

**REGLAMENTO DE**  
**CONVENIOS Y PATROCINIOS**

**DESDEC**

## ÍNDICE

1. PREÁMBULO.....	3
2. TIPOS DE RELACIONES CON ENTIDADES EXTERNAS.....	3
<b>2.1. Convenio de Colaboración</b> .....	3
<b>2.2. Convenio de Patrocinio</b> .....	4
3. COMPROMISO ÉTICO.....	4

*María de los Desamparados López Olivares en calidad de Coordinadora de la Comisión Jurídica, certifica que todo lo expuesto ha sido aprobado por el conjunto de miembros de la mencionada comisión.*

## 1. PREÁMBULO

El fin de la creación del presente documento es el de poder recoger pautas para la Tesorería como para la Vicepresidencia Externa, que faciliten la búsqueda de patrocinios y demás relaciones que puedan establecerse en el transcurso de su ejercicio.

Cabe indicar que, como Asociación regida por una organización democrática, todos aquellos patrocinios o convenios que deseen establecerse deberán ser, primero, tramitados por el órgano de gobierno, la Comisión Ejecutiva; segundo, consensuados y aprobados por los Máximos Órganos Unipersonales de Representación Estudiantil de los Miembros Asociados (MOURES) si se diera la necesidad de gestionar durante el periodo entre asambleas; y por último, consensuados y aprobados o ratificados (la ratificación en caso de haberse aprobado anteriormente ya en MOURES), por el máximo órgano de decisión, la Asamblea.

## 2. TIPOS DE RELACIONES CON ENTIDADES EXTERNAS

Primeramente, se debe definir lo que supone la diferencia entre la creación de un convenio de colaboración con una entidad de un contrato de patrocinio.

### 2.1. Convenio de Colaboración

De acuerdo con la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, se entiende por Convenio de Colaboración aquel por el cual las entidades del mecenazgo, a cambio de una ayuda económica para la realización de las actividades que efectúen en cumplimiento del objeto o finalidad específica de la entidad, se comprometen por escrito a difundir, por cualquier medio, la participación del colaborador en dichas actividades.

## 2.2. Convenio de Patrocinio

De acuerdo con la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, se entiende por Contrato de como aquél 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.

## 3. COMPROMISO ÉTICO

Seguidamente, se exponen los principales criterios a la hora de enlazar relaciones como pueden ser los convenios o los patrocinios: se debe atender, en primera instancia, a los intereses mutuos de la Asociación y de la empresa, debiendo siempre guardar una relación coherente entre ambos organismos; y debe haber un compromiso mutuo en el respeto por la integridad de los colectivos a los que representa.