

III. ADMINISTRACIÓN LOCAL

AYUNTAMIENTO DE

47**ARGANDA DEL REY****RÉGIMEN ECONÓMICO**

De conformidad con el artículo 49 y artículo 70.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, no habiéndose presentado reclamaciones ni sugerencias al acuerdo del Ayuntamiento Pleno de Arganda del Rey de fecha 12 de noviembre de 2024, por el que se aprobó inicialmente la ordenanza reguladora de patrocinio de actividades deportivas, y, transcurrido el plazo previsto en el artículo 65.2 de la citada Ley, se hace público para general conocimiento que el citado acuerdo ha quedado definitivamente aprobado, entrando en vigor a partir del día siguiente al de su publicación junto con el texto íntegro de la ordenanza que se transcribe a continuación:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El Ayuntamiento de Arganda del Rey, a través de la Concejalía de Deporte, Innovación y Transparencia, tiene la intención de implementar un Plan de Empresas para colaboración con las actividades deportivas, culturales, turísticas, etc. del municipio y facilitar aporte de patrocinio privado para su organización.

El nombramiento de Arganda como Ciudad Europea del Deporte para el año 2024, ha supuesto un incremento considerable en la realización de actividades deportivas de todas las modalidades y ha logrado que las instalaciones deportivas sean el centro neurálgico de todos los argandeños en sus diferentes edades, superando la cifra de más de 60.000 usos mensuales.

Al mismo tiempo, son muchas las empresas, que han visto en este crecimiento de participación, número de eventos y asistencia de público, la posibilidad de dar a conocer su actividad comercial, sus productos y servicios, logrando a través de la publicidad y el patrocinio, incrementar sus ventas y como consecuencia sus ingresos, garantizando con ello la mejora de su plan de rentabilidad empresarial.

Desde la Concejalía de Deporte, Innovación y Transparencia, somos conscientes que esta ordenanza, supone un doble flujo de rentabilidad, por un lado para las empresas que apuestan por el deporte como cauce de comunicación y marketing y por otro lado facilita a todos los usuarios de las instalaciones deportivas la posibilidad de conocer nuevos productos y servicios, convirtiéndose en clientes de las primeras y logrando con ello el feedback empresa- cliente que como Administración pública debemos potenciar con el fin de favorecer a todas las partes.

De conformidad con lo dispuesto en el Decreto de Alcaldía nº 2024004609 por el que se aprueba la estructura y organización del Ayuntamiento de Arganda, se delegan competencias en el titular de la Concejalía de Deporte, Innovación y Transparencia, "la cooperación con otras administraciones públicas, entidades de derecho público, entidades de derecho privado y particulares que tengan como fin la ejecución de las competencias que son objeto de delegación, incluyendo la aprobación de la celebración de convenios, la solicitud y la justificación de las subvenciones incluidas en su ámbito de delegación."

En este sentido, atendiendo a lo estipulado en el artículo 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, modificado por el artículo 2.2 de la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, General de Publicidad, el cual regula el contrato de patrocinio publicitario como aquel mediante el cual el patrocinador, a cambio de una ayuda económica para la realización de actividades deportivas, benéficas, culturales, científicas u otras, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.

La gestión de estos recursos económicos requiere para su efectiva ejecución, establecer un marco jurídico que regule las acciones municipales sujetas a patrocinio, adaptado a los intereses comerciales tanto de las empresas colaboradoras como de los usuarios como clientes finales.

Esta Ordenanza añade dos aspectos nuevos a los contenidos en las "Normas reguladoras del Patrocinio de Actuaciones Municipales" con el objetivo de ampliar el alcance de las actuaciones de patrocinio. En primer lugar, se incluyen las actividades de promoción turística y comercial que

resultan un campo propicio para la colaboración privada debido a que constituyen un papel crucial en el desarrollo económico y social de la localidad. En segundo lugar, el desarrollo de la sociedad de la información, conocimiento e innovación ha supuesto una variedad de actividades no contempladas que también son susceptibles de patrocinio privado.

Los contratos de patrocinio celebrados por entidades del sector público son considerados “contratos privados”, estos se rigen por la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014. Además, supletoriamente se aplicarán las normas de derecho administrativo y, en su caso, el derecho privado.

La experiencia ha demostrado que, en numerosas ocasiones, la colaboración público-privada supone un alineamiento de intereses entre la Administración y el sector privado para alcanzar objetivos comunes, por lo que su relevancia trasciende al contrato publicitario.

Por otro lado, resulta conveniente distinguir entre contrato publicitario de patrocinio del convenio de patrocinio. Estos dos instrumentos resultan sustancialmente distintos, tanto por su finalidad como su sometimiento a la normativa. En este caso, nos encontramos ante un convenio de patrocinio, excluido de la legislación de contratos en virtud de lo dispuesto en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público. Para optimizar el uso de estos instrumentos resulta necesario reglamentar los supuestos de colaboración entre la administración pública con el sector privado.

Por otra parte, el convenio de colaboración empresarial tiene su propia regulación específica en el artículo 129.9 Real Decreto-ley 6/2023, de 19 de diciembre, por el que se aprueban medidas urgentes para la ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia en materia de servicio público de justicia, función pública, régimen local y mecenazgo.

El incremento de colaboración entre el sector público y privado ha normalizado este tipo de acciones de forma que, resulta necesario junto a su regulación establecer los elementos organizativos necesarios de planificación, coordinación y ordenación.

La nueva Ordenanza Reguladora de los Patrocinios Privados de las Actividades Deportivas Municipales del Ayuntamiento de Arganda del Rey se estructura en cinco capítulos con catorce artículos, una disposición adicional, dos disposiciones transitorias y tres disposiciones finales.

El Capítulo I regula las “Disposiciones generales”, el II el Régimen Jurídico, el III se refiere a las “Aportaciones del patrocinador”, el IV al “Régimen de retornos al patrocinador” y el V al “Plan Anual de Patrocinios Deportivos de Arganda del Rey”.

La Disposición Adicional Primera se refiere a la creación de una Comisión de Patrocinios Deportivos, como órgano de coordinación de los planes de patrocinio.

La Disposición Transitoria Primera, se refiere al mantenimiento de la eficacia de los Convenios de Patrocinio que pudieran estar suscritos por el Ayuntamiento al amparo de la normativa vigente en esta materia, manteniéndose por tanto inalterables las obligaciones recogidas en ellos, en base al principio de seguridad jurídica.

La Disposición Transitoria Segunda, regula el régimen jurídico de los patrocinios que se tramiten hasta la aprobación del primer Plan Anual de Patrocinio de Arganda del Rey.

La Disposición Final Primera establece la habilitación para la aplicación y desarrollo de la Ordenanza. La Disposición Final Segunda, fija la entrada en vigor de la Ordenanza al día siguiente de su publicación íntegra en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID de conformidad con lo dispuesto legalmente. La Disposición Final Tercera deroga la ORDENAZA REGULADORA DE PATROCINIO DE LAS ACTIVIDADES DEPORTIVAS aprobada en el Pleno de 14 de Diciembre de 2016 y publicada en el B.O.C.M número 54 de 4 de marzo de 2017.

Capítulo I. Disposiciones generales.

Art 1. Objeto de la Ordenanza y ámbito de aplicación.

1. La presente Ordenanza tiene por objeto establecer la regulación del patrocinio privado de las Actividades Deportivas y del **PLAN DE EMPRESAS**, del Ayuntamiento de Arganda del Rey.
2. En lo referente al resto de entidades que conforman el sector público del Ayuntamiento de Arganda del Rey se estará a lo dispuesto en la correspondiente normativa que les sea de aplicación.

3. Quedan excluidas del ámbito de aplicación de las Ordenanza, rigiéndose por su legislación específica:

- a) Los patrocinios en los que el Ayuntamiento de Arganda del Rey actúe como patrocinador y no como patrocinado.
- b) Los patrocinios en los que intervenga como patrocinador cualquier Administración pública o entidad de derecho público dependiente o vinculada a la misma.
- c) Las denominadas “cartelera publicitarias” o “vallas publicitarias”, reguladas por la Ordenanza Reguladora de Publicidad Exterior del 4 de marzo de 1998.
- d) El resto de actividades que no sean competencia total o parcial del Servicio de Deportes del ayuntamiento de Arganda del Rey.

Art. 2. Concepto y naturaleza.

1. A los efectos de esta Ordenanza, tendrá la consideración de patrocinio el negocio jurídico donde existe una aportación económica por parte del sector privado, para la realización de actividades de competencia municipal, con el fin de difundir la imagen, denominación o nombre del producto o servicio del patrocinador asociado a tales actividades, así como cualquier otro retorno, a beneficio del patrocinador, que puedan acordar las partes.

El patrocinio deberá revestir la forma de contrato de patrocinio publicitario o de convenio de patrocinio.

2. El contrato de patrocinio publicitario es aquel por el que el Ayuntamiento de Arganda del Rey y sus Organismos públicos, a cambio de una aportación económica para la realización de las actividades a que se refiere el artículo siguiente se comprometen a colaborar en la publicidad del patrocinador, en los términos previstos en el artículo 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

3. El convenio de patrocinio es aquel en el que el motivo de la aportación económica voluntaria del particular es colaborar con el Ayuntamiento o sus Organismos públicos en la realización de las actividades a que se refiere el artículo siguiente, siendo publicada la participación del colaborador, sin que esta publicidad o cualquier otro retorno convenido suponga una contraprestación a dicha aportación que permita calificarlo como contrato.

Art. 3. Actividades patrocinables.

A continuación se listan algunos ejemplos de actividades municipales que se podrán patrocinar:

- a. Actividades de promoción deportiva.
- b. Actividades de carácter saludable.
- c. Eventos deportivos y organizaciones deportivas del Ayuntamiento de Arganda del Rey.
- d. Programas deportivos de carácter especial, motivados en la integración, igualdad de género y participación social.
- e. Soportes publicitarios del Servicio Municipal de Deportes.
- f. Programas deportivos e Instalaciones deportivas del Ayuntamiento de Arganda del Rey.
- g. Cualquier otra actividad deportiva y/o recurso deportivo puesto a disposición del patrocinador por parte del Ayuntamiento de Arganda del Rey.
- h. Actividades de carácter cultural, turísticos, etc.
- i. Otros eventos o actividades de interés

Art. 4. Patrocinador.

Podrán ostentar la condición de patrocinador las personas físicas y jurídicas sometidas a derecho privado, españolas y extranjeras, que tengan plena capacidad de obrar y no estén incurso en alguna prohibición de contratar de las previstas en la Ley 9/2017 de 8 de Noviembre de Contratos del Sector Público.

Capítulo II. Régimen jurídico.

Art. 5. Competencia.

1. De conformidad con lo previsto en la normativa vigente, corresponde al alcalde, u órgano en que delegue, la firma de los convenios de patrocinio.

2. De conformidad con lo previsto en la ordenación municipal, corresponde a la Junta de Gobierno, u órgano en que delegue, la adjudicación de los contratos de patrocinio publicitario.

Art. 6. Contratos de Patrocinio publicitario.

1. Los contratos de patrocinio publicitario son contratos privados, que se registrarán por la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad y demás normativa específica de los mismos.

En cuanto a su preparación y adjudicación se registrarán, en defecto de normas específicas, por la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, y sus disposiciones de desarrollo, aplicándose supletoriamente las restantes normas de derecho administrativo o, en su caso, las normas de derecho privado, según corresponda por razón del sujeto o entidad municipal contratante. En cuanto a sus efectos y extinción se registrarán por el derecho privado.

2. Los contratos de patrocinio publicitario deberán formalizarse en documento administrativo que se ajuste con exactitud a las condiciones de licitación, con el contenido mínimo establecido en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, debiendo figurar en todo caso los derechos y obligaciones de las partes, las actividades objeto de patrocinio, la valoración de las aportaciones, el plazo de realización de las mismas y las contraprestaciones de carácter publicitario.

Art. 7. Convenios de patrocinio.

1. Los convenios de patrocinio tienen naturaleza jurídico-administrativa y están excluidos del ámbito de aplicación de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, aplicándose los principios de esta Ley para resolver las dudas y lagunas que pudieran presentarse, todo ello sin perjuicio de que pueda resultar de aplicación lo previsto en el artículo 25 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo para los convenios de colaboración empresarial.

2. Los convenios de patrocinio deberán formalizarse en documento administrativo, con el siguiente contenido mínimo:

- a) Identificación de las partes.
- b) Acreditación de la capacidad de los firmantes para suscribir el convenio.
- c) Definición del objeto del convenio, con expresión de las actividades objeto de colaboración.
- d) Referencia a la legislación aplicable al convenio.
- e) Enumeración de los documentos que integran el convenio.
- f) Compromisos asumidos por las partes.
- g) Aportaciones a realizar por el patrocinador, especificando su valoración, plazo y condiciones de entrega.
- h) Programa y partida presupuestaria en la que ingresarán las aportaciones realizadas por el patrocinador.
- i) Valoración de los recursos aportados por el Ayuntamiento de Arganda o sus organismos públicos, sociedades mercantiles o fundaciones, o al menos, determinar el importe máximo del compromiso municipal, especificando su plazo y condiciones de entrega.
- j) Plazo de realización de las actividades patrocinadas, con expresión de las fechas estimadas para su inicio y finalización.
- k) Plazo de duración del convenio y fechas estimadas para el comienzo de su ejecución y para su finalización, así como su posible prórroga o prórrogas.
- l) Causas de resolución del convenio.

3. Los convenios de patrocinio se inscribirán en el Registro de Convenios del Ayuntamiento de Arganda del Rey.

Art. 8. Normas comunes.

1. Los contratos de patrocinio publicitario y los convenios de patrocinio deberán respetar, en cuanto a los contenidos publicitarios permitidos, lo dispuesto en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad y en la Ley 13/2022, de 7 de Julio, General de la Comunicación Audiovisual.
2. El patrocinio, ya se formalice mediante un contrato o un convenio de patrocinio, no podrá:
 - a) Crear relaciones laborales entre el personal del patrocinador y el Ayuntamiento de Arganda del Rey y sus organismos públicos, empresas o fundaciones.
 - b) Excluir la normativa municipal que resulte de aplicación o alterar el régimen de distribución de competencias entre los órganos municipales.
 - c) Dispensar de la obtención de las licencias, autorizaciones o permisos que resulten necesarios para la realización de las contraprestaciones a las que se hubiera comprometido el patrocinador.
3. Si para la ejecución del contrato o convenio de patrocinio fuera preciso llevar a cabo algún tipo de contratación por parte del Ayuntamiento de Arganda del Rey y sus Organismos Públicos, dicha contratación estará sujeta a la legislación de contratos del sector público en los términos que la misma resulte de aplicación a cada uno de ellos.
4. Patrocinador y patrocinado deberán garantizar el carácter confidencial de toda la información a que tengan acceso con ocasión del patrocinio, debiendo en consecuencia mantenerla reservada. Igualmente deberá darse cumplimiento a lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y sus normativas de desarrollo.

Capítulo III. Aportaciones del patrocinador.

Art. 9. Naturaleza de las aportaciones.

Las aportaciones podrán ser tanto dinerarias como en especie en los supuestos legalmente permitidos. Podrán concurrir ambos tipos de aportaciones en una misma actividad patrocinada.

Art. 10. Modalidades de las aportaciones.

1. Las aportaciones podrán cubrir la totalidad o parte de la actividad patrocinada, no pudiendo superar en ningún caso el presupuesto máximo de ejecución de la actividad o evento patrocinada.
2. Siempre que la actividad patrocinada lo permita, las aportaciones podrán proceder de varios patrocinadores.

En tales casos, cada patrocinador formalizará su respectivo contrato de patrocinio publicitario o convenio de patrocinio, según proceda.

Art. 11. Valoración de las aportaciones.

1. La valoración de las aportaciones mutuas se efectuará a precios de mercado y teniendo en cuenta, en su caso, la aplicación de los importes establecidos para supuestos similares en las Ordenanzas Reguladoras de los Tributos y Precios Públicos del Ayuntamiento de Arganda del Rey.

La valoración final del patrocinio aportado será la suma de la cantidad dineraria aportada y de la valoración de la acción a precio de mercado.

2. En los contratos de patrocinio, las aportaciones del patrocinador constituyen el precio del retorno obtenido y se determinará en el proceso de selección del contratista- patrocinador de acuerdo con lo dispuesto en la legislación contractual.

3. La participación en el **PLAN DE EMPRESAS**, las aportaciones del patrocinador quedarán reguladas por lo reflejado en el anexo I de esta ordenanza.

Art. 12. Destino de las aportaciones.

1. Las aportaciones dinerarias, en su caso, podrán generar crédito en el estado de gastos de acuerdo con la normativa general aplicable. El resto de aportaciones se aplicarán íntegramente a la actividad patrocinada.

2. En los convenios de patrocinio caso de que la actividad patrocinada no se llegase a ejecutar por una causa no imputable al Ayuntamiento, no procederá el reintegro total o parcial de lo aportado por el patrocinador. Para ello se buscarán fórmulas alternativas de colaboración que satisfagan los intereses de las dos partes.

En los contratos de patrocinio habrá de estarse, en los casos de inejecución de la actividad, a lo dispuesto en la legislación aplicable y a lo expresamente establecido en el contrato.

Capítulo IV. Régimen de retornos al patrocinador.

Art. 13. Concepto y valoración.

1. Se consideran retornos, a los efectos previstos en la presente Ordenanza, todo aquello que los patrocinadores reciben por su aportación a la realización de las actividades municipales.

2. En el caso del convenio de patrocinio publicitario el retorno consistirá en la difusión de la imagen publicitaria del patrocinador mediante alguno de los siguientes procedimientos:

a) Datos proporcionados por el Ayuntamiento o por el patrocinador desde sus respectivos gabinetes de prensa a los medios de comunicación, presentando la campaña con especial incidencia en resultar la firma del contrato, carácter y finalidad del mismo.

b) Publicidad directa del patrocinador, en la forma y tiempo acordados, mediante la difusión de su condición de patrocinador, así como el derecho al uso gratuito de los logotipos municipales y publicidad en los elementos propios de las actividades patrocinadas, respetando los derechos e imagen de la marca del Ayuntamiento de Arganda del Rey.

c) En caso de que la actividad patrocinada consistiera en la realización de obras, una vez finalizadas, dejar constancia en las mismas de la intervención del patrocinador en la forma y tiempo acordados.

d) En el caso del PLAN FUSIONATE EMPRESA, las contraprestaciones vienen reguladas en lo reflejado en el ANEXO I de esta ordenanza.

3. En los convenios de patrocinio, los retornos serán aquellos que se fijen en el propio convenio, aplicando lo dispuesto en el apartado anterior en cuanto a la difusión de la imagen publicitaria del patrocinador.

4. Los retornos serán valorados, conforme a lo establecido en el artículo 11 de la presente Ordenanza.

Capítulo V. Plan Anual de Patrocinios del Servicio Municipal de Deportes del Ayuntamiento de Arganda del Rey.

Art. 14. Plan Anual.

1. En el mes de enero de cada año la Comisión de Patrocinios Deportivos aprobará el Plan Anual de Patrocinios Deportivos de Arganda del Rey, en el que se incluirán todas las actividades que puedan ser patrocinadas durante el año, los conceptos patrocinables así como el importe económico de cada uno de ellos.

2. A tal efecto, el Servicio Municipal de deportes elaborará un informe con la propuesta de Plana Anual de Patrocinios deportivos antes de finalizar el último trimestre del año anterior al que vayan a realizarse.

3. El patrocinio de actividades no incluidas en el Plan Anual requerirá informe previo y favorable de la Comisión de Patrocinios Deportivos, prevista en la Disposición Adicional Primera, debiendo justificarse por el órgano municipal promotor del patrocinio deportivo las razones que aconsejen su celebración.

4. El Plan Anual de Patrocinio Deportivo de Arganda del Rey será publicado en la página web del Ayuntamiento de Arganda con el fin de garantizar los principios de libertad de acceso, publicidad, transparencia, no discriminación e igualdad.

DISPOSICIÓN ADICIONAL PRIMERA

Comisión de Patrocinios Deportivos. Mediante Decreto de Alcalde, conforme a lo previsto en la organización municipal, procederá a la creación de la Comisión de Patrocinios Deportivos, cuyas funciones se concretarán en el seguimiento, asesoramiento,

coordinación y control de las actuaciones municipales en materia de patrocinio de las actividades deportivas promovidas por el Ayuntamiento de Arganda del Rey. Esta comisión estará formada por:

- Presidente: Concejales Delegado de Deporte, Innovación y Transparencia.
- Vocales: Dos técnicos de la Unidad de Deportes.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA PRIMERA

A la entrada en vigor de la presente Ordenanza mantendrán plena eficacia los patrocinios suscritos por el Ayuntamiento de Arganda del Rey, sus Organismos públicos, manteniéndose por tanto inalterables las obligaciones recogidas en ellos hasta su finalización, sin posibilidad de prórroga.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA

Primer Plan Anual de Patrocinios de Arganda del Rey. Desde la entrada en vigor de la presente Ordenanza y hasta la aprobación del primer Plan Anual de Patrocinios de Arganda del Rey, la realización de actividades de competencia municipal se ajustará al ANEXO I de la presente Ordenanza. Así mismo, las actividades no recogidas en el mismo y que se prevean realizar total o parcialmente mediante patrocinio deberán ser informadas favorablemente por la Comisión de Patrocinios Deportivos, prevista en la Disposición Adicional Primera.

DISPOSICIÓN FINAL PRIMERA

Interpretación y desarrollo. Se faculta al Concejal de Deporte, Innovación y Transparencia para interpretar y resolver cuantas cuestiones surjan de la aplicación de la presente Ordenanza y para que dicte las resoluciones precisas para el cumplimiento de la misma.

DISPOSICIÓN FINAL SEGUNDA

Publicación, entrada en vigor y comunicación. De conformidad con lo dispuesto en la ordenación del Ayuntamiento de Arganda del Rey, la publicación, entrada en vigor y comunicación de la presente Ordenanza se producirá de la siguiente forma:

Primero. Aprobar inicialmente, en los términos que se contienen en el anexo al expediente, la Ordenanza Reguladora del Patrocinio de Actuaciones y Actividades municipales.

Segundo. Exponer al público el anterior acuerdo mediante anuncio que se insertará en el tablón de anuncios municipal durante el plazo de treinta días hábiles a contar desde el siguiente al de la publicación de dicho anuncio en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID dentro de los cuales los interesados podrán examinar el expediente y presentar las reclamaciones y sugerencias.

Tercero. Finalizado el plazo de exposición pública se adoptarán los acuerdos definitivos que procedan, resolviendo las reclamaciones y sugerencias que se hubieran presentado y aprobando la redacción definitiva de la ordenanza a que se refiere el acuerdo inicial.

En el caso de que no se presenten reclamaciones o sugerencias al expediente en el plazo anteriormente indicado, el acuerdo se entenderá definitivamente aprobado sin necesidad de acuerdo plenario, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 49 c) de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local.

Cuarto. El acuerdo definitivo que se adopte, incluyendo el provisional elevado a tal categoría conforme a lo previsto en el apartado anterior y el texto íntegro de la ordenanza serán publicados en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID entrando en vigor dentro de los quince días siguientes al de dicha publicación conforme a lo previsto en el artículo 65.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local.

DISPOSICIÓN FINAL TERCERA. DEROGATORIA

Queda derogada la ORDENAZA REGULADORA DE PATROCINIO DE LAS ACTIVIDADES DEPORTIVAS aprobada en el Pleno de 14 de Diciembre de 2016 y publicada en el B.O.C.M número 54 de 4 de marzo de 2017.

ANEXO I
PRIMER PLAN DE EMPRESAS / AÑO 2024

Los planes para sucesivas anualidades serán aprobados por la Comisión de Patrocinios Deportivos, según viene regulado en la presente ordenanza.

	BRONCE	PLATA	ORO	PLATINO
Precio	50,00 €	75,00 €	150,00 €	200,00 € ⁽¹⁾
Duración mínima	6 meses	6 meses	1 año	1 año ⁽²⁾
Directorio web/app	-	Sí	Sí	
Imagen Banner Pabellones ⁽³⁾	Mínimo 2 pases de 10 seg / horas	Mínimo 4 pases de 15 seg / horas	Mínimo 4 pases de 15 seg / horas	
Video Banner Pabellones ⁽³⁾	-	-	Pases de 15 seg.	
Inauguración Olimpiadas	-	-	Sí	
Stand 3x3 en eventos	-	-	Sí	
Stand 1x1 en instalaciones	-	-	Sí	
Abono Fusión Total	-	-	1	2
Descuento a Trabajadores ⁽⁴⁾	-	-	15 %	20%
Patrocinio de Actividades	-	-	-	Sí
Naming y ambientación de espacios	-	-	-	Sí
Descuento Pago anual ⁽⁵⁾	-	-	-	Si 10%

⁽¹⁾ La cuota mensual será de 200 euros más las acciones puntuales que se contraten del Plan Platino.

⁽²⁾ La duración será de 1 año (Plan Gold) y cada acción puntual que se contrate del Plan Platino llevará asociada su duración.

⁽³⁾ Las proyecciones se llevarán a cabo en horario de tarde (4 horas) de lunes a viernes y en horario de mañana (4 horas) y tarde (4 horas) sábados, domingos y festivos. En los días de eventos en los diferentes pabellones, se mantendrá la proyección durante todo el desarrollo del propio evento.

⁽⁴⁾ Se aplicará el descuento cuando sea la empresa quien asuma el pago de los servicios. La empresa será la encargada de comunicar y actualizar el listado de trabajadores beneficiarios. Se tramitará un único cargo a la empresa y se remitirá listado de trabajadores y servicios consumidos. Los trabajadores seguirán siendo los titulares de la inscripción y en último caso responsables de los cargos generados y no abonados por la empresa.

⁽⁵⁾ En el caso de patrocinar espacios municipales con carácter anual, se aplicará un 10% de descuento sobre el total del servicio contratado, en el momento de hacer un pago único anual por adelantado.

Patrocinio BRONCE.

Plan de patrocinio valorado en 50,00 euros mensuales, con una duración mínima de 6 meses de duración, que incluye la proyección de imagen promocional en los banners led de los Pabellones Polivalentes de Ciudad Deportiva "Príncipe Felipe", Polideportivo "Virgen del Carmen" y Polideportivo "Alberto Herreros". La imagen a proyectar será fija, siempre suministrada por la empresa. Incluye 2 proyecciones de 10 segundos cada hora.

Patrocinio PLATA.

Plan de Patrocinio valorado en 75,00 euros mensuales, con una duración mínima de 6 meses y prórrogas por el mismo número de meses.

Los ítems que incluye este Plan son:

- Inclusión de los datos de contacto e imagen corporativa de la empresa en el directorio de empresas colaboradoras en APP y WEB www.argandadeportiva.com.
- Proyección de imagen promocional en los led de los Pabellones Polivalentes de Ciudad Deportiva "Príncipe Felipe", Polideportivo "Virgen del Carmen" y Polideportivo "Alberto Herreros". La imagen a proyectar podrá ser fija o tipo vídeo, siempre suministrada por la empresa. Incluye 4 proyecciones de 15 segundos cada hora.

Patrocinio ORO.

Plan de Patrocinio valorado en 150,00 euros mensuales, con un contrato mínimo de 1 año y prórrogas por el mismo periodo de tiempo.

Los ítems que incluye este Plan son:

- Inclusión de los datos de contacto e imagen corporativa de la empresa en el directorio de empresas colaboradoras en APP y WEB www.argandadeportiva.com.
- Proyección de imagen promocional en los banners led de los Pabellones Polivalentes de Ciudad Deportiva "Príncipe Felipe", Polideportivo "Virgen del Carmen" y Polideportivo "Alberto Herreros". La imagen a proyectar podrá ser fija o tipo vídeo, siempre suministrada por la empresa. Incluye 6 proyecciones de 15 segundos cada hora.

- Proyección de imagen promocional en los banners led (2) de la Jornada Inaugural de la Olimpiada Escolar. La imagen a proyectar podrá ser fija o tipo vídeo, siempre suministrada por la empresa. Proyecciones de 15 segundos.
- Posibilidad de colocación de Stand de la empresa en los eventos programados en el Plan Anual de Patrocinio (no incluye Olimpiada Escolar). Constará de una carpa de 3 x 3 metros que deberá aportar el patrocinador, así como todas las necesidades de la misma (mesas, sillas, suministro eléctrico, etc.). Se podrá realizar acciones de sampling, promociones, información, captación de clientes etc.
- Posibilidad de instalación de pequeño stand (tipo mesa de máximo 1 x 1 metro) de la marca en el hall de las instalaciones deportivas para acciones de sampling, promociones, información, captación de clientes etc. Se podrá realizar 1 acción (1 día dentro del horario de la propia instalación) al trimestre siempre de lunes a viernes excepto festivos. No incluye los nueve días de la Olimpiada Escolar.
- 1 Abono Fusión Total.
- Descuento de un 15 % en los consumos de los trabajadores que la empresa declare como beneficiarios de la misma. Se aplicará el descuento cuando sea la empresa quien asuma el pago de los servicios. La empresa será la encargada de comunicar y actualizar el listado de trabajadores beneficiarios. Se tramitará un único cargo a la empresa y se remitirá listado de trabajadores y servicios consumidos. Los trabajadores seguirán siendo los titulares de la inscripción y en último caso responsables de los cargos generados y no abonados por la empresa, por lo que deberán aportar datos bancarios y firmar orden de domiciliación (SEPA) en el momento del alta del servicio.

Patrocinio PLATINO.

Plan de Patrocinio destinado en exclusiva a las empresas que formen parte del **Plan Oro** y que quieran realizar acciones de patrocinio concretas de este plan y que se sumen a los beneficios que ya disfrutan

Los ítems que incluye este Plan son:

- Inclusión de los datos de contacto e imagen corporativa de la empresa en el directorio de empresas colaboradoras en APP y WEB www.argandadeportiva.com.
- Proyección de imagen promocional en los banners led de los Pabellones Polivalentes de Ciudad Deportiva "Príncipe Felipe", Polideportivo "Virgen del Carmen" y Polideportivo "Alberto Herreros". La imagen a proyectar podrá ser fija o tipo vídeo, siempre suministrada por la empresa. Incluye un mínimo de 8 proyecciones de 15 segundos/hora.
- Proyección de imagen promocional en los banners led (2) de la Jornada Inaugural de la Olimpiada Escolar. La imagen a proyectar podrá ser fija o tipo vídeo, siempre suministrada por la empresa. Proyecciones de 15 segundos.
- Posibilidad de colocación de Stand de la empresa en los eventos programados en el Plan Anual de Patrocinio (no incluye Olimpiada Escolar). Constará de una carpa de 3 x 3 metros que deberá aportar el patrocinador, así como todas las necesidades de la misma (mesas, sillas, suministro eléctrico, etc.). Se podrá realizar acciones de sampling, promociones, información, captación de clientes etc.
- Posibilidad de instalación de pequeño stand (tipo mesa de máximo 1 x 1 metro) de la marca en el hall de las instalaciones deportivas para acciones de sampling, promociones, información, captación de clientes etc. Se podrá realizar 1 acción (1 día dentro del horario de la propia instalación) al trimestre siempre de lunes a viernes excepto festivos. No incluye los nueve días de la Olimpiada Escolar.
- 2 Abono Fusión Total.
- Descuento de un 20 % en los consumos de los trabajadores que la empresa declare como beneficiarios de la misma. Se aplicará el descuento cuando sea la empresa quien asuma el pago de los servicios. La empresa será la encargada de comunicar y actualizar el listado de trabajadores beneficiarios. Se tramitará un único cargo a la empresa y se remitirá listado de trabajadores y servicios consumidos. Los trabajadores seguirán siendo los titulares de la inscripción y en último caso responsables de los cargos generados y no abonados por la empresa, por lo que deberán aportar datos bancarios y firmar orden de domiciliación (SEPA) en el momento del alta del servicio.

Acciones de patrocinio en eventos promovidos por la Concejalía de Deporte:

a. Carreras Populares

	< 500	500-1.000	>1.000
Pancarta en recorrido	30,00 €	50,00 €	70,00 €
Vestir recta meta	200,00 €	300,00 €	500,00 €
Vestir recta salida	200,00 €	300,00 €	500,00 €
Arco meta	200,00 €	300,00 €	500,00 €
Arco Salida	200,00 €	300,00 €	500,00 €
Arco recorrido	75,00 €	100,00 €	200,00 €
Naming Carrera	1.000,00 €	2.000,00 €	3.000,00 €

- Colocación de pancarta de hasta 2 metros de ancho y 1 de alto en el recorrido, excluyendo los primeros (salida) y últimos (meta) 200 metros del recorrido.
- Personalización completa de recta de meta (200 metros) o recta de salida (200 metros) con pancartas laterales de 1 metro de alto en ambos lados del recorrido.
- Colocación de arco de meta propio.
- Colocación de arco de salida propio
- Colocación de arco de recorrido, excluyendo los primeros (salida) y últimos (meta) 200 metros del recorrido.
- *Naming* del evento

b. Otros eventos

	< 50	50-200	>200
Trasera de 2x3 metros	50,00 €	100,00 €	200,00 €
Rollup 1x2 metros	20,00 €	30,00 €	50,00 €

- Colocación de Trasera de 2 metros de alto y 3 de ancho.
- Colocación de rollup de 1 metro de ancho y 2 metros de alto.

c. Olimpiada Escolar

Stand 3x3 metros	200,00 €
Acciones a pie	50,00 €
Patrocinios varios	Por definir

- Posibilidad de colocación de Stand de la empresa en Jornada Inaugural. Constará de una carpa de 3 x 3 metros que deberá aportar el patrocinador, así como todas las necesidades de la misma (mesas, sillas, suministro eléctrico, etc.). Se podrá realizar acciones de sampling, promociones, información, captación de clientes etc.
- Posibilidad de realizar a pie en la jornada inaugural acciones de sampling, promociones, información, captación de clientes etc.
- En los casos de eventos deportivos, deberá permanecer el personal de la empresa a cargo del material y de su adecuada instalación, no haciéndose responsable el Ayuntamiento de ello.
- Posibilidad de patrocinar la aplicación web y móvil del evento con inclusión de publicidad en la misma.

Naming y ambientación de espacios en las instalaciones deportivas.

Todo el material, diseño, instalación y mantenimiento correrá a cargo del patrocinador.

Los diseños deberán estar integrados con motivos relacionados con la actividad física y el deporte. Las propuestas de personalización deberán tener el visto bueno del Servicio de Deportes, para lo que se emitirá informe técnico favorable de la misma.

Se establece un escalado de espacios con puntuación obtenida por los siguientes criterios, de esa forma se abonará la cantidad dependiendo del nivel que resulte de la suma de puntos.

Aquellos espacios que no se reflejen en el siguiente apartado, serán valorados por el criterio establecido en el mismo y se requerirá de informe técnico de puntuación que será aportado al expediente del patrocinador.

Valoración y criterios de espacios destinados a publicidad

Se valorarán los siguientes criterios:

CRITERIO	VALORACIÓN
Usuarios Deportes	1 a 5 puntos
Usuarios Clubes	1 a 5 puntos
Público	1 a 5 puntos
Dimensiones	1 a 5 puntos
Vistas exteriores	1 a 5 puntos

Niveles de coste por valoración:

NIVELES	COSTE MENSUAL
Nivel 1: hasta 6 puntos	200,00 €
Nivel 2: 7 puntos	300,00 €
Nivel 3: de 8 a 9 puntos	400,00 €
Nivel 4: de 10 a 15 puntos	500,00 €
Nivel 5: de 16 a 18 puntos	600,00 €
Nivel 6: 19 o 20 puntos	800,00 €
Nivel 7: 21 más puntos	1200,00 €

- **Ciudad Deportiva “Príncipe Felipe”**

ESPACIO DESTINADO A PUBLICIDAD	PUNTUACIÓN	COSTE
Cristalera exterior sala fitness - Valdearganda, Parking y Campo de fútbol	25	1200,00 €
Cristalera interior sala fitness - Valdearganda, Parking y Campo de fútbol	19	800,00 €
Columnas y paneles interior sala fitness sala fitness - Valdearganda, Parking y Campo de fútbol	18	600,00 €
Escaleras interior hall contrahuella + barandillas	18	600,00 €
Puerta de aseos público pasillos + espejos	10	500,00 €
Exterior Sala 7 subida a sala fitness	9	400,00 €
Exterior Sala 23	8	400,00 €
Frontal pasillo acceso salas	7	300,00 €
Puerta de vestuario pasillos + espejos	6	200,00 €
Puerta de vestuario pabellón + espejos	5	200,00 €

*Ver tabla final

- **Polideportivo “Virgen del Carmen”**

ESPACIO DESTINADO A PUBLICIDAD	PUNTUACIÓN	COSTE
Cristalera lateral acceso exterior	19	800,00 €
Escaleras y barandillas entrada	12	500,00 €
Puertas oficinas	12	500,00 €
Cristalera lateral acceso interior	11	500,00 €
Cristalera piscina exterior	10	500,00 €
Cristalera piscina interior calle	8	400,00 €
Cristalera piscina interior hall	8	400,00 €
Cristalera interior máquinas café	6	200,00 €

*Ver tabla final

- **Polideportivo “Alberto Herreros”**

ESPACIO DESTINADO A PUBLICIDAD	PUNTUACIÓN	NIVEL
Paneles vestuarios pista polideportiva	10	500,00 €
Cristalera de policarbonato interior	8	400,00 €
Cristalera Hall	8	400,00 €

*Ver tabla final

Criterios de diseño y publicidad:

- Vestuarios de galería de pabellón (planta -1): Personalización completa de puerta de acceso al vestuario e instalación de 2 frisos (base y tope) adhesivos de 10 centímetros de alto y todo el ancho del espejo interior del vestuario. Se podrá optar a personalizar los vestuarios 2, 3, 4 y 5 de la galería de pabellón.

- Vestuarios de pasillo de tornos (planta -1): Personalización completa de ambas puertas de acceso a los vestuarios e instalación de 2 frisos (base y tope) adhesivos de 10 centímetros de alto y todo el ancho de los espejos interiores de los dos vestuarios.
- Vestuarios de pasillo de salas (planta -1): Personalización completa de ambas puertas y pared intermedia (“U” completa) de acceso a los vestuarios e instalación de 2 frisos (base y tope) adhesivos de 10 centímetros de alto y todo el ancho de los espejos interiores de los dos vestuarios.
- Sala Ciclo Indoor (planta -1): Personalización completa de puerta de acceso a la sala e instalación trasera de 2 metros de alto y 4 metros de ancho, colocado detrás del puesto del monitor.
- Sala Actividades Dirigidas (Sala 23 - planta -1): Personalización completa de puerta de acceso a la sala e instalación trasera de 2 metros de alto y 4 metros de ancho, colocado detrás del puesto del monitor.
- Sala Actividades Dirigidas (Salas 5 y 6 - planta 0): Personalización completa de puerta de acceso a la sala e instalación trasera de 2 metros de alto y 4 metros de ancho, colocado detrás del puesto del monitor. Se podrá optar a personalizar las salas 5 y 6 de planta 0.
- Sala Actividades Dirigidas (Sala 7 - planta 0): Personalización completa de cristalera de acceso e instalación trasera de 2 metros de alto y 4 metros de ancho, colocado detrás del puesto del monitor.
- Otros espacios por determinar, tanto físicos como digitales

