



Programa Anual de Patrocinios

Código identificativo

CBP 39/2023

Categoría

Gobernanza, Administración y normativa / Organización administrativa

Órgano responsable

Coordinación General de la Alcaldía
Dirección General de Relaciones Institucionales y Proyectos Estratégicos
patrocinios@madrid.es



Programa Anual de Patrocinios

Descripción

La formulación de un programa anual de patrocinios como conjunto sistematizado de actividades y proyectos municipales patrocinables, ofertado al mercado para su financiación total o parcial mediante patrocinio, es una iniciativa singular dentro de la acción pública. Permite la integración transversal de acciones de este carácter dentro de la organización municipal y su presentación al mercado de forma unificada y accesible, encuadrando el proceso de concertación público - privada en los valores de igualdad, publicidad y libre concurrencia.

El Ayuntamiento de Madrid cuenta desde el año 2012 con una norma específica en este ámbito, la Ordenanza Reguladora de los Patrocinios Privados de Actividades Municipales, de 19 de diciembre de 2012, fruto del interés en activar iniciativas de colaboración económica que permitan al Ayuntamiento implementar proyectos y servicios a la ciudadanía con apoyo empresarial. Esta norma prevé expresamente la aprobación por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, en el mes de enero de cada año, del Programa Anual de Patrocinios (en adelante, PAP).

El PAP recoge todos los proyectos propuestos por las diferentes unidades del Ayuntamiento, organismos autónomos y sector público municipal susceptibles de ser patrocinados durante el año. El PAP permite a los agentes del mercado (marcas y agencias) localizar las acciones patrocinables y sus interlocutores en un espacio unificado, superando la dispersión y heterogeneidad en los procesos de concertación de patrocinios.

La innovación que la implantación del PAP ha supuesto permite una gestión integrada del conjunto de acciones, un asesoramiento técnico unificado a las distintas unidades gestoras y una interlocución coordinada con los sectores económicos interesados. Todo ello ha permitido mantener y mejorar las herramientas de trabajo utilizadas, tanto para la elaboración como para la gestión del programa.

Esta buena práctica promueve la búsqueda de sinergias con organizaciones públicas y privadas, al permitir al Ayuntamiento implementar proyectos y servicios con el apoyo empresarial.



Programa Anual de Patrocinios

Implantación y desarrollo

La aprobación de la Ordenanza Reguladora de los Patrocinios Privados de Actividades Municipales, de 19 de diciembre de 2012, abrió el camino a un cambio y a un desarrollo del modelo de patrocinio. La ordenanza prevé la aprobación anual del PAP por parte de la Junta de Gobierno, lo que confiere al proceso el máximo nivel institucional.

En el año 2013 se creó la Comisión Técnica de Patrocinios como órgano transversal en el Ayuntamiento en materia de patrocinio, que integra a las áreas de gobierno, organismos autónomos y empresas municipales. La creación de la Comisión consolidó el enfoque técnico de los órganos de gestión involucrados en la materia y permitió el desarrollo de nuevas acciones de patrocinio por parte de los distintos órganos de la administración municipal.

El programa incluye en las últimas ediciones algo menos de un centenar de activos. Se ha procurado disminuir el número de acciones e incrementar la comerciabilidad de las actividades ofertadas al mercado, aplicando baremos técnicos a las actividades propuestas en función de sus características e impacto.



Programa Anual de Patrocinios

Impacto

Las herramientas de difusión y comunicación implementadas permiten a las unidades gestoras ampliar exponencialmente el ámbito de potenciales interesados en el patrocinio de sus actividades.

La elaboración de las memorias anuales de patrocinios ha permitido contar con datos y hacer un seguimiento y evaluación del trabajo desarrollado anualmente, evaluando las fluctuaciones de la actividad de patrocinio y su vinculación con la evolución económica en general y del sector publicitario en particular.

Los datos económicos anualmente registrados y publicados en las memorias elaboradas permite analizar la actividad de patrocinio en el Ayuntamiento a través de registros verificables y pormenorizados de las distintas áreas, organismos y empresas municipales.

Conforme se indica en la última memoria elaborada en 2024 ([Memoria de la Actividad de Patrocinio 2024.pdf \(transparencia.madrid.es\)](#)), el volumen de la actividad de patrocinio culminada por parte de las diferentes unidades gestoras municipales venía registrando una tendencia de disminución durante varios años.

Se realizó por tanto un estudio de diagnóstico durante 2023, que detectó una serie de factores internos que incidían en la tendencia descrita, y se definió por la Oficina de Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial una nueva estrategia para el patrocinio en la organización municipal realista pero ambiciosa, técnicamente sólida y atractiva para marcas y empresas potenciales patrocinadoras implementada durante 2024.

En aplicación del Plan de Acción diseñado de acuerdo a las líneas estratégicas definidas, como resultado de la actividad desarrollada durante el último año se ha logrado modificar la tendencia descendente registrada en la actividad de patrocinio de los últimos años, lográndose un incremento del 101% en los recursos obtenidos mediante patrocinio en el conjunto de la organización municipal con 918.992 euros obtenidos, que contrastan con las reducciones del 56% y 27% registradas en los valores de los dos ejercicios precedentes, respectivamente.

De cara al futuro se entiende que Madrid debe seguir buscando un posicionamiento en el contexto de las grandes ciudades globales que compiten para generar empleo y riqueza, diversificando las formas de colaboración económica para la prestación de servicios, generando beneficios compartidos y ahorros al erario público.

Por otro lado, las dificultades con las que se encuentran los gestores públicos en la captación de patrocinios, hacen necesario contar con un contrato de apoyo, difusión y comercialización de patrocinios con el objetivo de profesionalizar la oferta y captar entidades y marcas patrocinadoras para las actividades y proyectos municipales patrocinables. En este sentido hay que mencionar que la colaboración de la Agencia Profesional adjudicataria del contrato abierto relativo al servicio de gestión, difusión y comercialización del Programa Anual de Patrocinios, ha resultado de gran utilidad.



Programa Anual de Patrocinios

Actores

Los principales actores de esta buena práctica son:

- Los generadores del contenido de acciones y proyectos patrocinables, que son los diferentes órganos y unidades del Ayuntamiento de Madrid que participan y proponen la inclusión en el Programa de proyectos y actividades patrocinables. Para ello son anualmente invitados en el arranque del proceso de elaboración del Programa.
- Las marcas y agencias de publicidad en su conjunto, alineadas con intereses y objetivos municipales que operan en el mercado, que son las destinatarias de la oferta de acciones municipales patrocinables.
- La Oficina de Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial, así como los interlocutores de cada una de las áreas, organismos o empresas municipales integradas en la Comisión Técnica de Patrocinios, que forman el equipo técnico que valida y propone a la Junta de Gobierno la aprobación del Programa y queda enterado de la Memoria anual de actuaciones en materia de patrocinio en el Ayuntamiento de Madrid.



Programa Anual de Patrocinios

Replicabilidad

Los agentes, marcas y agencias interesadas, agradecen un punto de interlocución y acceso directo para abordar posibles patrocinios con el Ayuntamiento de Madrid en su conjunto, mecanismo que es claramente replicable a otros ámbitos de la actividad municipal que operan con sectores económicos concretos.

La implementación de una acción de este carácter exige la creación de una estructura municipal técnica y de gestión que desarrolle las tareas de organización, tramitación administrativa y contacto, y preste asistencia a las unidades gestoras.

Es preciso, asimismo, la contratación de apoyo técnico y de servicios de consultorías especializadas en el ámbito de la comercialización y la activación dentro el mercado publicitario, dado que el patrocinio de acciones municipales escapa del marco convencional y requiere una actitud proactiva para culminar acuerdos en un mercado altamente profesionalizado y competitivo.



Programa Anual de Patrocinios

Difusión y documentación

Toda la información relevante y las actividades y proyectos susceptibles de patrocinio está disponible en la Página Web Municipal:

“Oficina de Proyectos Estratégicos y Participación Empresarial”.

[Programa anual de patrocinios de la ciudad de Madrid - Ayuntamiento de Madrid,](#)

[Programa Anual de Patrocinios 2025 - Portal de transparencia del Ayuntamiento de Madrid](#)

Bajo el epígrafe “Todas las actividades del Programa Anual de Patrocinios” se encuentra disponible el documento interactivo para la presentación pública de las actividades municipales susceptibles de patrocinio. La finalidad de su diseño ha sido facilitar a posibles empresas y entidades patrocinadoras interesadas el acceso, búsqueda y localización sencilla de las diversas actividades municipales patrocinables.