zonas estanciales de uso público. 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.

Así, la propuesta sobre mejora de zonas estanciales presentada de manera global para el conjunto de los Distritos, ha culminado con un acuerdo puntual con un Distrito, Salamanca- Bulgari, si bien la fórmula abre la puerta a viabilizar acuerdos con marcas que sumen a diferentes órganos municipales y territorios unidos por un interés común para el desarrollo conjunto de actividades patrocinadas o colaborativas en la ciudad.

4.- Respecto a la ORIENTACION 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. Dicha 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 gráficas publicadas, 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.

En tal sentido, debe informarse que, tras la terminación del plazo del referido contrato, se encuentra en trámite un nuevo contrato abierto, a licitar en el primer trimestre de 2026, con vigencia de un año prorrogable por dos más, para el desarrollo del referido servicio, que se espera suscite interés entre empresas y agencias especializadas y permita formalizar una nueva contratación que ayude a la gestión y captación de patrocinio y colaboración empresarial para actividades y servicios en el ámbito municipal.

Hay que destacar que el porcentaje de acuerdos de patrocinio culminados, en negociación y desarrollo, respecto al volumen de la oferta global del programa asciende a un 44% (30 de 68 propuestas) lo que pone de manifiesto que se mantiene, con un leve incremento, el porcentaje de acuerdos sobre la oferta presentada, por lo que se concluye que sigue existiendo un ámbito de mejora claro, que debe trabajarse en el próximo ejercicio, dado que 38 activos (56%) de los presentados en el Programa no han captado interés suficiente en el mercado para formalizar acuerdos. (Ver Anexo Grafico 4)

En este sentido, por un lado para 2026 se reduce la oferta de 68 a 51 activos. Por otro, deben analizarse aquellos activos repetidamente ofertados que no logran captar el interés de marcas y empresas, y estudiar cambios a fin de incorporar aquellos retornos que los hagan comercialmente atractivos, y caso de no ser técnicamente posible, renunciar a su ofrecimiento como actividad municipal patrocinable eliminándolos del programa.

5.- En relación con la mejora de la COMUNICACIÓN, objetivo E, hay que decir que durante 2025 se ha acometido, 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 en colaboración con Universal Mccann, entidad adjudicataria del contrato municipal de gestión y captación de patrocinios que presentó un **plan de difusión** en medios digitales, por plazo de un mes, atendiendo a las características de los sectores económicos y empresariales destinatarios e incorporando la definición de públicos objetivos, el diseño de mensajes online a



MADRID

Coordinación General de la Alcaldía

Oficina de Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial
Dirección General de Relaciones Institucionales y Proyectos Estratégicos

Deja tu marca por un *Madrid sostenible*

PATROCINA MADRID →

PATROCINO SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN

MADRID

Deja tu marca en el mayor escaparate de *España*

PATROCINA MADRID →

PATROCINOS DE LA CIUDAD DE MADRID

MADRID

Deja tu marca por el *compromiso social de la ciudad*

PATROCINA MADRID →

PATROCINO CULTURA Y TURISMO

MADRID

Site	Impressions	Clicks
Unidad Editorial - Marca - App - Android	826.238	597
Grupo Prisa - As	334.751	757
Grupo Prisa - Huffintonpost	313.747	1.832
Unidad Editorial - Marca	274.482	548
OKDIARIO	258.058	1.328
Grup Les Notícies De Catalunya - El Nacional - Spanish	232.330	1.387
Unidad Editorial - Marca - App - iOS	231.028	138
Unidad Editorial - El Mundo	201.968	560
Henneo Network - 20 Minutos	199.831	776
Unidad Editorial - El Mundo - App - Android	129.348	241
RBA - Semana	108.073	638
Mediaset - Telecinco	107.503	281
Grupo Prisa - Cadena SER	101.988	394
Atresmedia - Antena3	96.245	509
Grupo Prisa - El Pais	78.508	334
Unidad Editorial - El Mundo - App - iOS	77.935	119
Europapress - europapress	57.675	312
Sport - Sport	52.678	192
Henneo Network - Heraldo	50.753	272
Prensa Iberica Webs - LNE	38.534	297



6.- Por último y con respecto al APOYO A LA GESTIÓN, objetivo F, significa que desde los servicios de la Oficina de Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial se ha prestado asesoramiento directo y apoyo a todas las unidades directivas que lo han solicitado, para la elaboración de valoraciones y el desarrollo de diferentes acuerdos de colaboración concretos, como a título de ejemplo el culminado con motivo para el impulso y la promoción de la celebración de la Navidad en Madrid, firmado con **ENDESA ENERGÍA**, por un importe de 250.000 euros, que ha supuesto un hito en el proceso de gestión de acuerdos relevantes para la ciudad en este ámbito así como para el desarrollo de estos instrumentos de colaboración empresarial dentro de la organización municipal. En el acuerdo en torno a la Navidad han participado activamente, además del Área de Obras y Equipamientos, responsable de la infraestructura de iluminación de la Navidad, los Distritos de Chamberí y Salamanca.





En la mencionada labor de apoyo, la agencia adjudicataria, Universal Mccann, por su parte 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 acuerdos “multidistrito” para distintas acciones, como la negociada con MAPFRE, para su desarrollo en los Distritos de Tetuán y Chamartín en enero de 2026, vinculada al patrocinio de actividades culturales, deportivas y sociales competencia de los aquellos.

Finalmente indicar respecto a la modalidad de la aportación recibida: en metálico o en especie, que prevalece la aportación dineraria al presupuesto con **1.181.165** euros, (63%), frente a los **694.855** (37%), de la valoración de las aportaciones en bienes y servicios, siendo su distribución entre los diferentes sectores municipales de actividad, áreas de gobierno, organismos autónomos y empresas municipales, los que en el grafico se detallan. (Ver Anexo Grafico 5)



3.- ACCIONES DE PATROCINIO DESARROLLADAS DURANTE 2025.

Como se ha indicado, durante el ejercicio 2025 se ha obtenido un volumen económico de **1.876.020€**, un **104%** superior al dato registrado en 2024, 918.991 euros. Las acciones propuestas que han obtenido patrocinio y colaboración empresarial fueron **30** y el número de empresas y marcas que han colaborado en los diferentes proyectos ha sido de **68**.

Se confirma, por tanto, como se viene indicando una mejora en el interés por parte de marcas y empresas en la colaboración, concretado en las aportaciones obtenidas para proyectos municipales vinculadas a visibilidad de marca, si bien para 2026 se planifican nuevas acciones para consolidar esta tendencia y mejorar los resultados a través del Programa Anual de Patrocinios 2026.

El detalle de los datos sobre objeto, empresas participantes y valoración económica de los convenios y contratos de patrocinio y colaboración empresarial efectivamente culminados durante el ejercicio 2025 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 **Siemens Healthcare, S.L.**, con motivo de la celebración de la **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** (12.000€)
- Convenio de patrocinio entre el Ayuntamiento de Madrid, Dirección General de SAMUR-Protección Civil y las entidades **Hospital Hispania S.L., Akire 20 SLU, Weinmann Emergency Medical Technology GMBH CO KG y Kenbest S.L.** para la celebración del **IV Foro de la Emergencia Española** (36.000€)

Área de Gobierno de Cultura, Turismo y Deporte

- Patrocinio, a través de contrato formalizado por Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio, SA, para el desarrollo del programa **“Refúgiate en la Cultura 2025”** impulsado por el Ayuntamiento, Área de Gobierno de Cultura Turismo y Deporte y diversas instituciones de la Ciudad, para la realización de actividades culturales en espacios climatizados durante el periodo estival. Patrocinador: **Mahou, S.A.** (15.000€)



Área de Gobierno de Obras y Equipamiento

- Convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y **Endesa Energía, S.A.** para el desarrollo de acciones conjuntas en el espacio público para el impulso de la celebración de la navidad en la Ciudad de Madrid (215.000€)

Distritos

- Convenio entre el Ayuntamiento de Madrid, Distrito de Centro y **Clear Channel España, S.L.U.** para el desarrollo de acciones conjuntas con motivo de la exposición “ESPACIO IBERIA”, programada por IBERIA LAE, S.A. en el centro Serrería Belga de la Ciudad de Madrid (38.502€)
- 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 **XVI Certamen Nacional de Pintura Rápida Real Sitio de El Pardo.** (1.600€)
- Convenio de patrocinio entre el Ayuntamiento de Madrid, Distrito de Carabanchel e **Isla Azul Centro Comercial S.L.** para la celebración de la **Media Maratón de Carabanchel**
- Convenio de patrocinio entre el Distrito de Carabanchel, Ayuntamiento de Madrid y **Día Retail, S.A.U.** en el marco del Programa Anual de Patrocinios para el desarrollo de las **Fiestas de San isidro 2025** (50.000€)
- Convenio de patrocinio entre el Distrito de Carabanchel, Ayuntamiento de Madrid y **Caixabank, S.A.** en el marco del Programa Anual de Patrocinios para el desarrollo de las **Fiestas de San isidro 2025** (6.000€)
- Convenio de patrocinio entre el Distrito de Carabanchel, Ayuntamiento de Madrid y **CHAMARI ITG S.L.U.** en el marco del Programa Anual de Patrocinios para el desarrollo de las **Fiestas de San Isidro 2025** (12.000€).
- Acuerdo del Distrito de Moncloa-Aravaca, Ayuntamiento de Madrid y las entidades **Santa Lucía y Paulaner** para la presencia de visibilidad de marca en el mercadillo de Navidad de Plaza España (87.897€)
- Colaboración en actividades de los Distritos de **Chamberí y Salamanca** dentro del Acuerdo suscrito por el Área de Gobierno de Obras y Equipamientos y la entidad **Endesa Energía, S.A.** para para el impulso de la celebración de la navidad en la Ciudad de Madrid (35.000€).
- Convenio de patrocinio entre el Ayuntamiento de Madrid y **JCDecaux España SLU (Bulgari)** en relación a acciones vinculadas a la **mejora de zonas estanciales en el espacio público en el Distrito de Salamanca** en el marco del programa anual de patrocinios (95.943€)

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 la obesidad infantil** dentro del marco del



proyecto “Coles con Alas” y del proyecto “Cities for Better Health – Childhood Obesity Prevention Initiative” (COPI) (265.545€)

- 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 -Centro de Cultura Contemporánea Conde Duque y la entidad **Mahou S.A.** de la actividad cultural **Artes Plásticas y Videoarte en Conde Duque** (5.000 €)
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino – CentroCentro y la entidad **Generali** para el desarrollo de la actividad **Cibeles sobre Hielo**. (90.000 €)
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino – CentroCentro y la entidad **MK2** para el desarrollo de las actuaciones realizadas en **Cibeles de cine 2025**. (11.875€)
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino y la entidad **Mahou S.A de la actividad cultural de la Ciudad de Madrid Refúgiate en la Cultura 2025** (15.000€)
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino y la entidad **Día Retail S.A.U.** para el patrocinio de la actividad cultural **San Isidro 2025** (75.000€)
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino y la entidad **L’Oréal** para el patrocinio de la actividad cultural **San Isidro 2025** (40.000€)
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino y la entidad **Mahou S.A** para el desarrollo de las **Fiestas de San Isidro Ediciones 2025-2027** (Actividad Cultural de la ciudad de Madrid y Programación del Distrito de Carabanchel en escenario principal de la Pradera de San Isidro) (130.000€)
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino y las entidades, **Urbaser** (20.000€), **Fundación Universitaria San Pablo-CEU** (25.000€), **Amazon** (20.000€), **Suchard** (20.000€), **El Corte Inglés** (150.000€), **Repsol** (123.720€), **Mastercard** (30.000€), **HBO Max** (Carroza Harry Potter) (20.000€), **Paramount** (30.000€), **Seedtag** (25.000€) y **Volvo** (25.000€) 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-España S.A.** para el patrocinio de la actividad cultural **Multipista y Día Europeo de la Música 2025- 2026** (35.000€)
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino y la **Asociación para la Certificadora Española Forestal (PEFC España)** para la **actividad cultural Festival Biophest Matadero Madrid 2025** (10.000€)



- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino y la entidad **Heineken España SA** para la **actividad cultural Festival Biophest Matadero Madrid 2025** (5.000€)
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino y la entidad **Super Bock Bebidas SA** para la **actividad cultural Festival Biophest Matadero Madrid 2025** (10.000€)
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino - Matadero Madrid y **Agencia Audiovisual Freak S.L.** para el **Festival Internacional de Cine Documenta Madrid** (6.000€)
- Contrato de patrocinio entre la empresa Madrid Destino -Matadero Madrid y la entidad **Sibbaris Privee S.L.** de la actividad cultural **Cine Plaza Matadero 2025** (12.000€)
- 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 (49.538€)

4.- CUADROS RESUMEN DE ACCIONES 2025.

4.A.- AYUNTAMIENTO DE MADRID

UNIDAD DIRECTIVA	ACTIVIDAD PATROCINADA 2025	IMPORTE PATROCINIO		EMPRESA PATROCINADORA
		METÁLICO	ESPECIE	
AG de Vicealcaldía, Portavoz, Seguridad y Emergencias	Jornada de Analítica Sanguínea en Emergencias		11.000	Siemens Healthineers
	Jornada Nacional de Responsables de Formación de Servicios de Emergencias		12.000	Laerdal
	IV Foro Emergencia Española		36.000	Hospital Hispania S.L; Akire 20 SLU; Weinmann Emergency; Kenbest S.L.
AG de Cultura, Turismo y Deporte	Refúgiate en la Cultura (Veranos Villa 39)	15.000		Mahou San Miguel (Alhambra)
AG Obras y Equipamientos	Acciones conjuntas impulso Navidades Madrid (Encendido iluminación)		215.000	Endesa
Distrito de Centro	Actividades Culturales	38.502		Iberia
Distrito de Fuencarral- El Pardo	XVI Certamen de Pintura Rápida Real Sitio de El Pardo	1.600		Centro Comercial Madrid 2 La Vaguada
Distrito de Carabanchel	Media Maratón			Islazul Centro Comercial S.L.
	Fiestas de San Isidro	.20000		Mahou S.A. (Mahou 0,0)
		50.000		Día S.A.
			6.000	Caixbank
			12.000	Chamari ITG S.L.U.



Distrito de Moncloa-Aravaca	Mercadillo de Navidad Plaza España	87.897		Santa Lucia - Paulaner
Distritos de Chamberí, Salamanca y el AG de Obras y Equipamientos	Acciones impulso celebración de Navidad en Madrid		35.000	Endesa Energía S.A
Distrito de Salamanca	Mejora de Zonas Estanciales (Salamanca)	95.943		JCDecaux España S.L.U (Bulgari)

4.B.- SECTOR PÚBLICO MUNICIPAL: EMPRESAS MUNICIPALES Y ORGANISMOS AUTÓNOMOS

UNIDAD DIRECTIVA	ACTIVIDAD PATROCINADA 2025	IMPORTE PATROCINIO		EMPRESA PATROCINADORA
		METÁLICO	ESPECIE	
Madrid Salud	actividades para la prevención de la obesidad infantil		265.545	NOVO NORDISK PHARMA S.A.
Madrid Salud	Primera consulta veterinaria gratuita para animales adoptados del centro de protección animal		11.400	19 clínicas veterinarias

UNIDAD DIRECTIVA	ACTIVIDAD PATROCINADA 2025	IMPORTE PATROCINIO		EMPRESA PATROCINADORA
		METÁLICO	ESPECIE	
Madrid Destino - Conde Duque	Artes Plásticas y Videoarte en Conde Duque		5000	Mahou (Alhambra)
Madrid Destino - Centrocentro	Cibeles Sobre Hielo	65.000	25.000	Generali
	Cibeles de Cine 2025	11.875		Mk2
Madrid Destino - Eventos Globales	Veranos Villa. Refúgiate en la Cultura	15.000		Mahou San Miguel (Alhambra)
	San Isidro	40.000		L'oreal (Maybelline New York De L'oreal)
		75.000		Dia Retail S.A.U. (Dia)
		130.000		Mahou S.A. (Mahou 0,0)
	Navidades 2025 - Cabalgata 2026	20.000		Urbaser
		25.000		Ceu
		20.000		Amazon
		20.000		Suchard
		150.000		Eci
		105.000	18.720	Respsol
		30.000		Mastercard
		20.000		HBO Max (Carroza Harry Potter)
	30.000		Paramount	
	25.000		Seedtag	
25.000		Volvo		
Madrid Destino - Matadero	Matadero Multipista	35.000		Heineken España, S.A. (Heineken)
	Día Europeo de La Música en Matadero			



	Festival Biophest en Matadero	2.000	8.000	Asociación Para La Certificadorae española Forestal (PEFC España)
		5.000		Heineken España, S.A. (Cerveza El Agula)
		10.000		Super Bock Bebidas S.A. (Agua das Pedras)
	Documenta Madrid. Festival Internacional de Cine		6.000	Agencia Audiovisual Freak S.L.
	Cine Plaza de Verano Matadero	12.000		Sibbaris Privee S.L. (Fritz-Kola)
Madrid Destino - Teatro Español	Teatro en Teatro Español		3.190	Food & Drinks Leon
Madrid Destino Soportes Turismo	Portal Esmadrid.Com	35.808		Varias Marcas
	Pantallas	5.100		Varias Marcas
	Mapa Turístico	4.000		Varias Marcas
	Revista Esmadrid.Magazine	1.440		Varias Marcas

4.C.- CUADRO GLOBAL DE ACCIONES DE PATROCINIO Y COLABORACIÓN 2025

PATROCINIO Y COLABORACIÓN EMPRESARIAL 2025	Nº Actividades	Nº Entidades	Importe		Totales
			Metálico	Especie	
Areas de Gobierno	5	8	15.000 €	274.000 €	289.000 €
Area de Gobierno de Obras y Equipamientos	1	1	-	215.000 €	215.000 €
Área de Gobierno de Vicealcaldía, Portavoz, Seguridad y Emergencias	3	6	-	59.000 €	59.000 €
Area de Gobierno de Cultura, Turismo y Deporte	1	1	15.000 €	-	15.000 €
Distritos	7	11	273.942 €	53.000 €	326.942 €
Distritos: Carabanchel, Centro, Chamberí, Fuencarral El Pardo Moncloa-Aravaca, Salamanca,	7	11	273.942 €	53.000 €	326.942 €
Organismos Autónomos	2	20	-	276.945 €	276.945 €
Madrid Salud	2	20	-	276.945 €	276.945 €
Sector Público Municipal	16	29	892.223 €	90.910 €	983.133 €
Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio SA	16	29	892.223 €	90.910 €	983.133 €
Totales	30	68	1.181.165 €	694.855 €	1.876.020 €

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

Enero 2026



ANEXO I GRÁFICOS

GRÁFICO 1:

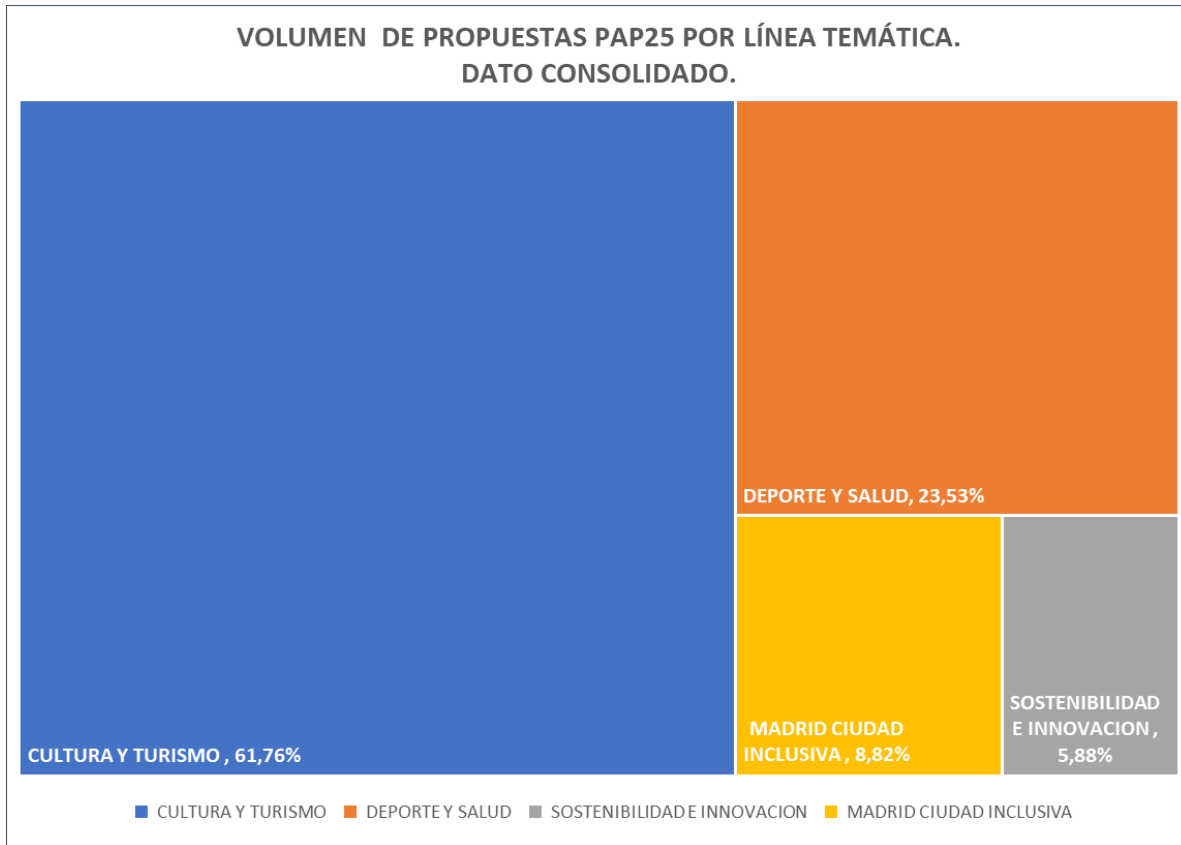


GRÁFICO 2:

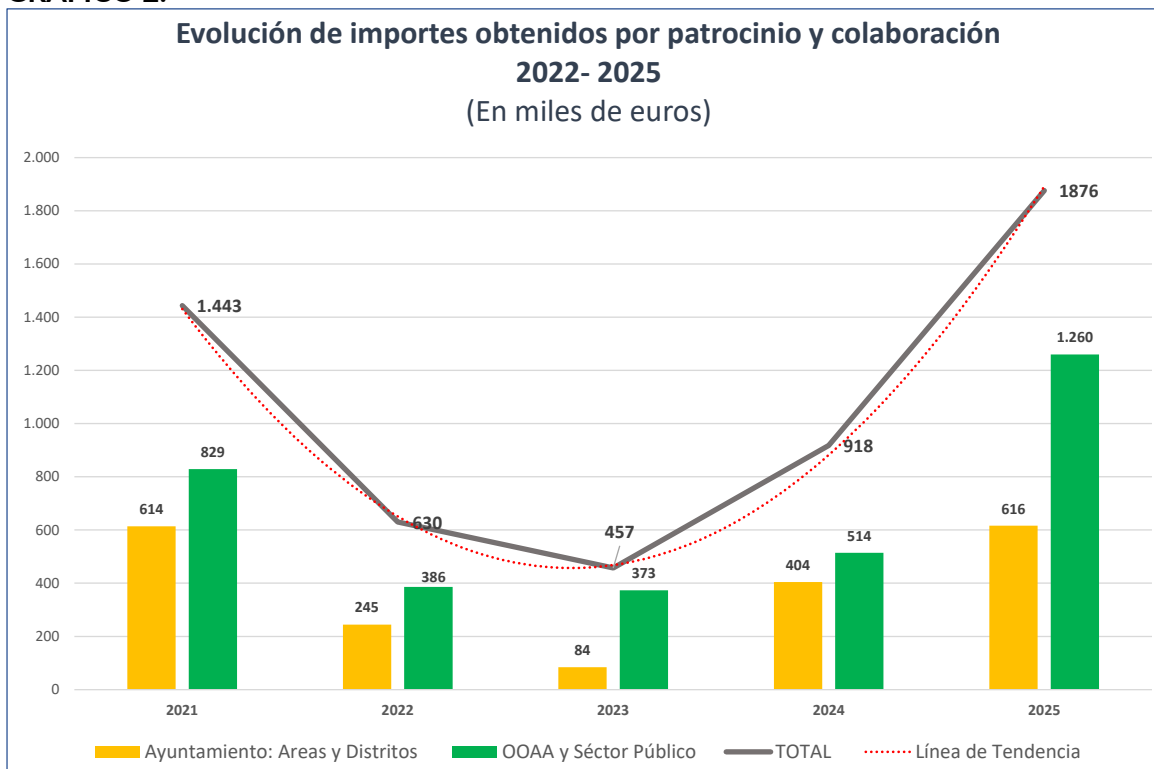




GRÁFICO 3:

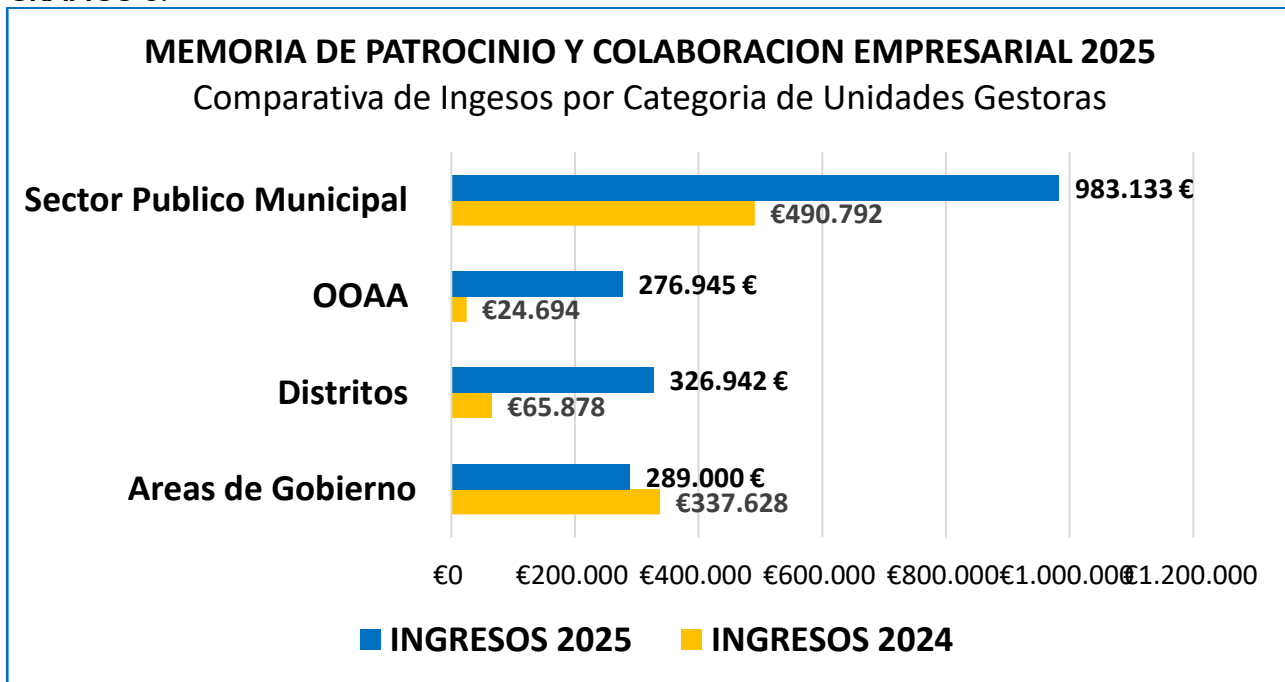


GRÁFICO 4:

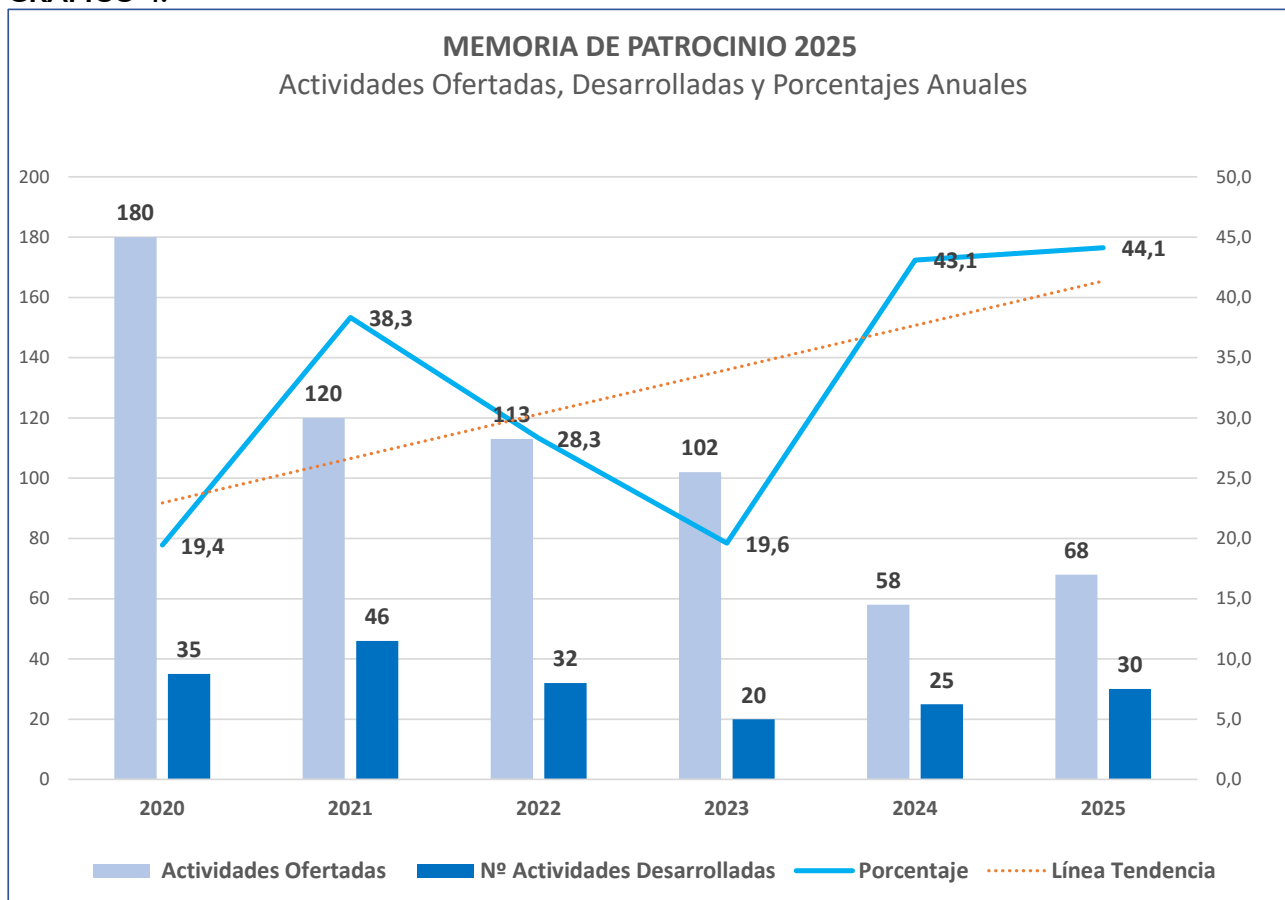




GRÁFICO 5:

