G O B I E R N O DE LA C I U D A D DE B U E N O S A I R E S

Anexo

Número: IF-2025-15862625-GCABA-SSPGE

Buenos Aires, Martes 15 de Abril de 2025

Referencia: Anexo II - Lineamientos y Criterios de Evaluación del Régimen de Patrocinio - EX-2025-12603842--GCABA-SSPGE

ANEXO II

LINEAMIENTOS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL RÉGIMEN DE PATROCINIO DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

1.- OBJETO. El presente documento tiene por objeto establecer los lineamientos para el funcionamiento del régimen de patrocinio y criterios de evaluación para la participación en carácter de patrocinadores de personas humanas y/o jurídicas de carácter privado en el Sector Público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en el marco de la Ley N° 6.163.

2.- PLAN ANUAL DE PATROCINIO Y ACTIVOS PATROCINABLES. La Subsecretaría de Posicionamiento y Gestión de Eventos confeccionará y divulgará el Plan Anual de Patrocinio de conformidad con el artículo 9 inciso h) de la Ley N° 6.163. Para ello, coordinará con las distintas áreas de Gobierno la evaluación de eventos, programas, instalaciones y sedes del dominio público para su incorporación al régimen. El plan anual de patrocinio se publicará en el Boletín Oficial de la Ciudad de Buenos Aires, por el plazo de TRES (3) días, y se mantendrá disponible en el sitio web oficial del Gobierno: https://buenosaires.gob.ar/jefedegobierno/patrocinio-ba. La nómina de los activos patrocinados y de los patrocinadores seleccionados se publicará en el sitio web del Gobierno mientras dure la vigencia del Convenio de Patrocinio.

3.- PATROCINADORES. Todas las personas humanas y/o jurídicas de carácter privado interesadas en constituirse como patrocinadores de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, podrán presentar sus propuestas con detalle del aporte, en tanto posean capacidad para obligarse y no se encuentren comprendidas en los supuestos de exclusión previstos en el artículo 11 de la Ley N° 6.163.

4.- LINEAMIENTOS PARA EL USO DE MARCAS. El patrocinador deberá respetar los lineamientos que contiene el “Manual de Normas e Identidad Visual Institucional del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires”, Resolución 112/SSCON/2017, y ajustarse a las modificaciones que en el futuro se dispongan. Los avisos publicitarios, diseños, logos, imágenes, gráficos, fotografías, textos, frases, aplicativos, material publicitario y/o de difusión, merchandising y toda obra artística y/o derecho de propiedad intelectual y/o industrial que haga uso de la marca de gobierno deberán ser previamente autorizados por la Subsecretaría de Posicionamiento y Gestión de Eventos del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

5.- ACCIONES DE DIFUSIÓN Y PERMISOS. Las acciones de difusión en la vía pública deberán contar con el

correspondiente permiso y/o autorización otorgado por el área del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana y/o el que lo reemplace en el futuro, con competencia en la materia. En todos los casos que la acción de patrocinio incluya la instalación de estructuras permanentes y/o transitorias, se deberá contar con la correspondiente encomienda profesional y seguro de responsabilidad civil. El Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana, en su carácter de autoridad de aplicación de la Ley N° 2.936, conserva en relación a las acciones de difusión en la vía pública que se realicen en el marco del régimen de patrocinio, su potestad de fiscalización y facultades reglamentarias, interpretativas y sancionatorias en materia de publicidad exterior.

6.- MANIFESTACIÓN DE INTERÉS. Las personas interesadas en constituirse como patrocinadores deberán presentar ante la Subsecretaría de Posicionamiento y Gestión de Eventos una nota a través del correo electrónico: propuestaspatrociniosecco@buenosaires.gob.ar, manifestando su interés en patrocinar un activo de acuerdo al artículo 14 de la Ley N° 6.163, acompañando la documentación que se indica a continuación. La misma debe contener:

a. Nombre y/o denominación, N° de CUIT, datos de la persona de contacto, teléfono y domicilios constituido y electrónico;

b. Número y copia del Documento Nacional de Identidad de la persona humana o del representante legal de la persona jurídica;

c. Copia del documento que acreditación de la personería invocada en caso de ser apoderado o cargo en caso de representar a personas jurídicas;

d. Copia del Estatuto, en caso de personas jurídicas, última acta de designación de autoridades y último Balance con sus correspondientes certificaciones ante los organismos competentes;

e. En el caso de personas humanas, deberá acompañar documentación que dé cuenta del origen de los fondos y/o aportes;

f. Declaración Jurada sobre licitud de origen de los fondos y/ aportes propuestos;

g. Declaración Jurada sobre conflicto de intereses e incompatibilidades;

h. identificación del activo público de su interés y de su inclusión o no en el Plan Anual de Patrocinio; y,

i. propuesta de las acciones de difusión especificando el aporte en dinero, bienes y/o servicios, lugar y plazo.

7.- PUBLICACIÓN. En caso que la Subsecretaría de Posicionamiento y Gestión de Eventos considere que la Manifestación de Interés resulta conveniente, se dará a conocer la intención de celebrar un convenio de patrocinio y se convocará a la presentación de mejores propuestas durante el plazo de cinco (5) días. Transcurrido ese plazo la Subsecretaría de Posicionamiento y Gestión de Eventos podrá suscribir el convenio de patrocinio de acuerdo con la propuesta más conveniente conforme los criterios del Artículo 16 de la Ley N° 6.163.

8.- CRITERIOS DE SELECCIÓN. La selección de uno o más patrocinadores para cada activo en particular, deberá realizarse en base a los criterios estipulados en el artículo 16 de la Ley N° 6.163, dando cumplimiento con los siguientes requisitos:

a. Prestigio de la marca. Se evaluará en base al grado de conocimiento que tiene el público en general y los sectores específicos en particular. Deberá tenerse en cuenta la prevalencia en el mercado en su clase y su reputación en base al desarrollo tecnológico y la calidad de los productos que identifica.

b. Plan Anual de Patrocinio. La evaluación de la propuesta se realizará en base al grado de cumplimiento del Plan Anual de Patrocinio.
c. Valuación económica del aporte. A efectos de ponderar la conveniencia del patrocinio se tendrá en consideración el monto del aporte o bien su equivalente, si el aporte es en especie.

9.- SELECCIÓN DEL PATROCINADOR. SUSCRIPCIÓN DE LOS CONVENIOS DE PATROCINIO. Una vez finalizada la selección de uno o más patrocinadores de acuerdo a la propuesta que resulte más conveniente, la Subsecretaría de Posicionamiento y Gestión de Eventos procederá a la firma del Convenio de Patrocinio correspondiente.

La participación en el Régimen de Patrocinio a través de la presentación de una manifestación de interés importa que el interesado acepta de pleno derecho y sin reservas, todos y cada uno de los lineamientos y criterios de selección fijados para el presente Régimen, como así también cualquier modificación y/o suspensión del patrocinio otorgado, sin derecho a ningún reclamo ni indemnización de ningún tipo o naturaleza.

10.- DIFUSIÓN DEL PATROCINADOR Cualquier difusión relacionada directa o indirectamente con los activos patrocinados que los patrocinadores efectúen, deberá contar con la aprobación previa de la Subsecretaría de Posicionamiento y Gestión de Eventos, incluidas las publicaciones digitales mediante redes sociales, medios digitales de comunicación y/o campañas presenciales. Finalizada la participación del patrocinador en el Régimen de Patrocinio, deberá cesar el uso de todas las piezas gráficas cuya autorización de uso se otorgue para el objeto del mismo.

11.- DECLARACIONES PÚBLICAS Y COMUNICADOS. El patrocinador deberá requerir la aprobación previa de la Subsecretaría de Posicionamiento y Gestión de Eventos para realizar conferencias de prensa y/o emitir declaraciones o anuncios en lo relativo al convenio de patrocinio.

12.- MARKETING DE EMBOSCADA. El patrocinador se compromete a abstenerse de incurrir en conductas que perjudiquen y/o disminuyan el valor de los activos públicos patrocinados y marcas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El patrocinador acuerda no participar o facilitar que ningún tercero participe en cualquier actividad de marketing de emboscada y se compromete a cooperar con el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para su eliminación en los activos públicos objeto de los Convenios de Patrocinio suscriptos.

13.- REVOCACIÓN. La Subsecretaría de Posicionamiento y Gestión de Eventos podrá revocar el Convenio de Patrocinio en los siguientes supuestos: a) si el PATROCINADOR cometiere un incumplimiento a lo establecido en los presentes lineamientos generales o en las cláusulas del Convenio de Patrocinio, y no subsane dicho incumplimiento dentro del plazo que disponga la intimación que emita la Subsecretaría de Posicionamiento y Gestión de Eventos. La intimación deberá especificar el incumplimiento del que se trate y exigir su reparación dentro de un plazo cierto, acorde la naturaleza de la obligación; b) si el PATROCINADOR utilizara sin autorización alguna marca de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que no se encuentre incluida en el presente Régimen y no subsanare dicho incumplimiento dentro del plazo que disponga la intimación que emita la Subsecretaría de Posicionamiento y Gestión de Eventos; c) si el PATROCINADOR incurriese luego de la firma del convenio de patrocinio en alguna de las causales de exclusión previstas en el artículo 11 y/o 12 de la Ley N° 6.163. Las prestaciones cumplidas con anterioridad a la fecha de rescisión se tendrán por válidas y, en consecuencia, y respecto de las mismas el patrocinador no podrá exigir a la Subsecretaría de Posicionamiento y Gestión de Eventos repetición ni indemnización de ningún tipo o naturaleza.

14.- RESCISIÓN. El GOBIERNO podrá rescindir con causa de pleno derecho y con efectos inmediatos el Convenio de Patrocinio cuando el patrocinador incumpla las prohibiciones establecidas en el artículo 12 de la Ley N° 6.163. A su vez, el GOBIERNO se reserva el derecho en cualquier momento y sin expresión de causa de

suspender la vigencia del patrocinio sin que esto origine ninguna responsabilidad ni derecho a indemnización de ningún tipo y/o naturaleza a favor del patrocinador.

15.- IMPUESTOS. El Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires reviste la calidad de exento frente al Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.). Las obligaciones del patrocinador en virtud de lo establecido en el Régimen de Patrocinio se realizarán sin ningún derecho a invocar compensaciones, deducciones o derechos similares.

16.- INFORME FINAL DE PATROCINIO. El patrocinador deberá presentar ante el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en el plazo que éste estipule al finalizar la acción de patrocinio, un informe final de patrocinio en donde indique el activo patrocinante y describa los aportes y acciones de difusión ejecutadas en el período.

Digitally signed by Comunicaciones Oficiales
Date: 2025.04.15 14:31:55 -03:00

LARA MANGUEL
Subsecretario
SUBSECRETARÍA DE POSICIONAMIENTO Y GESTIÓN DE EVENTOS
AREA JEFE DE GOBIERNO

Digitally signed by Comunicaciones Oficiales
Date: 2025.04.15 14:31:56 -03:00