



Programa Anual de Patrocinios de la Ciudad de Madrid 2022

Consolidado



Índice

1.	INTRODUCCIÓN	3
	A.- Marco Normativo y Estratégico del Programa Anual de Patrocinios.	3
	B.- Marco Técnico de evaluación de los activos del Programa.	4
	1.- La oportunidad táctica	5
	2.- La oportunidad estratégica	5
	3.- La coartada narrativa	6
	4.- El Proceso de Evaluación	6
	5.- Patrocinio y responsabilidad social de las empresas	7
2.	ESTRUCTURA DEL PROGRAMA DE PATROCINIOS	8
3.	DETALLE DE LAS ACTIVIDADES PATROCINABLES.....	10
	POR CATEGORÍA	10
	1.- “Artes”	10
	2.- “Artes Escénicas”	12
	3.- “Animales de Compañía”	13
	4.- “Audiovisual”	13
	5.- “Deporte”	14
	6.- “El Mayor Espectáculo del Mundo”	16
	7.- “Madrid Ciudad Sostenible”	16
	8.- “Madrid en Fiestas”	18
	9.- “Formar y Experimentar”	18
	10.- “Música”	19
	11.- “Navidades”	20
	12.- “Promocionando Madrid”	21
	13.- “Salud”	22
	14.- “Seguridad y Emergencias”	23
4.	ANEXO I	24
5.	ANEXO II	27

1. INTRODUCCIÓN

A.- Marco Normativo y Estratégico del Programa Anual de Patrocinios.

Desde 2012 el Ayuntamiento de Madrid cuenta con una **Ordenanza reguladora de los patrocinios privados de Actividades Municipales**, fruto del interés de activar iniciativas de colaboración económica que permitan al Ayuntamiento implementar proyectos y servicios a la ciudadanía con apoyo empresarial. Esta norma define el ámbito de aplicación del **Programa Anual de Patrocinios de la Ciudad de Madrid**, al que se incorporan cada año proyectos y actividades susceptibles de ser patrocinados a iniciativa de las unidades gestoras, dotando de mayor transparencia y publicidad a aquellos potenciales procesos y al que tienen acceso de forma permanente la ciudadanía, empresas y agencias a través de los portales web corporativos y restantes canales habilitados.

La búsqueda de la colaboración de empresas y marcas para el desarrollo de actividades y proyectos municipales debe ser un objetivo estratégico, pese a circunstancias coyunturales puntuales como lo es la crisis sanitaria por **Covid-19**, que ha afectado gravemente a la actividad económica y que tuvo reflejo directo en los datos de colaboración y patrocinio en 2020, que registró una severa disminución del número y volumen económico de las acciones desarrolladas, si bien durante 2021, se aprecia una clara recuperación, con un incremento del 71%, del número de empresas involucradas, 65, en las acciones desarrolladas, aunque sin alcanzar las cifras de anualidades previas, como 2019, que registró 93 empresas patrocinadoras.

Las previsiones por tanto para 2022 deben ser optimistas y con esa óptica el Ayuntamiento de Madrid trabaja, implementando en este Programa las acciones necesarias para lograr los **objetivos** previamente definidos y que se concretan en:

- a.- fomentar y fidelizar los patrocinios y la colaboración empresarial en la actividad municipal,
- b.- realizar un programa de actividades municipales patrocinables atractivo para el mercado, elaborando un catálogo de actividades patrocinables técnicamente sólido desde el punto de vista de su definición, comercialización y valoración de aportaciones solicitadas y retornos ofrecidos,
- c.- reducir el número de actividades ofertadas incrementando su potencialidad y viabilidad, realizando una selección y baremación profesionalizada de las propuestas de las diferentes unidades gestoras,
- d.- explorar nuevas actividades/proyectos relevantes que sean patrocinables realizando un intenso trabajo de campo con las unidades directivas municipales, y
- e.- lograr en 2022 un incremento del porcentaje de patrocinios significativo como vía de financiación alternativa al presupuesto público.

Como complemento a la mejora del PAP22, se ha trabajado en dos acciones complementarias determinantes:

- 1.- **Contrato abierto para la comercialización de actividades municipales patrocinables:** La comercialización mediante contrato de agencia y pago por resultados se considera imprescindible para lograr una mayor



captación de entidades y marcas patrocinadoras, una vez redefinidos en el PAP, como se ha indicado, los activos municipales comercializables: proyectos/actividades/eventos susceptibles de conformar una oferta de patrocinio atractiva para el sector empresarial.

Los objetivos del contrato son:

- a.- Lograr un incremento de la colaboración público-privada mediante patrocinio,
- b.- reforzar el canal de financiación de actividades municipales por el sector privado,
- c.- profesionalizar la venta en el mercado de actividades, eventos y proyectos municipales patrocinables,
- d.- generar difusión y concurrencia pública,
- e.- establecer baremos transparentes y progresivos para la retribución contractual de servicios en función de resultados obtenidos por la agencia municipal comercializadora y
- f.- lograr una financiación relevante para actividades municipales mediante una gestión eficaz del contrato.

Los pliegos de condiciones y restante documentación del contrato de referencia, nº 300/2021/00631, se encuentra elaborada y en tramitación administrativa y contable para su publicación mediante procedimiento abierto en un plazo breve.

2.- **Soporte técnico y de gestión al patrocinio** para las unidades directivas municipales a través de la normalización y validación por la Asesoría Jurídica y la Intervención municipal de **modelos tipo de contrato y convenio de patrocinio**. Es evidente que, una vez identificados los concretos activos municipales mejor alineados con las expectativas de entidades y empresas, es necesaria una labor de concreción de prestaciones y retornos para su formalización y desarrollo.

A este respecto, debe destacarse que el 5 mayo de 2021 tras la actualización del **manual y la herramienta técnica de valoración de activos y retornos en materia de patrocinio** a valores y parámetros actuales del mercado publicitario, publicada en enero de 2021, y a fin de facilitar el uso de estas herramientas y dar a conocer sus nuevas configuración y utilidades, se desarrolló una jornada práctica, on line, con apoyo de una empresa especializada del sector, abierta a todas las unidades municipales en la que se explicaron conceptos básicos y se desarrollaron diferentes casos prácticos reales de valoración económica resolviéndose las dudas y cuestiones técnicas que durante el desarrollo de estos procesos se plantean.

B.- Marco Técnico de evaluación de los activos del Programa.

El patrocinio, como mecanismo de colaboración entre el sector público y el privado, puede funcionar con la mayoría de sectores empresariales, así como en distintos ámbitos de la gestión pública, reforzando vínculos y sinergias entre la Administración y el sector privado para el desarrollo de actividades de interés municipal.

Durante estos últimos años Madrid ha desarrollado su propio modelo de participación empresarial, que debe estar siempre ajustado a la realidad en la que opera. El Ayuntamiento establece a través del Programa Anual los elementos de planificación, coordinación y ordenación del patrocinio en función de las necesidades

municipales y de los intereses, expectativas y motivaciones del sector privado que se acerca al Ayuntamiento para participar en las distintas iniciativas o proyectos publicitados.

Madrid es una ciudad con una actividad cultural, social, deportiva y económica muy dinámica que necesita ahora más que nunca, un impulso y un reencuentro con su propia actividad. Los eventos incorporados a este Programa reflejan su potencialidad, diversidad y pujanza, pero sobre todo, los momentos y actividades en las que los ciudadanos tendrán la oportunidad de recuperar el contacto, la vida en las actividades del espacio público, la práctica deportiva, la diversión en las fiestas, el disfrute de las artes, el empuje económico de una ciudad activa, inclusiva, verde y abierta para recibir también a los millones de visitantes que la eligen como destino turístico y de negocios.

El proceso de prospección de activos patrocinables, de aquellos eventos o actividades susceptibles de recibir un apoyo económico a cambio de un valor reputacional o de comunicación, necesita un marco en el que analizar su relevancia para el mercado. Múltiples factores determinan su valor, si bien, en el análisis realizado de las propuestas formuladas, se han identificado tres criterios para evaluar e identificar desde lo directamente cuantificable hasta lo más subjetivo, (muchas veces lo más valioso), en torno a cada actividad. En este sentido se ha valorado:

1.- La oportunidad táctica

Como ocasión de lograr una audiencia, el patrocinio se entiende como una estrategia de comunicación que implica una inversión y búsqueda de unos objetivos y una rentabilidad a corto plazo que trata de comunicar a todos los públicos que quien está detrás de la organización del acto patrocinado es una empresa que quiere conseguir una credibilidad pública a través, bien de un patrocinio de notoriedad: para dar a conocer el nombre de un producto o una empresa a un público concreto; un patrocinio de imagen: para reforzar o construir una imagen de marca provocando en el pensamiento del público una fuerte asociación entre un acontecimiento y un producto o una empresa; o un patrocinio de credibilidad: que vincula al patrocinador con una actividad directamente ligada a su objeto social y actividad comercial.

En estos términos, la notoriedad, imagen y credibilidad se obtienen de la intensidad de la exposición, en la audiencia a la que se alcanza; su magnitud, volumen e intensidad, así como por la relevancia de la misma. En este sentido, solo unos pocos activos patrocinables del Programa Anual, tienen un valor competitivo en cuanto a su alcance.

2.- La oportunidad estratégica

Se trata de la búsqueda de una asociación duradera a largo plazo. La marca debe encontrar su espacio en el activo patrocinable, debe ser evidente el lugar que ocupa y debe hacerlo durante un largo periodo de tiempo. Un porcentaje relevante de los activos del programa anual de patrocinios cumplen estos requisitos

Con el mismo objetivo que la publicidad, la promoción y las relaciones públicas, el patrocinio es una técnica exclusivamente de comunicación, que resulta muy eficaz siempre y cuando responda a las necesidades específicas y se integre de manera armoniosa en una estrategia de conjunto, con el objetivo de aumentar el grado de conocimiento del consumidor, tanto respecto de la denominación o nombre del patrocinador como de sus marcas, mejorar su imagen, aumentar la cifra de ventas, etc. Es por esto que los activos patrocinables deben cumplir con unos requisitos mínimos en cuanto a la presencia de marca o uso de los activos de la actividad en la comunicación de aquella.

3.- La coartada narrativa

Las historias tienen efectos persuasivos y el mayor valor que una audiencia encuentra en la narración de una marca es la autenticidad. Muchos activos del Programa tienen una historia, un enraizamiento y personajes para construir historias de gran relevancia.

La emoción llama la atención y provoca sentimientos, nuestros pensamientos y emociones parecen estar estructurados en forma de historias. Los consumidores no solo interpretan su exposición a las marcas y su experiencia con ellas a través de las historias, sino que las historias pueden persuadir y fortalecer la marca.

Como consecuencia de las cualidades inherentes a las historias, en particular su poder emocional y relacional, las propiedades memorables y creadoras de significado, los esfuerzos de investigación y el interés en la narración dentro del campo del marketing, y especialmente en la literatura sobre branding, se ha incrementado durante los últimos años, de tal manera que el storytelling ha pasado de ser utilizado principalmente en publicidad a ser visto como un elemento esencial en el desarrollo y gestión de la estrategia de marca.

Valoradas las características de cada activo propuesto por parte de las unidades directivas, se ha llevado a cabo una selección de aquellas que presentan una mayor potencialidad técnica de comercialización con el apoyo de una entidad especializada conocedora del mercado, a fin de configurar el Programa Anual de Patrocinios, ya sea con destinatarios generales de ciudad o sectoriales o profesionales de menor alcance numérico pero con opciones de interesar a marcas y empresas de sectores concretos.

El Programa recoge por tanto de forma sistematizada actividades potencialmente patrocinables para que, una vez difundido, las marcas y entidades interesadas tengan a la vez una visión global y una información específica e individualizada de las actividades en las que podrán colaborar con el Ayuntamiento de Madrid. Ello permite unificar esfuerzos y obtener una mayor rentabilidad de los recursos, convirtiendo estos activos simultáneamente en un elemento de promoción de la marca ciudad como espacio preferente para la inversión empresarial.

4.- El Proceso de Evaluación

En esta línea de trabajo, y de acuerdo a los objetivos ya mencionados, el Programa ha reducido algo más el número de actividades incorporadas respecto al año anterior, (que ya disminuyó su número un **38%** en 2020

sobre 2019), pasando de 117 a **112 activos**, aplicándose nuevamente criterios técnicos de evaluación que han conducido a no incluir distintas propuestas (26) del conjunto de las recibidas, (138), en función de diferentes indicadores técnicos que proporcionan un rating de comerciabilidad e impacto, para definir la incorporación al programa.

Los **parámetros** puramente técnicos aplicados a las propuestas formuladas para establecer un rating e incluso un ranking de comerciabilidad, se fundamentan en los criterios integrados de **tiempo**: duración de la acción patrocinable; **ámbito** espacial de impacto: distritos o zonas donde la acción incide; **asistencia** de público o visibilidad estimada; relevancia de **medios** de difusión disponibles; relevancia del **impacto** en medios sobre la duración del evento; presencia en **redes** sociales y datos de usuarios de aquellas, resultando de dicha evaluación una valor ponderado de cada acción dentro del conjunto de todas ellas.

Dicha baremación aritmética se **ajusta** finalmente, en algunos casos, en función de distintos factores como la existencia de precedentes de patrocinio pese a tratarse de acciones con escasa puntuación, por su relevancia territorial, sectorial o social, o bien por apreciarse alguna potencialidad singular en ellas a pesar de que los datos facilitados por la unidad gestora fueran parciales o escasos.

En definitiva, se incorporan al Programa Anual de Patrocinios aquellas propuestas que, en base a criterios técnicos, contrastados a través de una visión del sector profesional destinatario del mismo y **ponderados** por la Oficina de Partenariado y Marca Madrid, pueden tener mayores opciones de lograr acuerdos de patrocinio o colaboración, incluyendo en todo caso, aquellos activos que han venido concitando interés y acuerdos de este carácter en ejercicios precedentes.

Sin perjuicio de lo anterior, el Programa Anual de Patrocinios es un **documento abierto** y durante el año, aquellas actividades que no han sido incorporadas inicialmente puedan serlo, caso de alcanzar la definición y los valores técnicamente requeridos para ello y constatarse que existe potencialidad real para la concertación de acuerdos de patrocinio respecto de aquellas.

5.- Patrocinio y responsabilidad social de las empresas

El patrocinio de actividades municipales adquiere además en estos momentos un significado para las empresas que va mucho más allá de la mera colaboración económica porque demuestra que la empresa patrocinadora se rige por criterios de gestión socialmente responsable. Es precisamente esta modalidad de gestión empresarial la que los inversores tienen en cuenta siguiendo criterios medioambientales, sociales y de gobernanza empresarial. Invertir de manera sostenible significa incluir aspectos “al margen de lo financiero” en la toma de decisiones de inversión. El objetivo es generar rendimientos financieros competitivos a largo plazo e impacto social positivo.

El futuro de la inversión sostenible es prometedor: una proporción creciente de los inversionistas individuales espera que la inversión sostenible aumente en los próximos cinco años y los inversionistas pertenecientes a la generación de los millennials tienden a invertir en empresas o fondos que establecen como objetivo resultados sociales o ambientales específicos. El movimiento por la inversión sostenible ha crecido

rápidamente y su impacto ha trascendido los mercados, tal como lo demuestran los Principios para la Inversión Responsable y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.

2. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA DE PATROCINIOS

El Programa publicado debe sistematizar aparte de contener información suficiente sobre lo que cada evento es y puede aportar a una empresa llamando la atención de posibles entidades patrocinadores. Las categorías y etiquetas creadas sirven para presentarlas en base a algún común denominador y dirigir la propuesta a los diferentes segmentos y ámbitos de interés de marcas y empresas potencialmente patrocinadoras.

El volumen de actividades incluidas en el Programa 2022 es de **113** de las cuales **73** son proyectos ofertados al mercado de forma periódica y ya presentes en el Programa 2021 y que continúan, habiéndose incorporado otras **40** actividades a iniciativa de las diferentes unidades directivas.

Los activos patrocinables se agrupan en torno a cinco criterios.

- **Unidades directivas** y organismos responsables de los activos patrocinables.
- **Sedes**, que establece una afinidad de público, centro promotor y todo lo referido a las características del recinto que acoge a la actividad.
- **Categoría**, un criterio que agrupa temáticamente actividades con un común denominador.
- **Público**, la audiencia como conjunto de personas pertenecientes a categorías destinatarias según criterios de edad, interés, grupos de afinidad, etc.
- **Ámbito geográfico**, el área en la que la acción tiene influencia directa, el territorio más allá del espacio de la propia sede.

A estos criterios verticales se han sumado **etiquetas o “tags”** que permiten una navegación no jerárquica, así como un activo pertenece solo a una categoría, las etiquetas crean afinidades transversales.

Más de treinta etiquetas permiten descubrir los activos de manera sectorizada.

La clasificación por **categorías** es la siguiente:

1. **Artes.** Las actividades estéticas y comunicativas desde la expresión plástica a la literatura, de la fotografía a las nuevas formas de expresión. Suma **18** actividades.



2. **Artes Escénicas.** Reúne manifestaciones artísticas performativas, aquellas en las que el artista está presente. Danza, Teatro, Conciertos y Performances. Se incluyen **9** actividades
3. **Animales de Compañía.** Trata de fomentar el cuidado, educación, alimentación, higiene y salud de las mascotas. Se encuentran incluidas **4** actividades.
4. **Audiovisual.** La imagen en movimiento desde el cine clásico hasta los formatos más vanguardistas. Incluye **9** actividades.
5. **Deporte.** La práctica y el seguimiento de actividades deportivas diversas. Recoge **12** actividades.
6. **El Mayor Espectáculo del Mundo.** El circo es una actividad artística y cultural, una forma de espectáculo vivo y abierto a un mundo en constante evolución. Incluye **3** actividades.
7. **Madrid Ciudad Sostenible.** A medida que las ciudades avanzan sabemos que es indispensable preservar nuestros recursos para promover un futuro sostenible en una ciudad resiliente. Se encuentran incluidas **9** actividades.
8. **Madrid en Fiestas.** Fiestas tradicionales, populares y patronales donde miles de personas disfrutan de sus raíces y costumbres. Incluye **8** actividades.
9. **Formar y experimentar.** Las actividades aquí comprendidas tienen que ver con la educación, la formación y la experimentación y la vista puesta más allá del corto plazo. Están incluidas **5** actividades.
10. **Música.** La música popular, clásica, el jazz, y mucho más. Incluye **12** actividades.
11. **Navidades.** Sueños, ilusión, amor, paz, armonía, vacaciones se unen para disfrutar toda la familia. Incluye **10** actividades.
12. **Promocionando Madrid.** La colaboración público-privada es un ingenio de engranajes que potencia valores compartidos y tiene la ciudad como plataforma. Incluye **8** actividades.
13. **Salud.** Actividades de prevención, protección y promoción de salud de la ciudadanía madrileña. Incluye **2** actividades.
14. **Seguridad y Emergencias.** Jornadas y cursos dirigidos a profesionales, actualización e intercambio de experiencias y conocimiento. Incluye **4** actividades.

Asimismo, mediante **caracteres transversales** se agrupan eventos y actividades en torno a temas, públicos, ocasiones y temáticas. A diferencia de una categoría, un activo patrocinable tiene más de una etiqueta que comparte con una diversidad de otros activos, y puede por ello localizarse a través de diferentes **criterios de búsqueda**.

La categorización por **etiquetas** es la siguiente:

1. Comercio
2. Moda
3. Medio Ambiente
4. Movilidad
5. Sociedad
6. Cultura
7. Economía
8. Música
9. Danza
10. Teatro
11. Cine
12. Fiestas Tradicionales
13. Singular
14. Bienestar
15. Deporte
16. Mayores
17. Salud
18. Tecnología
19. Infraestructuras
20. Jóvenes
21. Navidades
22. Carreras
23. Artes Plásticas
24. Audiovisual
25. Inclusión
26. Infancia
27. Familia
28. Gastronomía
29. Fotografía
30. Turismo
31. Circo
32. Performance
33. Literatura
34. Arquitectura
35. Diseño
36. Animales de compañía
37. Accesibilidad

3. DETALLE DE LAS ACTIVIDADES PATROCINABLES

POR CATEGORÍA

1.- “Artes”

Qué. No somos la misma persona después de contemplar una buena expresión artística como ver una colección de pintura, leer un buen libro, visitar un edificio singular, contemplar una escultura original, asistir a una obra de teatro, un ballet, o escuchar un concierto de un conjunto o artista estimado. Algo nos sucede por dentro que nos transforma y nos moviliza.



Esta categoría reúne actividades dirigidas a un variado segmento de población integrado por personas aficionadas al arte en algunas de sus principales facetas: pintura, literatura, arquitectura, fotografía, cómic... Personas activas atraídas por esas expresiones artísticas que aprecian y viven el arte en los espacios singulares en los cuales el Ayuntamiento de Madrid programa espectáculos y muestras artísticas dirigidas a amplios sectores de la población.

Dónde. En los centros educativos de Madrid, en las Bibliotecas Municipales, en los Centros Culturales CentroCentro Cibeles y Conde Duque, en Madrid Río y Matadero, en Fernán Gómez Centro Cultural de la Villa...

A Quién. Dirigido a artistas, potenciales artistas y consumidores de arte en sus principales expresiones: pintura, literatura, arquitectura, fotografía, cómic... Personas con inquietudes, activas y abiertas.

Actividades. 18

Unidad Gestora	Evento	Fecha
AG. CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. DG.BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS	Restauración de la maqueta de Gil de Palacio	01/01/22 - 01/31/22
AG. CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. DG.BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS	Actos conmemorativos del IV Centenario de la Canonización de San Isidro: Exposición temporal	15/12/22 - 30/06/23
AG. CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. DG.BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS	Museos accesibles	01/01/22 - 31/12/22
AG. CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. DG.PATRIMONIO CULTURAL	Abierto por obras	01/01/22 - 31/12/22
AG. CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. DG.PATRIMONIO CULTURAL	Una esfera entre los dos mundos	01/03/22 - 30/06/22
AG. CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. DG.PROGRAMAS Y ACTIVIDADES CULTURALES	21 Distritos 2022	01/01/22 - 31/12/22
AG. CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. MUSEO DE SAN ISIDRO. TEMPLO DE DEBOD	Exposición "Arqueología canaria en Egipto"	01/01/22 - 31/12/22
AG. ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y EMPLEO. DG COMERCIO Y HOSTELERIA	Meninas Gallery	01/11/22 - 15/12/22
ÁREA DELEGADA INTERNACIONALIZACIÓN Y COOPERACIÓN. SG.CIUDADANÍA GLOBAL Y COOP.INTERNACIONAL	Exposición "Madrid Solidaria"	22/09/22 - 22/12/22
DISTRITO DE CENTRO	Rehabilitación de murales singulares	01/01/22 - 31/12/22
DISTRITO DE CENTRO	Videomapping - Plaza Mayor	01/01/22 - 31/12/22
DISTRITO DE FUENCARRAL-EL PARDO	Certamen Nacional de Pintura Rápida de El Pardo	25/09/22



Unidad Gestora	Evento	Fecha
DISTRITO DE MONCLOA-ARAVACA	Concurso de fotografía "Faro de Moncloa"	15/06/22 - 15/07/22
DISTRITO DE VILLA DE VALLECAS	Certamen de Pintura Rápida de Villa de Vallecas	12/09/22 - 18/09/22
EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS FUNERARIOS Y CEMENTERIOS DE MADRID, S.A.	Visitas guiadas al Cementerio N ^a S ^a de La Almudena	15/03/22 - 15/11/22
MADRID DESTINO - CENTROCENTRO	Dibumad 2022	A determinar fechas 2022
MADRID DESTINO – EVENTOS GLOBALES	2 ^a edición Festival de Luz de Madrid	Finales mes de octubre 2022, a determinar fechas
MADRID DESTINO – MATADERO MADRID	Exposición Janet Cardiff y Georges Bures Miller, The Murder of Crows	15/02/22 - 31/07/22

2.- “Artes Escénicas”

Qué. Esta categoría reúne los eventos que brindan la posibilidad a aquellos que llevan a cabo una representación presencial, en vivo, puedan encontrarse con su público. Con una amplia oferta de actividades, la danza, el teatro, la música y los títeres, son eventos que brindan la oportunidad de compartir un espectáculo en familia. No solo dan la posibilidad de que los artistas creen, sino también ponen en valor nuevos espacios y talentos, como el de las personas mayores, que no siempre están en las agendas culturales. Al realizarse las actividades en numerosos lugares de la ciudad, da la oportunidad a una gran cantidad de personas de participar, y genera una visibilidad en la ciudad para aquellas marcas que encuentren una oportunidad de asociarse con ellas, creando así la posibilidad de conectar con usuarios que no solo están interesados en el arte, sino también con los públicos naturales de aquellos espacios y su área de influencia geográfica.

Dónde. En los centros culturales de los distritos, en el Teatro Español, en Fernán Gómez Centro Cultural de la Villa, en Matadero Madrid, en Conde Duque, en centros educativos, en las calles y plazas de la ciudad.

A Quién. Dirigido a personas de todos los rangos de edad.

Actividades. 9

Unidad Gestora	Evento	Fecha
AG. CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. DG.PROGRAMAS Y ACTIVIDADES CULTURALES	Veranos de la Villa	01/07/22 - 31/08/22
MADRID DESTINO - CENTRO DE CULTURA CONTEMPORÁNEA CONDE DUQUE	Artes escénicas en Conde Duque: Teatro / Danza / Performances	08/09/21 - 30/06/22
MADRID DESTINO - FERNÁN GÓMEZ CENTRO CULTURAL DE LA VILLA	Flamenco Madrid 2022	11/05/22 - 29/05/22
MADRID DESTINO - FERNÁN GÓMEZ CENTRO CULTURAL DE LA VILLA	Las Sin Sombrero	01/10/22 - 31/01/23



AG. FAMILIAS, IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL. SG.MAYORES	Mayores a Escena	01/05/22 - 30/06/22
AG. CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. DG.BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS	Tonadilla escénica. Ciclo de representaciones	01/01/22 - 31/12/22
DISTRITO DE CIUDAD LINEAL	Cine de Verano	01/07/22 - 15/09/22
EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS FUNERARIOS Y CEMENTERIOS DE MADRID, S.A.	Teatro en el Cementerio de Ntra. Sra. de la Almudena	25/10/22 - 31/10/22
MADRID DESTINO - TEATRO ESPAÑOL Y NAVES DEL ESPAÑOL EN MATADERO	Teatro Español	01/09/21 - 31/07/22

3.- “Animales de Compañía”

Qué. Se calcula que en el municipio de Madrid hay más de 1,7 millones de hogares en los que se convive al menos con un animal de compañía. El Ayuntamiento de Madrid, en el Centro de Protección Animal, centros veterinarios concertados y a través de diferentes instituciones, fomenta la responsabilidad necesaria entre las personas dueñas de animales en el cuidado, educación, alimentación, higiene y salud de sus mascotas, se anticipa y persigue el abandono y premia la adopción. Son valores humanitarios y de responsabilidad capaces de ganarse la afinidad de una marca entre millones de personas.

Dónde. En el Centro de Protección Animal, en el Parque del Retiro y en centros veterinarios concertados.

A Quién. A los más de 1,7 millones de hogares en Madrid en los que convive al menos un animal de compañía.

Actividades. 4

Unidad Gestora	Evento	Fecha
MADRID SALUD -SG DE SALUD PÚBLICA	Primera consulta veterinaria gratuita	01/01/22 - 31/12/22
MADRID SALUD -SG DE SALUD PÚBLICA	Atención al Biberón	01/01/22 - 31/12/22
MADRID SALUD -SG DE SALUD PÚBLICA	Animales activos	01/01/22 - 31/12/22
MADRID SALUD -SG DE SALUD PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD	Adopción a primera vista	01/01/22 - 31/12/22

4.- “Audiovisual”

Qué. Cuando uno piensa en audiovisual, usualmente lo relaciona con el cine. Aunque esta categoría lo integra también incorporar desde un lado inusual, buscando lo nuevo. La propuesta abre la categoría audiovisual a nuevas formas de expresión, llamando así la atención de un público inquieto. Toda una rama de lo



experimental entra en juego en esta categoría, dando la posibilidad de expresarse de forma diferente, transmitir mensajes y contar historias desde la creatividad. No solo hay proyecciones sino también invitaciones a participar y crear, experimentar la vanguardia de lo audiovisual. Hay muchas actividades dedicadas a los jóvenes, para que puedan formarse e ir eligiendo su camino. De esta forma, las marcas asociadas podrán tener acceso a una gran cantidad de usuarios, de distintas edades y niveles adquisitivos. Pudiendo conectar con un público que es difícil de alcanzar, que se interesa tanto por lo clásico como por lo moderno.

Dónde. En Matadero Madrid, Cineteca, en Conde Duque, en CentroCentro Cibeles, en La Almudena, en las calles y plazas de los distritos...

A Quién. Dirigido a personas de todas las edades.

Actividades. 9

Unidad Gestora	Evento	Fecha
DISTRITO DE CARABANCHEL	Semana de cine español en Carabanchel	27/01/22 - 06/02/22
DISTRITO DE MONCLOA-ARAVACA	Cine de Verano de la Bombilla	15/06/22 - 15/09/22
EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS FUNERARIOS Y CEMENTERIOS DE MADRID, S.A.	Cine en el Cementerio	01/05/22 - 31/10/22
MADRID DESTINO - CENTRO DE CULTURA CONTEMPORÁNEA CONDE DUQUE	Cine y audiovisuales en Conde Duque	30/09/21 - 17/06/22
MADRID DESTINO - CENTROCENTRO	Cibeles de Cine 2022	01/07/22 - 31/08/22
MADRID DESTINO – MATADERO MADRID	L.E.V. Matadero. Festival de Electrónica Visual y Experiencias Inmersivas	21/09/22 - 25/09/22
MADRID DESTINO - MATADERO MADRID-CINETECA	Documenta Madrid. Festival Internacional de Cine	03/05/22 - 08/05/22
MADRID DESTINO - MATADERO MADRID-CINETECA	Cineplaza de Verano 2022	14/07/22 - 14/08/22
MADRID DESTINO - MATADERO MADRID-CINETECA	Animario	10/11/22 - 13/11/22

5.- “Deporte”

Qué. Esta categoría contacta directamente con miles de deportistas, hombres y mujeres de todas las edades y un número aún mayor de personas seguidoras y aficionadas al deporte en centros deportivos municipales, en las calles de los Distritos y en centros docentes de Madrid. El deporte es la actividad humana de esparcimiento con mayor impacto a nivel mundial y, en consecuencia, proporciona a las marcas patrocinadoras una penetración de mercado que no encuentran en ningún otro ámbito. Hay que tener en cuenta que la práctica y el seguimiento de actividades deportivas hace que la marca patrocinadora llegue



a más gente en el tiempo que dura la actividad, que en cualquier otro tipo de campaña publicitaria en medios convencionales.

Cuando el grado de implicación de la marca con los equipos o deportistas se hace notar, se crea una unión entre la marca y los aficionados/deportistas, donde se sienten representados y por lo tanto interesados en consumir esa marca antes que otras. Además, gracias a la asociación de la marca a los valores del deporte, la mente y el cuerpo sanos, la superación, la competitividad, la fraternidad, la nobleza, el sacrificio..., se obtiene una afinidad y un posicionamiento que ningún otro ámbito podrá conseguir.

Dónde. En los centros deportivos municipales, en los distritos, en centros docentes de Madrid donde el Ayuntamiento de Madrid pone en marcha numerosas actividades deportivas.

A Quién. Personas de todas las edades que practican deporte así como familias, seguidores y aficionados.

Actividades. 12

Unidad Gestora	Evento	Fecha
AG. PORTAVOZ, SEGURIDAD Y EMERGENCIAS. DIRECCIÓN GENERAL DE EMERGENCIAS Y P.C - CUERPO DE BOMBEROS	Semana Deportiva Bomberos de Madrid Carrera Urbana 10KM	05/03/22 - 13/03/22
ÁREA DELEGADA DE DEPORTE. DG.DEPORTE	Juegos Deportivos Municipales	01/10/21 - 30/06/22
ÁREA DELEGADA DE DEPORTE. DG.DEPORTE	Rehabilitación de instalaciones deportivas básicas	01/01/22 - 31/12/22
ÁREA DELEGADA DE DEPORTE. SG EXTENSIÓN, PROMOCIÓN Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y PRÁCTICA DEPORTIVA	Cubo Gym Madrid	01/01/22 - 31/12/22
ÁREA DELEGADA DE DEPORTE. UNIDAD DE FOMENTO AL TEJIDO ASOCIATIVO	Escuelas municipales de promoción deportiva en centros escolares	01/09/22 - 30/06/23
DISTRITO DE BARAJAS	Competición BMX	25/09/22 - 25/09/22
DISTRITO DE BARAJAS	Jornadas Dinamización zonas parkour y calistenia Distrito de Barajas	01/01/22 - 31/12/22
DISTRITO DE CARABANCHEL	Media Maratón de Carabanchel	05/06/22 - 05/06/22
DISTRITO DE CHAMARTÍN	Olimpiadas Escolares	01/05/22 - 22/06/22
DISTRITO DE TETUÁN	Cross Escolar de Tetuán	15/12/22 - 15/12/22
DISTRITO DE VILLA DE VALLECAS	Olimpiadas Escolares Vallecanas	01/05/22 - 31/05/22
DISTRITO DE VILLA DE VALLECAS	Milla Popular Villa de Vallecas	02/05/22 - 31/05/22



6.- “El Mayor Espectáculo del Mundo”

Qué. El circo es una actividad artística, deportiva y cultural, que se articula en torno al desarrollo de la motricidad, la creatividad, la expresión y el trabajo en equipo. Como forma de espectáculo es un lugar de intercambio de ideas, de expresión de culturas diferentes y de reflexión. Es un arte vivo y abierto al mundo que está en constante evolución. Pese a la transición vivida desde el circo clásico al contemporáneo, sus valores siguen siendo idénticos: el sacrificio, el esfuerzo, la creatividad, la capacidad de sorprender, el trabajo en equipo... El Circo, además, está envuelto en un halo de mitos y leyendas que lo convierten en "El Mayor Espectáculo del Mundo" (Cecil B. de Mille). Estas acciones facilitan contactar con un gran número de personas amantes de las sorpresas del circo clásico y contemporáneo. Público de todas las edades con interesantes perfiles, concentrados en temporadas del año de alto índice de consumo y tiempo libre.

Dónde. En el Teatro Circo Price.

A Quién. Estas actividades facilitan contactar con muchísimas personas, amantes de las sorpresas del circo clásico y contemporáneo. Público de todas las edades con interesantes perfiles, concentrados en temporadas del año de alto índice de consumo y tiempo libre.

Actividades. 3

Unidad Gestora	Evento	Fecha
MADRID DESTINO – TEATRO CIRCO PRICE	XII Festival Internacional de Magia	09/02/22 - 13/03/22
MADRID DESTINO – TEATRO CIRCO PRICE	Circo en Otoño 2022	Septiembre (5 días), octubre (14 días) y noviembre (7 días)
MADRID DESTINO – TEATRO CIRCO PRICE	Circo en Primavera 2022	01/03/22 - 31/05/22

7.- “Madrid Ciudad Sostenible”

Qué: Una relación equilibrada entre los seres vivos y su entorno es crucial para la vida en el planeta y por ende para la propia especie humana. El Ayuntamiento de Madrid trabaja para mejorar el entorno urbano en diversos frentes, creando nuevos espacios verdes, construyendo la ciudad de forma sostenible e impulsando la sensibilización de la ciudadanía en la necesidad de buscar confluencias entre protección del medio ambiente, desarrollo económico y calidad de vida.

En esta categoría se integran acciones de gran alcance que conectan a millones de personas, a la práctica totalidad de la población de Madrid con el futuro de la ciudad, la protección del medio ambiente y la sostenibilidad. Una responsabilidad que se configura como individual y colectiva. Crear un gran bosque verde que rodeará la ciudad en los próximos años, fomentar la producción y el consumo de proximidad en los barrios, mejorar la movilidad con nuevos medios y deliberar sobre la edificación y el urbanismo responsable

en la ciudad constituyen retos y oportunidades para poner en valor la esencia de lo que Madrid es y quiere ser.

Se aprecia con claridad un aumento de la consciencia en los consumidores, lo que hace que investiguen qué marcas están intentando hacer un cambio en relación con el medio ambiente. Al alinearse con estos valores, todos aquellos usuarios preocupados por el entorno y la sustentabilidad van a elegir a aquellas marcas que tengan su misma preocupación. Al alinearse con valores y principios éticos que son universales, cualquier marca asociada a esta labor, construirá una mayor afinidad y conexión emocional con miles de personas comprometidos de manera activa o en vías de estarlo con la sostenibilidad.

Dónde. En espacios vacantes de la ciudad, en sedes institucionales y en distintos centros municipales, distritos y barrios.

A Quién. Dirigido a miles de personas implicadas de manera activa con el desarrollo sostenible y a la totalidad de la población de Madrid, destinataria de las acciones programadas así como a los diferentes perfiles profesionales relacionados con la gestión urbana, la construcción y la movilidad.

Actividades. 9

Unidad Gestora	Evento	Fecha
AG. DESARROLLO URBANO. DG. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	Barrios Productores	01/01/22 - 31/12/24
AG. DESARROLLO URBANO. DG. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	Bosque Metropolitano	01/01/22 - 31/12/24
AG. MEDIO AMBIENTE Y MOVILIDAD. COORDINACIÓN GENERAL DE MOVILIDAD	Semana Europea de la Movilidad	16/09/22 - 22/09/22
AG. MEDIO AMBIENTE Y MOVILIDAD. D.G. SOSTENIBILIDAD Y CONTROL AMBIENTAL	Actividades del Programa Stars-Eccentric: Formación en Movilidad	01/01/22 - 28/02/22
AG. MEDIO AMBIENTE Y MOVILIDAD. DG. SOSTENIBILIDAD Y CONTROL AMBIENTAL	Mejora de la accesibilidad a los huertos urbanos	01/01/22 - 31/12/22
ÁREA DELEGADA DE VIVIENDA. DG. VIVIENDA, REHABILITACIÓN Y REGENERACIÓN	Feria de rehabilitación energética en Madrid	16/06/22 - 17/06/22
ÁREA DELEGADA INTERNACIONALIZACIÓN Y COOPERACIÓN. D.G. COOPERACIÓN Y CIUDADANÍA GLOBAL	Exposición "Madrid y los ODS"	21/09/22 - 21/12/22
EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTES DE MADRID, S. A.	Servicio BiciMad	01/01/22 - 23/12/24
EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTES DE MADRID, S. A.	Aparcamientos Disuasorios	01/01/22 - 31/12/22

8.- “Madrid en Fiestas”

Qué. Esta categoría pone a disposición de los patrocinadores, la posibilidad de contactar con prácticamente un millón de personas que esperan un año para disfrutar de sus fiestas patronales y populares en distintos barrios y distritos de Madrid. Hay que enfatizar el carácter posesivo del pronombre, ya que realmente son SUYAS y así lo sienten. Las fiestas populares y patronales forman parte de los orígenes, las raíces y las costumbres de la gente que participa de ellas.

El poder pertenecer y formar parte de una comunidad es algo que ha tomado otra importancia en el último tiempo y que definitivamente va a tener más impronta este año, creando la posibilidad de reunirse nuevamente y festejar las distintas fiestas que forman parte de la historia de Madrid. Asociando una marca a algo tan intenso para tantos cientos de miles de personas, se consigue una afinidad extraordinaria. Además, la marca obtendrá una notoriedad espectacular al participar de la repercusión mediática de las campañas de comunicación y publicidad de estos eventos

Dónde. En los espacios tradicionales para las fiestas y nuevos ámbitos urbanos, calles y plazas de Madrid.

A Quién. Dirigido a cientos de miles de personas que disfrutan de las diferentes fiestas tradicionales, patronales y populares en Madrid.

Actividades: 8

Unidad Gestora	Evento	Fecha
ÁREA DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. DG. PROGRAMAS Y ACTIVIDADES CULTURALES	San Isidro 2022	14/05/22 - 22/05/22
DISTRITO DE CARABANCHEL	Fiestas de San Isidro	06/05/22 - 15/05/22
DISTRITO DE CHAMARTÍN	Fiestas en el Distrito	01/01/22 - 31/12/22
DISTRITO DE CIUDAD LINEAL	Fiestas del Distrito de Ciudad Lineal	11/09/22 - 26/09/22
DISTRITO DE LATINA	Fiestas de Aluche 2022	27/05/22 - 05/06/22
MADRID DESTINO - EVENTOS GLOBALES	Noches de Ramadán 2022	A determinar
MADRID DESTINO - EVENTOS GLOBALES	Año Nuevo Chino 2022	A determinar
MADRID DESTINO - EVENTOS GLOBALES	Carnaval 2022	A determinar

9.- “Formar y Experimentar”

Qué: Las actividades incluidas en la categoría tienen una vocación de difusión abierta y de conectividad facilitadora. Las diferentes temáticas se acercan a disciplinas como la música, el patrimonio, los orígenes de la ciudad, el periodismo, el arte, la ciencia, a través de las herramientas innovadoras que posibilitan hoy la información y la comunicación entre las personas y las organizaciones. Distintas actividades y eventos en busca de colaboración tecnológica y experimentación digital, para lograr el desarrollo y difusión de valores y contenidos culturales artísticos, históricos y humanos, pero también el acercamiento a la infancia donde se busca conectar a los niños con la ciencia y la creatividad, desde un espacio lúdico. Sabemos la importancia

de tener usuarios jóvenes para llegar al resto de las familias. Las marcas que participen podrán por lo tanto generar interés en menores que serán quienes luego recuerdan a sus padres su interés por aquellas.

Las marcas patrocinadoras por tanto no solo quedarán asociadas a estos conceptos, sino que también demostrarán su interés en fomentar nuevos pensamientos, nuevas tecnologías, por formar con nuevas herramientas. De esta forma las personas usuarias o sus familiares podrán conectar con la marca, llegando potencialmente a un amplio espectro de la población, personas entre 15 y 65 años, usuarios y consumidores de nuevas tecnologías y de segmentos diversos respecto a su perfil formativo, tecnológico y capacidad de compra.

Dónde. En los ámbitos municipales abiertos y espacios experimentales, Matadero Madrid y equipamientos de los Distritos.

A Quién. Dirigido a un público heterogéneo de segmentos diversos.

Actividades: 5

Unidad Gestora	Evento	Fecha
AG. CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. SG. BIBLIOTECAS Y ARCHIVOS	Bibliotecas accesibles	01/01/22 - 31/12/22
AG. CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. SG. BIBLIOTECAS Y ARCHIVOS	Control de aforos en bibliotecas	01/01/22 - 31/12/22
DISTRITO DE TETUÁN	Certamen Literario Infantil Tetu y Tuán	01/09/22 - 30/06/23
DISTRITO DE TETUÁN	Día del Niño en Tetuán	29/05/22 - 29/05/22
DISTRITO DE VILLAVERDE	Certamen de la Excelencia Académica	01/09/21 - 30/06/22

10.- "Música"

Qué: Esta categoría consta de una gran variedad de actividades musicales como conciertos, acciones para el día de la música, espectáculos gratuitos, y festivales. Al no centrarse en un solo estilo musical y extender la propuesta a una diversidad de estilos musicales, la participación se agranda. Hay eventos para todos los gustos. El conjunto de actividades integradas en la categoría ofrece una buena oportunidad para contactar con decenas de miles de personas con un perfil de edad, nivel adquisitivo y de formación diverso, agrupadas como hilo conductor por el gusto y el disfrute con la música en sus diferentes vertientes. Son actividades y eventos capaces de convocar a un segmento de población muy específico, atractivo y en ocasiones "escurridizo" para las marcas.

Dónde. En el Parque del Retiro, en los distritos, en Matadero Madrid, en el Centro de Cultura Contemporánea Conde Duque y múltiples espacios y auditorios de la ciudad.



A Quién. Dirigido a públicos diversos que conectan con la música en sus distintas modalidades.

Actividades: 12

Unidad Gestora	Evento	Fecha
AG. CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. DG. BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS	Transcripción y orquestación virtual de partituras pertenecientes a la colección de música escénica de los siglos XVIII y XIX de la Biblioteca Histórica	01/01/22 - 31/12/22
ÁREA DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. DG.PROGRAMAS Y ACTIVIDADES CULTURALES	Conciertos de la Banda Sinfónica Municipal de Madrid	01/01/22 - 31/12/22
ÁREA DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. DG.PROGRAMAS Y ACTIVIDADES CULTURALES	Festival de Jazz Madrid 2022	01/11/22 - 30/11/22
ÁREA DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE. DG.PROGRAMAS Y ACTIVIDADES CULTURALES	Día Europeo de la Música en Matadero	21/06/22 - 21/06/22 puede durar más de 1 día
DISTRITO DE MONCLOA-ARAVACA	Ciclos musicales	01/01/22 - 31/10/22
DISTRITO DE VICÁLVARO	Ciclos de Conciertos en Santa María La Antigua	01/03/22 - 31/12/22
DISTRITO DE VILLAVERDE	Festival Indispensable en Villaverde	29/09/22 - 30/09/22
EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS FUNERARIOS Y CEMENTERIOS DE MADRID, S.A.	Concierto Nocturno "La Noche de las Luces"	22/05/22 - 02/11/22
MADRID DESTINO - CENTRO DE CULTURA CONTEMPORÁNEA CONDE DUQUE	Música en Conde Duque	08/09/21 - 26/06/22
MADRID DESTINO - MATADERO	Plaza Musica Dos Plazas Programadas	18/06/22 - 10/09/22
MADRID DESTINO - TEATRO CIRCO PRICE	Festival Inverfest.- 7ª edición en 2022	07/01/22 - 06/02/22
MADRID DESTINO - TEATRO ESPAÑOL Y NAVES DEL ESPAÑOL EN MATADERO	Animales Mixtos: Ciclos de Conciertos en las Naves del Español de Matadero	13, 20 y 27 de enero y 3, 10 y 17 de febrero

11.- "Navidades"

Qué. Navidad es sinónimo de sueños, ilusión, amistad, amor, familia, alegría, paz, armonía, vacaciones, tiempo libre... conceptos todos ellos positivos, a los que las marcas patrocinadoras estarán asociadas durante la época anual de mayor consumo. Este conjunto de acciones ofrece la posibilidad de llegar a residentes y visitantes de la ciudad, mediante mensajes que generan bienestar. Contactos que se concentran en apenas unas horas en la mayoría de eventos de esta categoría, desarrollados en los escenarios, plazas y calles más emblemáticas del centro de la ciudad y sus distritos.

Dónde. En los espacios, plazas y calles más emblemáticas de los distritos y de la ciudad de Madrid.

A Quién. Pensado para más de 3 millones de personas de todas las edades concentradas en apenas unas horas, en la época del año de mayor consumo.

Actividades. 10

Unidad Gestora	Evento	Fecha
DISTRITO DE CARABANCHEL	Cabalgata de Reyes de Carabanchel	04/01/22 - 04/01/23
DISTRITO DE MONCLOA-ARAVACA	Navidad en Moncloa Aravaca	20/11/22 - 06/01/23
DISTRITO DE TETUÁN	Cabalgata de Reyes de Tetuán	04/01/23 - 04/01/23
DISTRITO DE TETUÁN	Pista de hielo de navidad	01/12/22 - 01/01/23
DISTRITO DE VILLA DE VALLECAS	Concierto de Navidad del Distrito de Villa de Vallecas	01/12/22 - 06/01/23
DISTRITO DE VILLAVERDE	Cabalgata de Reyes multicultural en los barrios de Villaverde	05/01/23 - 05/01/23
MADRID DESTINO - EVENTOS GLOBALES	Navidades 2022 - Cabalgata 2023	01/12/22 - 07/01/23
MADRID DESTINO - CENTROCENTRO	Cibeles Sobre Hielo	21/12/22 - 06/01/23
MADRID DESTINO - FERNÁN GÓMEZ CENTRO CULTURAL DE LA VILLA	Navidad en la Villa	01/12/22 - 06/01/23
MADRID DESTINO - TEATRO CIRCO PRICE	Navidades en el Price	26/11/22 - 08/01/23

12.- “Promocionando Madrid”

Qué: El propósito de esta categoría es ofrecer el Madrid más atractivo a los ojos tanto de quienes residen en la ciudad cómo aquellos que están de paso. Los eventos de esta categoría incluyen acciones que se desarrollan todo el año, permitiendo así una publicidad constante hacia las marcas que se asocien. También incluye actividades relacionadas con la moda, la gastronomía, el arte, la cultura y la decoración, ampliando el espectro de usuarios con los que se contacta. Las marcas que se asocien podrán alcanzar a una cantidad de consumidores, de amplio espectro adquisitivo y de intereses, que de otra forma sería difícil conseguir.

Dónde. En los establecimientos comerciales de la ciudad, en espacios, plazas y calles emblemáticas de la ciudad y sus distritos y en foros económicos y espacios de encuentro donde Madrid estará presente.

A Quién. Dirigido a un público muy amplio y heterogéneo de segmentos diversos.

Actividades. 8



Unidad Gestora	Evento	Fecha
AG. ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y EMPLEO. DG. COMERCIO Y HOSTELERÍA	Las Ventanas de Madrid	01/01/22 - 31/12/22
AG. ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y EMPLEO. DG. COMERCIO Y HOSTELERÍA	Madrid Es Moda	01/03/22 - 30/09/22 Dos ediciones al año: una edición en marzo y otra en septiembre de 2022
AG. ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y EMPLEO. DG. COMERCIO Y HOSTELERÍA	Madrid Craftweek	17/05/22 - 25/12/22
DISTRITO DE CENTRO	A Pie de Plaza	01/01/22 - 31/12/22
DISTRITO DE VILLAVERDE	Certamen de escaparates, tiendas y balcones	01/11/22 - 31/01/23
EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTES DE MADRID, S. A.	Teleférico	01/01/22 - 31/12/22
MADRID DESTINO - CENTROCENTRO	Mirador Madrid	01/01/22 - 31/12/22
MADRID DESTINO - EVENTOS GLOBALES	Gastrofestival 2022	A determinar fechas

13.- "Salud"

Qué: En los últimos tiempos estamos constatado la importancia que tiene la salud. Millones de personas están constantemente conectadas a noticias y datos de investigaciones en salud como nunca ocurrió antes. Esta categoría contiene actividades tanto para los profesionales de salud, como para todos los públicos, abriendo así la posibilidad de alcance de las marcas asociadas a las que se da una visibilidad muy relevante. Una de las actividades está destinada a las personas mayores, fomentando el deporte y la sociabilidad. Creando así la posibilidad de reunirse después de los momentos difíciles que pasaron. Todas las marcas que se asocien con actividades encuadradas en esta categoría tendrán por lo tanto una imagen de cuidado hacia la sociedad, algo que atrae a los consumidores que tienen la esperanza de que todo mejore y que por lo tanto van a relacionar a estos patrocinadores con sus emociones y su felicidad.

Dónde. En los establecimientos comerciales de la ciudad, en espacios, plazas y calles emblemáticas de la ciudad y sus distritos y en foros económicos y espacios de encuentro profesional donde Madrid estará presente.

A Quién. Dirigido a un público usuario y profesionales relacionados con la salud de segmentos diversos.

Actividades. 2

Unidad Gestora	Evento	Fecha
AG. FAMILIAS, IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL. DG. MAYORES	Actividades de sensibilización sobre Ejercicio al Aire Libre para Personas Mayores "Moverse es Cuidarse"	01/01/22 - 31/12/22
ORGANISMO AUTÓNOMO MADRID SALUD	ALAS: Alimentación, Actividad Física y Salud. Proyecto Cities Changing Diabetes	01/01/22 - 31/12/22

14.- “Seguridad y Emergencias”

Qué. Es una tarea del Ayuntamiento de Madrid velar por la seguridad y generar en la ciudadanía sensación de confianza. Las actividades incluidas en esta categoría desarrolladas en diferentes centros municipales y espacios, se dirigen a perfiles profesionales relacionados con profesionales de la psicología y la intervención social en situaciones de crisis, atención a víctimas de violencia de género, servicios de emergencia hospitalarios y pre-hospitalarios, responsables de policía, bomberos así como por extensión, a la ciudadanía en su conjunto.

Dónde. Espacios vinculados al Área de Portavoz, Seguridad y Emergencias.

A Quién. Dirigido a un público de perfil profesional relacionado con el ámbito de la seguridad y las emergencias.

Actividades. 4

Unidad Gestora	Evento	Fecha
AG. PORTAVOZ, SEGURIDAD Y EMERGENCIAS. DIRECCIÓN GENERAL DE EMERGENCIAS Y P.C - CUERPO DE BOMBEROS	Carrera Vertical de Bomberos en Torrespacio	01/10/22 - 08/10/22
AG. PORTAVOZ, SEGURIDAD Y EMERGENCIAS. SAMUR PROTECCION CIVIL	X Jornadas sobre Atención al Maltrato Infantil desde Emergencias	01/09/22 - 31/12/22
AG. PORTAVOZ, SEGURIDAD Y EMERGENCIAS. SAMUR PROTECCION CIVIL	III Jornada Nacional de Analítica en Emergencias	01/02/22 - 01/02/22
AG. PORTAVOZ, SEGURIDAD Y EMERGENCIAS. SAMUR PROTECCION CIVIL	XXV Jornadas Municipales sobre Catástrofes	28/10/22 – 29/10/22

Total: 113 actividades.

Madrid, julio de 2022



4. ANEXO I

ACTIVIDADES DE LAS ENTIDADES QUE CONFORMAN EL SECTOR PÚBLICO

Madrid Destino Cultura, Turismo y Negocio SA

Unidad Gestora	Evento	Fecha
MADRID DESTINO - EVENTOS GLOBALES	Navidades 2022 - Cabalgata 2023	01/12/22 - 07/01/23
MADRID DESTINO - CENTRO DE CULTURA CONTEMPORÁNEA CONDE DUQUE	Artes escénicas en Conde Duque: Teatro / Danza / Performances	08/09/21 - 30/06/22
MADRID DESTINO - CENTRO DE CULTURA CONTEMPORÁNEA CONDE DUQUE	Cine y audiovisuales en Conde Duque	30/09/21 - 17/06/22
MADRID DESTINO - CENTRO DE CULTURA CONTEMPORÁNEA CONDE DUQUE	Música en Conde Duque	08/09/21 - 26/06/22
MADRID DESTINO - CENTROCENTRO	Cibeles de Cine 2022	01/07/22 - 31/08/22
MADRID DESTINO - CENTROCENTRO	Mirador Madrid	01/01/22 - 31/12/22
MADRID DESTINO - CENTROCENTRO	Cibeles Sobre Hielo	21/12/22 - 06/01/23
MADRID DESTINO - CENTROCENTRO	Dibumad 2022	A determinar fechas 2022
MADRID DESTINO - EVENTOS GLOBALES	Noches de Ramadán 2022	A determinar
MADRID DESTINO - EVENTOS GLOBALES	Año Nuevo Chino 2022	A determinar
MADRID DESTINO - EVENTOS GLOBALES	Gastrofestival 2022	A determinar fechas 2022
MADRID DESTINO – EVENTOS GLOBALES	2ª edición Festival de Luz de Madrid	Finales mes de octubre 2022, a determinar fechas
MADRID DESTINO - FERNÁN GÓMEZ CENTRO CULTURAL DE LA VILLA	Flamenco Madrid 2022	11/05/22 - 29/05/22
MADRID DESTINO - FERNÁN GÓMEZ CENTRO CULTURAL DE LA VILLA	Las Sin Sombrero	01/10/22 - 31/01/23
MADRID DESTINO - FERNÁN GÓMEZ CENTRO CULTURAL DE LA VILLA	Navidad en la Villa	01/12/22 - 06/01/23



Unidad Gestora	Evento	Fecha
MADRID DESTINO - MATADERO	Plaza Música Dos Plazas Programadas	18/06/22 - 10/09/22
MADRID DESTINO – MATADERO MADRID	L.E.V. Matadero. Festival de Electrónica Visual y Experiencias Inmersivas	21/09/22 - 25/09/22
MADRID DESTINO – MATADERO MADRID	Exposición Janet Cardiff y Georges Bures Miller, The Murder of Crows	15/02/22 - 31/07/22
MADRID DESTINO - MATADERO MADRID- CINETECA	Documenta Madrid. Festival Internacional de Cine	03/05/22 - 08/05/22
MADRID DESTINO - MATADERO MADRID- CINETECA	Cineplaza de Verano 2022	14/07/22 - 14/08/22
MADRID DESTINO - MATADERO MADRID- CINETECA	Animario	10/11/22 - 13/11/22
MADRID DESTINO - TEATRO CIRCO PRICE	Festival Inverfest.- 7ª edición en 2022	07/01/22 - 06/02/22
MADRID DESTINO - TEATRO CIRCO PRICE	Navidades en el Price	26/11/22 - 08/01/23
MADRID DESTINO – TEATRO CIRCO PRICE	XII Festival Internacional de Magia	09/02/22 - 13/03/22
MADRID DESTINO – TEATRO CIRCO PRICE	Circo en Otoño 2022	Septiembre (5 días), octubre (14 días) y noviembre (7 días)
MADRID DESTINO – TEATRO CIRCO PRICE	Circo en Primavera 2022	01/03/22 - 31/05/22
MADRID DESTINO - TEATRO ESPAÑOL Y NAVES DEL ESPAÑOL EN MATADERO	Animales Mixtos: Ciclos de Conciertos en las Naves del Español de Matadero	13, 20 y 27 de enero y 3, 10 y 17 de febrero
MADRID DESTINO - TEATRO ESPAÑOL Y NAVES DEL ESPAÑOL EN MATADERO	Teatro Español	01/09/21 - 31/07/22
MADRID DESTINO EVENTOS GLOBALES	Carnaval 2022	A determinar

Total: 29 actividades.



Empresa Municipal de Servicios Funerarios de Madrid

Unidad Gestora	Evento	Fecha
EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS FUNERARIOS Y CEMENTERIOS DE MADRID, S.A.	"Cine en el Cementerio"	01/05/22 - 31/10/22
EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS FUNERARIOS Y CEMENTERIOS DE MADRID, S.A.	Concierto Nocturno "La Noche de las Luces"	22/05/22 - 02/11/22
EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS FUNERARIOS Y CEMENTERIOS DE MADRID, S.A.	Visitas guiadas al Cementerio N ^ª S ^ª de La Almudena	15/03/22 - 15/11/22
EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS FUNERARIOS Y CEMENTERIOS DE MADRID, S.A.	Teatro en el Cementerio de Ntra. Sra. de la Almudena	25/10/22 - 31/10/22

Total: 4 actividades.

Empresa Municipal de Transportes de Madrid

Unidad Gestora	Evento	Fecha
EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTES DE MADRID, S. A.	Servicio BiciMad	01/01/22 - 23/12/24
EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTES DE MADRID, S. A.	Teleférico	01/01/22 - 31/12/22
EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTES DE MADRID, S. A.	Aparcamientos Disuasorios	01/01/22 - 31/12/22

Total: 3 actividades.

Organismo Autónomo Madrid Salud

Unidad Gestora	Evento	Fecha
MADRID SALUD -SG DE SALUD PÚBLICA	Primera consulta veterinaria gratuita	01/01/22 - 31/12/22
MADRID SALUD -SG DE SALUD PÚBLICA	Atención al Biberón	01/01/22 - 31/12/22
MADRID SALUD -SG DE SALUD PÚBLICA	Animales activos	01/01/22 - 31/12/22
MADRID SALUD -SG DE SALUD PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD	Adopción a primera vista	01/01/22 - 31/12/22
ORGANISMO AUTÓNOMO MADRID SALUD	ALAS: Alimentación, Actividad Física y Salud. Proyecto Cities Changing Diabetes	01/01/22 - 31/12/22

Total: 5 actividades.

5. ANEXO II

COMPONENTES DE LOS PATROCINIOS (derechos/retornos)

Los activos patrocinables se forman a partir de la articulación ordenada y estructurada de una serie de derechos o retornos de patrocinio, que pueden ser de 3 tipos:

- Retornos comerciales
- Retornos de imagen
- Retornos institucionales

Es fundamental, a la hora de elaborarlos, analizar en profundidad los activos e identificar los derechos o retornos, que pueden ser **tangibles o intangibles**. En su identificación, el aspecto clave es la consideración de aquellos retornos que podrán ser de mayor interés a un potencial patrocinador.

Retornos Comerciales:

- Acción promocional/comercial (off-line/on-line)
- Sampling + tryvertising
- Street Marketing
- Marketing Directo (off-line, on-line)
- Intranet (Ayto. Madrid (“programa ventaja”))
- Oportunidades negocio con usuarios y de networking con el Ayuntamiento.
- Posibilidad elaborar merchandising.

Retornos de Imagen:

- Denominación y Uso nombre o logo
- Naming Rights (NR)
- Aplicación de los NR en:
 - ✓ Señalética
 - ✓ Materia Colateral
 - ✓ Otros
- Visibilidad de marca
 - ✓ Marca en soportes exterior
 - ✓ Marca en soportes interior
 - ✓ Marca en soportes on-line (web, redes sociales)
 - Publicidad
 - “Sección Partners”
 - ✓ Marca en otros soportes (uniformes, regalos, camisetas, etc.)
- Cesión de soportes propiedad del Ayuntamiento
- Derecho de customización
- Visibilidad de marca en ruedas de prensa
- Material colateral



Retornos Institucionales:

- Invitación a actos institucionales y reconocimiento
- Entradas y hospitalidades
- Acceso y/o uso de espacios municipales
- Exclusividad
- Otros:
 - ✓ Presentación patrocinio (acto/nota prensa)
 - ✓ Memoria del patrocinador
 - ✓ Primer derecho renovación
 - ✓ Asistencia en la activación (manual)
 - ✓ Asistencia Relaciones Públicas (RRPP) Ayto. de Madrid en aplicación Naming Rights
 - ✓ Acceso a archivo audiovisual Ayto. de Madrid
 - ✓ Presencia en campañas sensibilización
 - ✓ Otros beneficios (ad-hoc)