

### III. ADMINISTRACIÓN LOCAL

#### AYUNTAMIENTO DE

**3****ARGANDA DEL REY**

## ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

Conforme a lo dispuesto en el artículo 49 c) de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, se hace público que, habiendo transcurrido el plazo de treinta días de exposición pública del expediente sobre la Implantación y Ordenación de la Ordenanza Reguladora de Patrocinio de Actividades Deportivas, aprobado inicialmente en sesión de Pleno celebrada el día 14 de Diciembre de 2016, y no habiéndose registrado reclamaciones o sugerencias al mismo, dicho acuerdo se entiende definitivamente aprobado procediéndose a la publicación del texto íntegro que entrará en vigor y se aplicará transcurrido el plazo de los quince días siguientes al de la publicación previsto en el artículo 65.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local y de su completa publicación en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID permaneciendo en vigor hasta su modificación o derogación expresas.

Contra dicha ordenanza, por ser una disposición general, solo podrá interponerse recurso contencioso-administrativo ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal de Justicia de Madrid en el plazo de dos meses contados a partir del día siguiente al de su publicación en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID, sin perjuicio de cualquier otro que los interesados tengan por conveniente.

En cumplimiento de lo previsto en el artículo 70.2 de la misma, a continuación se inserta el texto íntegro de la Ordenanza.

#### **ORDENANZA REGULADORA DE PATROCINIO DE ACTIVIDADES DEPORTIVAS**

##### 1. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El Ayuntamiento de Arganda del Rey, por medio de la Concejalía de Deportes y Actividades Saludables, quiere poner en marcha un programa de Empresas que realicen colaboración con las actividades deportivas del municipio y puedan aportar patrocinio privado a la organización de las mismas. Dicho programa de Empresa, tiene como objetivo la búsqueda de recursos económicos alternativos a la gestión directa que realizar el organismo deportivo y requiere su regulación para llevar a efecto dicho programa estableciendo un marco jurídico regulador de las actuaciones municipales objeto de patrocinio.

Mediante dichas normas se vino a desarrollar lo dispuesto en el artículo 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, por el que se regula el contrato de patrocinio publicitario como aquel por el que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.

De conformidad con lo dispuesto en el Decreto de Alcaldía nº 2015003539 de 19 de Junio por el que se aprueba la estructura y organización del Ayuntamiento de Arganda, se delegan competencias en la titular de la Concejalía de Deportes y Actividades Saludables, “la cooperación con otras administraciones públicas, entidades de derecho público, entidades de derecho privado y particulares que tengan como fin la ejecución de competencias que son objeto de delegación, incluyendo la celebración de convenios de colaboración”.

Dado que no existe precedente alguno en la gestión del Ayuntamiento de Arganda del Rey y de acuerdo al desarrollo comercial y estratégicos de los planes de actuación en esta materia, hace recomendable que se actualice y articule una regulación específica en materia de patrocinio de forma y manera que se pueda contar con un instrumento jurídico en el que se sistematicen las posibles formas de actuar en dicha materia recogiendo las experiencias derivadas de la aplicación de la normativa anterior.

Esta Ordenanza pretende ir más allá en cuanto a la determinación de las actuaciones patrocinables contenidas en las “Normas reguladoras del Patrocinio de Actuaciones Municipales”, incorporando dos ámbitos nuevos. En primer lugar, las actividades de promoción turística y comercial, que a día de hoy constituyen un factor determinante para el desarro-

llo económico y social de la localidad, y suponen un campo propicio para la colaboración privada.

En segundo lugar, el desarrollo de la sociedad de la información, conocimiento e innovación, ha supuesto la aparición de una amplia gama de actividades no contempladas con anterioridad y que desde luego son susceptibles de patrocinios privados.

Los contratos de patrocinio publicitario celebrados por entidades del sector público deben considerarse “contratos privados” cuya preparación y adjudicación, se rige por el Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, aplicándose supletoriamente las restantes normas de derecho administrativo y, en su caso, el derecho privado.

En este sentido, la experiencia ha puesto de manifiesto que en numerosas ocasiones la colaboración público privada va mucho más allá del mero contrato publicitario al conformarse un alineamiento de las voluntades de la Administración y del sector privado en la consecución de determinados fines que coadyuvan al cumplimiento de objetivos coincidentes. Ello, junto al hecho de que el patrocinio carezca de una regulación expresa, provoca que en ocasiones sea difícil distinguir el contrato publicitario de patrocinio de la figura del convenio de patrocinio.

Efectivamente en esos casos se traspasa el mero concepto de patrocinio, en el sentido anteriormente indicado, y la vinculación del patrocinador con la actividad patrocinada va más allá de la mera actividad publicitaria al participar conjuntamente patrocinado y patrocinador en la consecución de una finalidad concreta. Es en este caso cuando podemos considerar que nos encontramos ante un convenio de patrocinio, excluido de la legislación de contratos de conformidad con lo dispuesto en el Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

Así pues, la práctica pone de manifiesto que se han venido empleando dos instrumentos, contrato de patrocinio y convenio de patrocinio, sustancialmente diferentes tanto en cuanto a su finalidad como a su sometimiento a la normativa vigente, por lo que es necesario reglamentar el uso de los mismos de forma que la colaboración administrativa municipal con el sector privado se optimice en función de los supuestos ante los que nos encontremos.

Sin olvidar la figura del convenio de colaboración empresarial que tiene su propia regulación específica 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.

Por otro lado, el importante incremento que en los últimos años ha tenido esta forma de colaboración entre el sector público y el privado, ha consolidado y normalizado este tipo de acciones de forma que se hace necesario junto a su regulación el 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, dos disposiciones transitorias y dos 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 “Programa Anual de Patrocinios Deportivos de Arganda del Rey”.

La Disposición Adicional Primera se refiere a la creación de una Comisión de seguimiento de Patrocinios como órgano de coordinación de los programas de patrocinio. La Disposición Adicional Segunda regula las obligaciones de las entidades del sector público del Ayuntamiento de Arganda del Rey en relación a sus programas 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 Programa Anual de Patrocinio de Arganda del Rey.

La Disposición Final Primera establece la habilitación para la aplicación y desarrollo de la Ordenanza y 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.

## Capítulo I

*Disposiciones generales*

Artículo 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 Programa FUSIONATE EMPRESA, del Ayuntamiento de Arganda del Rey.

2. En lo referente al resto de entidades que conforman el sector público del Ayuntamiento de Arganda se estará a lo dispuesto en la correspondiente normativa que les sea de aplicación sin perjuicio de lo dispuesto en la Disposición Adicional Segunda.

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.

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.*—Se podrán patrocinar las siguientes actividades municipales:

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

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 el Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley 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.

3. En los organismos públicos del Ayuntamiento la firma de los convenios de patrocinio corresponderá al Presidente del Organismo y la adjudicación de los contratos de patrocinio publicitario al Gerente del Organismo.

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 el Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, 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 el artículo 26 del Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, 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 del Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, 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 7/2010, de 31 de marzo, 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 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, la Ley 8/2001, de 13 de julio, de Protección de Datos de Carácter Personal en la Comunidad de Madrid, 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.

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.

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 programa FUSIÓNATE EMPRESA, 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 causa no imputable al patrocinador, procederá el reintegro total o parcial de lo aportado por el patrocinador. En los contratos de patrocinio habrá de estarse, en los casos de inexecución 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 contrato 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 Programa 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

### *Programa Anual de Patrocinios del Servicio Municipal de Deportes del Ayuntamiento de Arganda del Rey*

Art. 14. *Programa Anual.*—1. En el mes de enero de cada año la Junta de Gobierno aprobará el Programa Anual de Patrocinios de Arganda del Rey, en el que se incluirán todas las actividades que puedan ser patrocinadas durante el año.

2. A tal efecto, el Servicio Municipal de deportes remitirá anualmente al Área de Gobierno competente en materia de fomento, impulso y coordinación de las acciones de patrocinio, las actividades que prevean realizar total o parcialmente mediante patrocinio antes de finalizar el último trimestre del año anterior al que vayan a realizarse.

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

4. El Programa Anual de Patrocinio 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 Seguimiento de Patrocinios.*—Mediante Decreto de Alcalde, conforme a lo previsto en la organización municipal, procederá a la creación de la Comisión de Seguimiento de Patrocinios, cuyas funciones se concretarán en el seguimiento, asesoramiento, coordinación y control de las actuaciones municipales en materia de patrocinio.

## DISPOSICIÓN ADICIONAL SEGUNDA

*Normas específicas aplicables.*—1. Los diferentes Programas y Actividades Deportivas que sean motivo de patrocinio, deberán ser comunicadas en el plazo señalado en el artículo 14.2 de esta Ordenanza, al titular del Área de Gobierno competente en materia de fomento, impulso y coordinación de las acciones de patrocinio, antes de la aprobación del programa anual del patrocinio. Una vez aprobado por el órgano competente, dicho programa quedará unido como Anexo al Programa Anual de Patrocinios del Ayuntamiento de Arganda del Rey.

2. La misma obligación de comunicación, prevista en el apartado anterior, tendrán con relación a los patrocinios no incluidos en su Programa Anual, debiendo justificarse las razones que aconsejan su celebración.

3. En dichas entidades la adjudicación de los contratos de patrocinio publicitario y la firma de los negocios jurídicos que en materia de patrocinio procedan, corresponderá al órgano que se determine en sus respectivos estatutos.

#### 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.

#### DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA

*Primer Programa Anual de Patrocinios de Arganda del Rey.*—Desde la entrada en vigor de la presente Ordenanza y hasta la aprobación del primer Programa Anual de Patrocinios de Arganda del Rey, la realización de actividades de competencia municipal que se prevean realizar total o parcialmente mediante patrocinio deberán ser informadas favorablemente por la Comisión de Patrocinios prevista en la Disposición Adicional Primera.

#### DISPOSICIÓN FINAL PRIMERA

*Interpretación y desarrollo.*—Se faculta al titular del Área de Gobierno competente en materia de fomento, impulso y coordinación de las acciones de patrocinio 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.

## ANEXO I

## PROGRAMA FUSIÓNATE EMPRESAS



PATROCINIO	SOPORTES PUBLICITARIOS
<b>PATROCINIO BRONCE</b> <b>30€/MES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Firma del acuerdo de colaboración de 1 año con presencia de medios de comunicación.</li> <li>— Difusión en medios de comunicación del Ayuntamiento (Web y Revistas)</li> <li>— Presencia de marca en las Redes sociales de Deporte de Arganda, patrocinando noticias del Deporte Local.</li> <li>— Tarjeta Oro del Servicio de Deportes para el uso personal de las instalaciones deportivas</li> <li>— Presencia en panel de Patrocinadores en las Instalaciones Deportivas.</li> <li>— Pancarta publicitaria en jornada Inaugural Olimpiada Escolar (facilitada por patrocinador)</li> <li>— Pancarta publicitaria en eventos deportivos organizados por el Servicio Municipal de Deportes (facilitada por patrocinador).</li> </ul>

PATROCINIO	SOPORTES PUBLICITARIOS
<b>PATROCINIO PLATA</b> <b>100€/MES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Firma del acuerdo de colaboración de 1 año con presencia de medios de comunicación.</li> <li>— Difusión en medios de comunicación del Ayuntamiento (Web y Revistas)</li> <li>— Presencia de marca en las Redes sociales de Deporte de Arganda, patrocinando noticias del Deporte Local.</li> <li>— Tarjeta oro del Servicio Municipal de Deportes para el uso de Instalaciones Deportivas</li> <li>— Presencia en panel de Patrocinadores en las Instalaciones Deportivas.</li> <li>— Patrocinador Principal de la los Premios del Deporte</li> <li>— Pancartas publicitarias en eventos deportivos organizados por el Servicio Municipal de Deportes (facilitadas por patrocinador).</li> <li>— Incorporación al programa Fidelización de Clientes (Tarjeta Deporte).</li> <li>— Acciones de Sampling en eventos deportivos</li> <li>— Stand de la marca en eventos deportivos organizados por el Servicio de Deportes.</li> <li>— Spots publicitarios para emisión en las pantallas de las Instalaciones Deportivas.</li> <li>— Club de Empresas</li> </ul>



PATROCINIO	SOPORTES PUBLICITARIOS
<b>GESTIÓN DEPORTIVA PARA ENTIDAD COLABORADORA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Programas deportivos para empleados</li> <li>— Manuales de actividad deportiva. Planes de Salud</li> <li>— Actividades deportivas para directivos</li> <li>— Programas de <b>ocio y recreación</b> para Empresas</li> <li>— Programas de rehabilitación y prevención de lesiones por el desarrollo de la actividad laboral.</li> </ul>
<b>RECURSOS PUBLICITARIOS Y PATROCINIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Tarjeta Platino del Servicio Municipal de Deportes para el uso de instalaciones Deportivas.</li> <li>— Publicidad en instalaciones deportivas. Programas publicitarios. Spots y promociones</li> <li>— Patrocinio de actividades deportivas específicas</li> <li>— Presencia de la marca en medios de Comunicación</li> <li>— Acciones de Sampling con clientes de instalaciones</li> <li>— Montajes de stand y presencia directa de las empresas</li> </ul>
<b>PUBLICACIONES Y COMUNICACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Revistas y comunicaciones especializadas en el mundo del deporte</li> <li>— Elaboración y distribución de boletines informativos de la actividad, dirigido a targets determinados.</li> <li>— Elaboración de soportes de publicidad y Planes de Comunicación empresarial.</li> </ul>
<b>FOROS DE FORMACIÓN PROFESIONAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Cursos de formación profesional en acuerdo con Federaciones, Instituciones Públicas y Universidades.</li> <li>— Formación técnica específica. Bolsas de Empleo</li> <li>— Programas de formación para directivos.</li> </ul>
<b>ORGANIZACIÓN DE EVENTOS RANGO DEPORTIVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Desarrollo de eventos especializados de actividades deportivas</li> <li>— Promoción de actividades deportivas. Espectáculos deportivos y de ocio.</li> </ul>
<b>ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA ENTIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Servicio Integral de gestión para entidades deportivas y clubes</li> <li>— Elaboración y aplicación de planes de comunicación y marketing.</li> <li>— Patrocinio de actividades deportivas</li> <li>— Búsqueda de alternativas de gestión y rentabilidad económica.</li> </ul>

Arganda del Rey, a 22 de Febrero de 2017.—La concejala de Deportes y Actividades Saludables, Alicia Amieba Campos.

(03/6.634/17)

