

Programa Anual de Patrocinios de la Ciudad de Madrid 2023

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.	5
	1.- La oportunidad táctica	6
	2.- La oportunidad estratégica	6
	3.- La coartada narrativa	6
	4.- El Proceso de Evaluación	7
	5.- Patrocinio y responsabilidad social de las empresas	8
2.	ESTRUCTURA DEL PROGRAMA DE PATROCINIOS	8
3.	DETALLE DE LAS ACTIVIDADES PATROCINABLES.....	11
	POR CATEGORÍA	11
	1.- “Artes”	11
	2.- “Artes Escénicas”	12
	3.- “Animales de Compañía”	13
	4.- “Audiovisual”	13
	5.- “Deporte”	14
	6.- “El Mayor Espectáculo del Mundo”	15
	7.- “Madrid Ciudad Sostenible”	16
	8.- “Madrid en Fiestas”	17
	9.- “Formar y Experimentar”	18
	10.- “Música”	18
	11.- “Navidades en Madrid”	19
	12.- “Promocionando Madrid”	20
	13.- “Salud”	20
	14.- “Seguridad y Emergencias”	21
4.	ANEXO I	22
5.	ANEXO II	25

1. INTRODUCCIÓN

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

El Ayuntamiento de Madrid cuenta con una **Ordenanza reguladora de los patrocinios privados de Actividades Municipales** desde 2012 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 patrocinadas a propuesta 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 de comunicación disponibles.

La **Oficina de Partenariado y Marca Madrid** de la Coordinación General de Economía Comercio Consumo y Partenariado del Área de Gobierno de Economía Innovación y Empleo tiene encomendada el apoyo a la gestión de búsqueda e identificación de empresas y marcas que colaboren en el desarrollo de actividades y proyectos municipales a través del patrocinio. Esta tarea se configura como un objetivo estratégico de la acción municipal, pese a circunstancias coyunturales en el sector publicitario, muy sensible a las fluctuaciones del mercado derivadas de situaciones concretas como la crisis sanitaria Covid-19 o cambios más estructurales en los modelos de comunicación de las empresas, en los que las redes sociales tienen un peso cada vez mayor en detrimento de formatos más tradicionales como el patrocinio. Ello tiene reflejo en los datos de colaboración y patrocinio registrados que presentan una reducción del número y montante económico de las acciones desarrolladas en el Ayuntamiento de Madrid. A fin de mantener un volumen razonable de la actividad de patrocinio de acciones municipales, esta tendencia debe ser contrarrestada mediante la elaboración de un Programa Anual de Patrocinios, realista pero ambicioso, técnicamente sólido y atractivo para marcas y empresas potenciales patrocinadoras.

Para el año 2023 desde esta óptica, el Ayuntamiento de Madrid implementará acciones necesarias para lograr los **objetivos** del Programa, que se concretan en:

- a.-** Fomentar y fidelizar los patrocinios y la colaboración empresarial en la actividad municipal,
- b.-** Elaborar un programa de actividades municipales patrocinables atractivo para el mercado, conformando 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.-** Continuar con el proceso de disminución del número de actividades ofertadas pero incrementando su potencialidad y viabilidad comercial, 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 trabajo de campo profesionalizado con las diferentes unidades directivas municipales, para lograr un porcentaje de patrocinios razonable como vía de financiación alternativa o complementaria al presupuesto público.

Asimismo como herramientas complementarias de mejora de la gestión del patrocinio en el ámbito municipal se están desarrollando dos acciones determinantes:

1.- Contrato abierto 300/2022/00818 para la comercialización de actividades municipales patrocinables:

La comercialización mediante un 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.- Obtener una financiación relevante para actividades municipales mediante una gestión eficaz del contrato.

Las dificultades con las que se encuentran los gestores públicos en la captación de patrocinios por las circunstancias y evolución del mercado publicitario anteriormente mencionadas se trasladan a los procesos contractuales como el propuesto que vincula a una agencia especializada en el desarrollo de una gestión profesionalizada del patrocinio dentro en la organización municipal. En tal sentido, el concurso convocado para su adjudicación a través del procedimiento 300/2021/00631 tuvo que declararse desierto por falta de licitadores.

Tras esta situación, fueron modificados los pliegos de condiciones del contrato de referencia para propiciar el interés de empresas especializadas manteniendo el gasto previsto pero dando mayor peso a la parte fija del precio en detrimento de la variable en función de resultados. En consecuencia, se encuentra actualmente en tramitación administrativa el nuevo procedimiento **300/2022/00818** para en plazo breve poder realizar su selección y adjudicación y disponer de una agencia comercializadora para la configuración difusión y del Programa anual de actividades municipales patrocinables 2023

2.- Soporte técnico y de gestión al patrocinio para las unidades directivas municipales a través de la normalización y validación 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.- A este respecto, sin perjuicio de la existencia de instrumentos como el **manual y la herramienta técnica de valoración de activos y retornos en materia de patrocinio**, publicada y disponible para todas las unidades gestoras, se ha elaborado durante 2022 un **modelo estandarizado de convenio de patrocinio** y sus anexos técnicos correspondientes, que pretende facilitar los acuerdos entre las diferentes unidades directivas del Ayuntamiento de Madrid y empresas, marcas y entidades para el patrocinio de proyectos, actividades, servicios o eventos en el marco del Programa Anual de Patrocinios. Al mismo pueden acogerse las unidades directivas y potenciales patrocinadores, siendo un documento que define un cuerpo común en base al régimen jurídico aplicable para todos ellos y que define en sus anexos de forma pormenorizada los elementos variables a concretar respecto su objeto y obligaciones reciprocas: aportaciones y retornos.

B.- Asimismo se trabaja en la elaboración de un **modelo normalizado de contrato menor de patrocinio** que cubriría las necesidades de formalizar acciones sencillas de patrocinio publicitario para proyectos y actividades municipales, de importe reducido vinculadas directa y exclusivamente a visibilidad de marca.

El objetivo es, una vez oídas las unidades centrales correspondientes encargadas de la supervisión y validación de este tipo de procesos en el ayuntamiento y resueltas las cuestiones de orden técnico tributario, poder poner a disposición dicho modelo contractual normalizado de las unidades directivas gestoras durante 2023.

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 los 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.

Madrid ha desarrollado su propio modelo de participación empresarial que debe estar ajustado a la realidad en la que opera. El Ayuntamiento debe establecer 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. Los eventos incorporados al Programa reflejan su potencialidad, diversidad y pujanza, pero sobre todo, los momentos y actividades en las que la ciudadanía tiene la oportunidad de recuperar el contacto, 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 que recibe también a 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 el mercado 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 por lo 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

De acuerdo a los objetivos mencionados y en la línea de trabajo descrita, el Programa ha reducido un **11,5%** el número de actividades incorporadas respecto al año anterior, (que ya disminuyó su número en 2022 y anteriores), pasando de 113 a **100 activos**, aplicándose nuevamente criterios técnicos de evaluación que han conducido a no incluir algunas propuestas recibidas en función de indicadores técnicos que proporcionan un rating de comerciabilidad e impacto en orden a su incorporación al programa. En todo caso el número de actividades propuestas por las unidades gestoras para el programa 2023 ha sido inferior, dado que por el trabajo que se viene desarrollando desde la Oficina es más habitual que estas no planteen proyectos de baja o nula comerciabilidad.

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.

Este ranking de comerciabilidad 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 opciones de lograr acuerdos de patrocinio o colaboración, incluyendo también 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, actividades no incorporadas inicialmente puedan serlo, caso de contar con una definición técnicamente suficiente y contar con potencialidad razonable para lograr acuerdos de patrocinio.

5.- Patrocinio y responsabilidad social de las empresas

El patrocinio de actividades municipales está adquiriendo un significado para las empresas que va 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 y de sostenibilidad, sociales y de gobernanza empresarial. Invertir de manera sostenible significa incluir aspectos “al margen de lo financiero” en la toma de decisiones con el objetivo de generar competitividad a largo plazo e impacto social positivo.

El futuro de la inversión sostenible es prometedor: una proporción creciente de inversionistas espera que la inversión sostenible aumente en los próximos años e inversionistas pertenecientes a la generación millennial tienden a invertir en activos 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

Tal y como se ha expuesto el Programa publicado debe sistematizar y contener información relevante sobre lo que cada evento es y puede aportar a una empresa, llamando la atención de posibles entidades patrocinadores. Las categorías y etiquetas, tags, creadas sirven para presentarlas en base a algún común

denominador, dirigir la propuesta a los diferentes segmentos y ámbitos de interés de marcas y empresas potencialmente patrocinadoras y facilitar su búsqueda.

El número de actividades incluidas en el Programa 2023 es de **100** de las cuales **90** son proyectos ofertados al mercado de forma periódica y ya presentes en Programas anteriores, que continúan, habiéndose incorporado otras **10** actividades nuevas 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 vincula con el centro promotor, la afinidad de públicos y todo lo referido a las características del recinto que acoge 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.

Treinta y siete etiquetas tags o palabras clave, permiten descubrir en los buscadores 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 **13** 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 **2** actividades.
4. **Audiovisual.** La imagen en movimiento desde el cine clásico hasta los formatos más vanguardistas. Incluye **8** actividades.

5. **Deporte.** La práctica y el seguimiento de actividades deportivas diversas. Recoge **14** 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 **2** 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 **8** actividades.
8. **Madrid en Fiestas.** Fiestas tradicionales, populares y patronales donde miles de personas disfrutan de sus raíces y costumbres. Incluye **6** 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 **13** actividades.
11. **Navidades en Madrid.** Sueños, ilusión, amor, paz, armonía, vacaciones se unen para disfrutar toda la familia. Incluye **9** actividades.
12. **Promocionando Madrid.** La colaboración público-privada es un ingenio de engranajes que potencia valores compartidos y tiene la ciudad como plataforma. Incluye **6** actividades.
13. **Salud.** Actividades de prevención, protección y promoción de salud de la ciudadanía madrileña. Incluye **3** actividades.
14. **Seguridad y Emergencias.** Jornadas y cursos dirigidos a profesionales, actualización e intercambio de experiencias y conocimiento. Incluye **2** 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 | 4. Movilidad |
| 2. Moda | 5. Sociedad |
| 3. Medio Ambiente | 6. Cultura |

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

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 culturales, museos, en los distritos, en el espacio público,...

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. 13

Unidad Gestora	Evento	Fecha	
ÁREA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y EMPLEO	Meninas Gallery	01/10/2023	15/12/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Actos conmemorativos del IV Centenario de la Canonización de San Isidro: Exposición temporal	01/05/2023	31/12/2023
DISTRITO DE VILLA DE VALLECAS	Certamen de Pintura Rápida de Villa de Vallecas	12/09/2023	18/09/2023
DISTRITO DE MONCLOA-ARAVACA	Concurso de fotografía "Faro de Moncloa"	15/06/2023	15/09/2023
DISTRITO DE FUENCARRAL-EL PARDO	Certamen Nacional de Pintura Rápida de El Pardo	24/09/2023	24/09/2023
DISTRITO DE CENTRO	Recuperación de murales singulares en el centro de Madrid.	01/01/2023	12/31/2023
ÁREA DELEGADA INTERNACIONALIZACIÓN Y COOPERACIÓN	Exposición "Madrid Solidaria"	A determinar	
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Abierto Por Obras	01/01/2023	31/12/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Museos accesibles	01/01/2023	31/12/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Restauración de la maqueta de Gil de Palacio	01/01/2023	31/12/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Madrid otra mirada	19/10/2023	22/10/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Metaverso del Paisaje de la Luz	01/01/2023	31/12/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	21 Distritos	01/01/2023	31/12/2023

2.- "Artes Escénicas"

Qué. Esta categoría reúne los eventos que dan la posibilidad a través de una representación presencial, en vivo, de conectar al patrocinador 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 las calles y plazas de la ciudad.

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

Actividades. 9

Unidad Gestora	Evento	Fecha	
ÁREA DE GOBIERNO DE FAMILIAS, IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL	Mayores a Escena	01/05/2023	30/06/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Tonadilla escénica. Ciclo de representaciones	01/01/2023	31/12/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Teatro de Titeres de el Retiro 2023	01/01/2023	31/12/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Veranos de la Villa	01/07/2023	31/08/2023
EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS FUNERARIOS Y CEMENTERIOS DE MADRID, S.A.	Teatro en el Cementerio de Ntra. Sra. de la Almudena	25/10/2023	31/10/2023
MADRID DESTINO	"Mañanas de Abril y Mayo"	13/04/2023	14/05/2023
MADRID DESTINO	Artes escénicas en Conde Duque: Teatro / Danza / Performances	17/09/2022	11/06/2023
MADRID DESTINO	Vividero	04/03/2023	26/03/2023
MADRID DESTINO	Teatro en el Español	03/11/2022	31/07/2023

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 y en centros veterinarios concertados.

A Quién. A los numerosísimos millones de hogares en Madrid en los que convive al menos un animal de compañía y personas amantes de los animales potenciales adoptantes,

Actividades. 2

Unidad Gestora	Evento	Fecha	
ORGANISMO AUTÓNOMO MADRID SALUD	Primera consulta veterinaria gratuita	01/01/2023	31/12/2023
ORGANISMO AUTÓNOMO MADRID SALUD	Adopción a primera vista	01/01/2023	31/12/2023

4.- "Audiovisual"

Qué. Cuando se piensa en lo audiovisual, usualmente se relaciona con el cine. Aunque esta categoría lo integra, también incorpora otras vertientes 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. Hay actividades dedicadas a los jóvenes, para que puedan formarse e ir eligiendo su camino. De esta forma, las marcas asociadas podrán tener acceso a usuarios, de distintas edades y niveles adquisitivos. Pudiendo conectar con un público que es difícil de alcanzar interesado tanto por lo clásico como por lo moderno.

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

A Quién. Dirigido a personas de todas las edades.

Actividades. 8

Unidad Gestora	Evento	Fecha	
DISTRITO DE MONCLOA-ARAVACA	Cine de Verano de la Bombilla	15/06/2023	15/09/2023
DISTRITO DE CIUDAD LINEAL	Cine de Verano	01/07/2023	15/09/2023
EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS FUNERARIOS Y CEMENTERIOS DE MADRID, S.A.	"Cine en el Cementerio"	01/05/2023	31/10/2023
MADRID DESTINO	Documenta Madrid. Festival Internacional de Cine	03/05/2023	07/05/2023
MADRID DESTINO	Cibeles de Cine 2023	01/07/2023	31/08/2023
MADRID DESTINO	L.E.V. Matadero. Festival de Electrónica Visual y Realidades Extendidas	21/09/2023	24/09/2023
MADRID DESTINO	Cineplaza de Verano	13/07/2023	13/08/2023
MADRID DESTINO	Animario. Festival Internacional de Animación Contemporánea de Madrid	19/10/2023	22/10/2023

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. Se considera 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 centros deportivos municipales, en los distritos, en espacios abiertos y centros docentes de Madrid donde el Ayuntamiento desarrolla actividades deportivas.

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

Actividades. 14

Unidad Gestora	Evento	Fecha	
DISTRITO DE BARAJAS	Competición BMX	24/09/2023	24/09/2023
DISTRITO DE BARAJAS	Jornadas Dinamización Zonas Parkour y Calistenia	01/03/2023	01/03/2023
DISTRITO DE VILLA DE VALLECAS	Olimpiadas Escolares Vallecanas	01/03/2023	31/05/2023
DISTRITO DE VILLA DE VALLECAS	Milla Popular Villa de Vallecas	01/11/2023	30/11/2023
ÁREA DELEGADA DE DEPORTE	Juegos Deportivos Municipales	01/10/2022	30/06/2023
DISTRITO DE CARABANCHEL	Media Maratón de Carabanchel	04/06/2023	04/06/2023
DISTRITO DE TETUÁN	Cross Escolar de Tetuán	20/10/2023	20/10/2023
DISTRITO DE CHAMARTÍN	Olimpiadas Escolares	01/05/2023	22/06/2023
DISTRITO DE VILLAVEVERDE	Olimpiadas Escolares en Villaverde	16/10/2023	29/10/2023
ÁREA DELEGADA DE DEPORTE	Rehabilitación de instalaciones deportivas básicas	01/01/2023	31/12/2023
ÁREA DELEGADA DE DEPORTE	Cubo Gym Madrid	01/01/2023	31/12/2023
ÁREA DELEGADA DE DEPORTE	Escuelas municipales de promoción deportiva en centros escolares	01/09/2022	30/06/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE PORTAVOZ, SEGURIDAD Y EMERGENCIAS	Carrera Popular de San Juan	18/06/2023	18/06/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE PORTAVOZ, SEGURIDAD Y EMERGENCIAS	Semana Deportiva Bomberos de Madrid Carrera Urbana 10KM	05/03/2023	12/03/2023

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 Circo, además, está envuelto en un halo de mitos y leyendas que lo convierten en "El Mayor Espectáculo del Mundo" (Cecil B. de Mille).

Dónde. En el Teatro Circo Price.

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

Actividades. 2

Unidad Gestora	Evento	Fecha	
MADRID DESTINO	XII Festival Internacional de Magia	09/02/2023	12/03/2023
MADRID DESTINO	Circo en Otoño y Circo en Primavera	07/09/2023	03/11/2023
		21/03/2023	03/06/2023

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 sostenible 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 sensibilización en los consumidores, lo que hace que se investigue qué marcas están activando cambios en relación impacto sobre el medio ambiente. Al alinearse con estos valores, todos aquellos usuarios preocupados por el entorno y la sostenibilidad van a elegir a aquellas marcas que tengan su misma preocupación. Al vincularse a 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 públicos 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. 8

Unidad Gestora	Evento	Fecha	
ÁREA DE GOBIERNO DE MEDIO AMBIENTE Y MOVILIDAD	Mejora de la accesibilidad a los huertos urbanos	01/01/2023	31/12/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE MEDIO AMBIENTE Y MOVILIDAD	Actividades del Programa Stars-Eccentric: Formación en Movilidad	01/01/2023	28/02/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE MEDIO AMBIENTE Y MOVILIDAD	Semana Europea de la Movilidad	16/09/2023	22/09/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE DESARROLLO URBANO	Bosque Metropolitano	01/01/2022	31/12/2024
ÁREA DE GOBIERNO DE DESARROLLO URBANO	Barrios Productores	01/01/2022	31/12/2024
ÁREA DELEGADA INTERNACIONALIZACIÓN Y COOPERACIÓN	Exposición "Madrid y los ODS"	A determinar	
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Plan Director del Paisaje de la Luz	01/01/2023	29/12/2023
EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTES DE MADRID, S. A.	Servicio BiciMad	01/01/2023	23/12/2026

8.- "Madrid en Fiestas"

Qué. Esta categoría pone a disposición de entidades patrocinadoras la posibilidad de contactar con prácticamente un millón de personas que anualmente disfrutan de sus fiestas patronales y populares en distintos barrios y distritos de Madrid. Hay que destacar 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 quienes participan de ellas.

Formar parte de una comunidad es algo que ha tomado renovada importancia en los últimos tiempos. Crear la posibilidad de reunirse tras tiempos de restricciones y celebrar las distintas fiestas tanto las que forman parte de la tradición de Madrid como sus nuevos formatos, permite a las marcas asociarse a algo importante para miles de personas y con ello conseguir una afinidad extraordinaria. Además, la marca obtendrá una notoriedad muy relevante 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 eventos de este carácter en Madrid.

Actividades: 6

Unidad Gestora	Evento	Fecha	
DISTRITO DE LATINA	Fiestas de Aluche 2023	26/05/2023	04/06/2023
DISTRITO DE CHAMARTÍN	Fiestas en el Distrito	01/09/2023	12/10/2023
DISTRITO DE CIUDAD LINEAL	Fiestas del Distrito de Ciudad Lineal	11/09/2023	26/09/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	San Isidro 2023	11/05/2023	15/05/2023
MADRID DESTINO	Año Nuevo Chino 2023	15/01/2023	20/01/2023
MADRID DESTINO	Carnaval 2023	16/02/2023	22/02/2023

9.- “Formar y Experimentar”

Qué: Las actividades incluidas en la categoría tienen una clara vocación formación, de difusión abierta y del aprendizaje experimental a través del juego. Se acercan a disciplinas diversas a través de herramientas innovadoras que posibilitan el aprendizaje y la comunicación entre las personas, especialmente menores. Se trata de actividades dirigidas que buscan el desarrollo de sus capacidades, la excelencia y la colaboración tecnológica así como la difusión y gestión eficaz de contenidos culturales artísticos, históricos y humanos. Se pretende en definitiva conectar a los niños con la ciencia y la creatividad desde una perspectiva lúdica. 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 recuerden a sus padres y madres su interés por aquellas.

Dónde. En ámbitos y espacios públicos municipales diversos de los Distritos y en equipamientos culturales municipales.

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

Actividades: 5

Unidad Gestora	Evento	Fecha	
DISTRITO DE TETUÁN	Día del Niño en Tetuán	21/05/2023	21/05/2023
DISTRITO DE VILLAVERDE	Certamen de la Excelencia Académica	01/09/2022	30/06/2023
DISTRITO DE TETUÁN	Certamen Literario Infantil TETU Y TUÁN	01/10/2022	21/05/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Bibliotecas accesibles	01/01/2023	31/12/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Control de aforos en bibliotecas	01/01/2023	31/12/2023

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 estos, clásica, jazz, moderna, las opciones se amplían con eventos para todos los gustos. El conjunto de actividades integradas en la categoría ofrece una buena oportunidad para contactar con miles de personas con un perfil de edad, nivel adquisitivo y de formación diverso, agrupadas, como hilo conductor, por el gusto y el disfrute de la música en sus diferentes vertientes. Son actividades y eventos capaces de convocar a segmentos de población específicos y atractivos y en ocasiones "escurridizos" 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: 13

Unidad Gestora	Evento	Fecha	
DISTRITO DE VILLAVERDE	Festival Indispensable en Villaverde	29/09/2023	30/09/2023
DISTRITO DE VICÁLVARO	Ciclos de Conciertos en Santa María La Antigua	01/04/2023	31/12/2023
DISTRITO DE MONCLOA-ARAVACA	Ciclos musicales	01/01/2023	31/10/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Conciertos de la Banda Sinfónica Municipal de Madrid	01/01/2023	31/12/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Transcripción y orquestación virtual de música escénica de los siglos XVIII y XIX de la Biblioteca Histórica	01/01/2023	31/12/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Festival de Jazz Madrid	01/11/2023	30/11/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Día Europeo de la Música en Matadero	a determinar	a determinar
MADRID DESTINO	Música en Conde Duque	23/09/2022	23/06/2023
MADRID DESTINO	Animales Mixtos: Ciclos de Conciertos en las Naves del Español de Matadero	01/02/2023	01/03/2023
MADRID DESTINO	Festival Inverfest Edición 2023	13/01/2023	05/02/2023
MADRID DESTINO	Plaza Sonora	13/05/2023	13/05/2023
MADRID DESTINO	Flamenco Madrid 2023	18/05/2023	04/06/2023
EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS FUNERARIOS Y CEMENTERIOS DE MADRID, S.A.	Concierto Nocturno "La Noche de las Luces"	22/05/2023	02/11/2023

11.- “Navidades en Madrid”

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 los 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. 9

Unidad Gestora	Evento	Fecha	
DISTRITO DE VILLAVERDE	Cabalgata de Reyes multicultural en los barrios de Villaverde	05/01/2024	05/01/2024
DISTRITO DE MONCLOA-ARAVACA	Navidad en Moncloa Aravaca	25/11/2023	06/01/2024
DISTRITO DE VILLA DE VALLECAS	Concierto de Navidad del Distrito de Villa de Vallecas	01/01/2024	01/01/2024
DISTRITO DE TETUÁN	Cabalgata de Reyes de Tetuán	04/01/2023	04/01/2023
DISTRITO DE CARABANCHEL	Cabalgata de Reyes de Carabanchel	04/01/2023	04/01/2024
MADRID DESTINO	Navidad 23-24 en el Fernán Gómez	01/12/2023	07/01/2024
MADRID DESTINO	Navidades en el Price	24/11/2023	06/01/2024
MADRID DESTINO	Cibeles Sobre Hielo	21/12/2023	06/01/2024
MADRID DESTINO	Navidades 2023 - Cabalgata 2024	01/12/2023	07/01/2024

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 como aquellos que están de paso. Los eventos de esta categoría incluyen acciones periódicas y otras activas durante 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, y la tecnología digital, ampliando el espectro de usuarios y usuarias con quienes se contacta. Las marcas que se asocien podrán alcanzar impacto sobre una cantidad y variedad de consumidores, en un amplio espectro adquisitivo y de intereses.

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

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

Actividades. 6

Unidad Gestora	Evento	Fecha	
ÁREA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y EMPLEO	Madrid Es Moda	01/03/2023	30/09/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y EMPLEO	Madrid Craftweek	15/05/2023	25/12/2023
DISTRITO DE VILLAVERDE	Certamen de escaparates, tiendas y balcones	01/11/2022	31/01/2024
EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTES DE MADRID, S. A.	Teleférico	01/01/2023	31/12/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE	Gemelo Digital del Paisaje de la Luz	02/01/2023	30/06/2023
MADRID DESTINO	Mirador Madrid	01/01/2023	31/12/2023

13.- “Salud”

Qué: Es evidente la importancia que la salud y la vida saludable tiene para todos. 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 la 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. Alguna actividad está destinada a las personas mayores, fomentando el deporte y la sociabilidad. Otra pone

en valor del espacio público como ámbito terapéutico y rehabilitador. 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 mantienen la esperanza de que todo mejore y que por lo tanto van a relacionar a las entidades patrocinadoras con sus emociones y su felicidad.

Dónde. En establecimientos municipales, espacios verdes, plazas y calles de la ciudad y en foros 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. 3

Unidad Gestora	Evento	Fecha	
ÁREA DE GOBIERNO DE FAMILIAS, IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL	Actividades de sensibilización sobre Ejercicio al Aire Libre para Personas Mayores "Moverse es Cuidarse"	01/01/2023	31/12/2023
ORGANISMO AUTÓNOMO MADRID SALUD	ALAS: Alimentación, Actividad Física y Salud. Proyecto CITIES CHANGING DIABETES	01/01/2023	31/12/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE MEDIO AMBIENTE Y MOVILIDAD	Red de circuitos terapéuticos de la ciudad de Madrid / Fase I	01/01/2023	31/12/2026

14.- "Seguridad y Emergencias"

Qué. Es 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 centros municipales y espacios públicos abiertos se dirigen tanto a perfiles profesionales relacionados con la intervención sanitaria en emergencias, como a la ciudadanía en su conjunto, a través de acciones de gran impacto.

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

A Quién. Público profesional relacionado con el ámbito de las emergencias y ciudadanía en su conjunto.

Actividades. 2

Unidad Gestora	Evento	Fecha	
ÁREA DE GOBIERNO DE PORTAVOZ, SEGURIDAD Y EMERGENCIAS	Carrera Vertical de Bomberos en Torre Emperador Castellana	11/05/2023 o 18/05/2023	11/05/2023 o 18/05/2023
ÁREA DE GOBIERNO DE PORTAVOZ, SEGURIDAD Y EMERGENCIAS	IV Jornada Nacional de Analítica en Emergencias	01/03/2023	01/06/2023

Total: 100 actividades.

Madrid, Enero de 2023

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	Año Nuevo Chino 2023	15/01/2023 - 20/01/2023
MADRID DESTINO - EVENTOS GLOBALES	Carnaval 2023	16/02/2023 - 22/02/2023
MADRID DESTINO - EVENTOS GLOBALES	Navidades 2023 - Cabalgata 2024	01/12/2023 - 07/01/2024
MADRID DESTINO - CENTROCENTRO	Cibeles Sobre Hielo	21/12/2023 - 06/01/2024
MADRID DESTINO - CENTROCENTRO	Cibeles de Cine 2023	01/07/2023 - 31/08/2023
MADRID DESTINO - CENTROCENTRO	Mirador Madrid	01/01/2023 - 31/12/2023
MADRID DESTINO - CENTRO DE CULTURA CONTEMPORÁNEA CONDE DUQUE	Artes escénicas en Conde Duque: Teatro / Danza / Performances	17/09/2022 - 11/06/2023
MADRID DESTINO - CENTRO DE CULTURA CONTEMPORÁNEA CONDE DUQUE	Música en Conde Duque	23/09/2022 - 23/06/2023
MADRID DESTINO - FERNÁN GÓMEZ CENTRO CULTURAL DE LA VILLA	"Mañanas de Abril y de Mayo"	13/04/2023 - 14/05/2023
MADRID DESTINO - FERNÁN GÓMEZ CENTRO CULTURAL DE LA VILLA	Navidad 23-24 en el Fernán Gómez	01/12/2023 - 07/01/2024
MADRID DESTINO - FERNÁN GÓMEZ CENTRO CULTURAL DE LA VILLA	Flamenco Madrid 2023	18/05/2023 - 04/06/2023
MADRID DESTINO - CINETECA MADRID	Documenta Madrid. Festival Internacional de Cine	03/05/2023 - 07/05/2023
MADRID DESTINO - CINETECA MADRID - MATADERO	Cineplaza de Verano	13/07/2023 - 13/08/2023
MADRID DESTINO - CINETECA MADRID - MATADERO	Animario. Festival Internacional de Animación Contemporánea de Madrid	19/10/2023 - 22/10/2023
MADRID DESTINO - MATADERO MADRID	L.E.V. Matadero. Festival de Electrónica Visual y Realidades Extendidas	21/09/2023 - 24/09/2023

Unidad Gestora	Evento	Fecha
MADRID DESTINO - MATADERO MADRID	Plaza Sonora	13/05/2023 - 13/05/2023
MADRID DESTINO - TEATRO CIRCO PRICE	XII Festival Internacional de Magia	09/02/2023 - 12/03/2023
MADRID DESTINO - TEATRO CIRCO PRICE	Circo en Otoño y Circo en Primavera	07/09/2023 - 12/03/2023 21/03/2023 - 03/06/2023
MADRID DESTINO - TEATRO CIRCO PRICE	Navidades en el Price	24/11/2023 - 06/01/2024
MADRID DESTINO - TEATRO CIRCO PRICE	Festival Inverfest Edición 2023	13/01/2023 - 05/02/2023
MADRID DESTINO - TEATRO ESPAÑOL	Animales Mixtos: Ciclos de Conciertos en las Naves del Español de Matadero	01/02/2023 - 01/03/2023
MADRID DESTINO - TEATRO ESPAÑOL	Teatro en el Español	03/11/2022 - 31/07/2023
MADRID DESTINO - TEATRO ESPAÑOL	Vividero	04/03/2023 - 26/03/2023

Total: 23 actividades.

Empresa Municipal de Servicios Funerarios de Madrid

Unidad Gestora	Evento	Fecha
EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS FUNERARIOS Y CEMENTERIOS DE MADRID, S.A.	Concierto Nocturno "La Noche de las Luces"	22/05/2023 – 02/11/2023
EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS FUNERARIOS Y CEMENTERIOS DE MADRID, S.A.	Teatro en el Cementerio de Ntra. Sra. de la Almudena	25/10/2023 – 31/10/2023
EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS FUNERARIOS Y CEMENTERIOS DE MADRID, S.A.	"Cine en el Cementerio"	01/05/2023 – 31/10/2023

Total: 3 actividades.

Empresa Municipal de Transportes de Madrid

Unidad Gestora	Evento	Fecha
EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTES DE MADRID, S. A.	Servicio BiciMad	01/01/2023 - 23/12/2026
EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTES DE MADRID, S. A.	Teleférico	01/01/2023 - 31/12/2023

Total: 2 actividades.

Organismo Autónomo Madrid Salud

Unidad Gestora	Evento	Fecha
MADRID SALUD -SG DE SALUD PÚBLICA	Primera consulta veterinaria gratuita	01/01/2023 - 31/12/2023
MADRID SALUD -SG DE SALUD PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD	ALAS: Alimentación, Actividad Física y Salud. Proyecto Cities Changing Diabetes	01/01/2023 - 31/12/2023
MADRID SALUD -SG DE SALUD PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD	Adopción a primera vista	01/01/2023 - 31/12/2023

Total: 3 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)