



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

"2022 - Año del 40° Aniversario de la Guerra de Malvinas. En homenaje a los veteranos y caídos en la defensa de las Islas Malvinas y el Atlántico Sur"

Resolución

Número:

Buenos Aires,

Referencia: Resolución Lineamientos y Criterios de Evaluación del Régimen de Patrocinio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

VISTO: La Ley N° 6.163 (texto consolidado por Ley N° 6.347), los Decretos Nros. 209-GCABA/19, su modificatorio 99-GCABA/22, 463-GCABA/19 y su modificatorio N° 161-GCABA/22, la Resolución N° 319-MDEPGC/22, el Expediente Electrónico N° 2022-19680481-GCABA-UCGPP, y

CONSIDERANDO:

Que la Ley N° 6.163 creó el Régimen de Patrocinio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con el objeto de propiciar la participación de personas humanas o jurídicas de carácter privado en el Sector Público de la Ciudad, como una actividad publicitaria específicamente regulada conforme los términos del artículo 1° de la Ley N° 2.936;

Que la citada Ley, entiende como patrocinio al aporte económico de carácter no tributario que realicen las personas humanas o jurídicas de carácter privado en contraprestación a la difusión del nombre, denominación, marca, imagen, productos y/o servicios del patrocinador en sedes, instalaciones, programas, actividades y/o eventos públicos, entre otros, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires;

Que mediante el Decreto N° 209-GCABA/19 y su modificatorio 99-GCABA/22, se designó al Ministerio de Desarrollo Económico y Producción como Autoridad de Aplicación de la Ley N° 6.163;

Que por el Decreto N° 161-GCABA/22 se modificó el Decreto N° 463-GCABA/19, por el cual rige la estructura orgánico funcional del Poder Ejecutivo del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y se creó la Unidad de Coordinación Gestión de Políticas Productivas previendo entre sus responsabilidades primarias las de...*Promover los activos estratégicos del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con el fin de incentivar el desarrollo y fortalecimiento de los sectores productivos y económicos estratégicos de la Ciudad, en coordinación con las áreas competentes...* y ...*entender en los convenios de patrocinio que se realicen en los términos de la Ley N° 6.163...*;

Que, por su parte, por Resolución N° 319-GCABA-MDEPGC/22, se otorgó a la Unidad de Coordinación Gestión de Políticas Productivas, o el organismo que en un futuro la reemplace, la competencia de ejercer las facultades de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 9° de la citada Ley, como a establecer los requisitos y regular el trámite para participar en el Régimen de Patrocinio de la Ciudad;

Que, en virtud de lo expuesto, resulta necesario aprobar los “Lineamientos y Criterios de Evaluación del Régimen de Patrocinio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires”, a los fines de establecer los mecanismos de implementación del referido Régimen.

Por ello, y en uso de las facultades que le fueron conferidas,

**EL TITULAR DE LA
UNIDAD DE COORDINACIÓN GESTIÓN DE POLÍTICAS PRODUCTIVAS**

RESUELVE:

Artículo 1°.- Apruebase el Anexo I “Lineamientos y Criterios de Evaluación del Régimen de Patrocinio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires” (IF-2022-19679673-GCABA-UCGPP), que a todos sus efectos forma parte integral de la presente.

Artículo 2°.- Publíquese en el Boletín Oficial de la Ciudad de Buenos Aires. Comuníquese a la Dirección General Técnica, Administrativa y Legal del Ministerio de Desarrollo Económico y Producción. Cumplido, archívese.

Digitally signed by Juan Manuel Seco
Date: 2022.05.27 13:08:00 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by Comunicaciones
Oficiales
DN: cn=Comunicaciones Oficiales
Date: 2022.05.27 13:08:08 -03'00'



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

"2022 - Año del 40° Aniversario de la Guerra de Malvinas. En homenaje a los veteranos y caídos en la defensa de las Islas Malvinas y el Atlántico Sur"

Anexo

Número:

Buenos Aires,

Referencia: Anexo I “Lineamientos y Criterios de Evaluación del Régimen de Patrocinio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires”

ANEXO I

“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 de selección y participación de patrocinadores de activos del 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 Unidad de Coordinación Gestión de Políticas Productivas (en adelante, la “UCGPP”) elaborara anualmente el Plan Anual de Patrocinio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en el marco del artículo 13 de la Ley N° 6.163. Para ello, identificará actividades, bienes o servicios de acuerdo a lo estipulado en el artículo 3° de la Ley N° 6.163, y articulará acciones conjuntas con las distintas áreas de Gobierno competentes, con el fin de evaluar los eventos, programas, instalaciones y sedes del dominio público susceptibles de ser incluidos en el Plan Anual de Patrocinio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El Plan Anual de Patrocinio aprobado por la UCGPP se publicará en el Boletín Oficial de la Ciudad de Buenos Aires por el plazo de TRES (3) días, y en el sitio web oficial del Gobierno: www.buenosaires.gob.ar/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 proyectos y aportes, 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 de uso de las marcas y del Manual de Normas e Identidad Visual institucional del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, aprobado por Resolución N°

61-SSCON/2017 – modificada por Resolución N° 62-SSCON/17 – o la que en un futuro la reemplace, la normativa aplicable, las prácticas de comercio, las Leyes de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial.

Los diseños, logos, imágenes, gráficos, fotografías, textos, frases publicitarias, aplicativos, material publicitario y/o de difusión, merchandising y toda obra artística y/o derecho de propiedad intelectual y/o industrial que surgiere en el marco del presente, será de titularidad exclusiva del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

5.- ACCIONES DE DIFUSION Y PERMISOS

De ser el caso, las acciones de difusión del patrocinio deberán contar con los correspondientes permisos y autorizaciones otorgados por el área de gobierno competente.

Asimismo, en caso de que la acción de patrocinio implique la instalación de estructuras permanentes y/o transitorias que sean utilizadas para la difusión del patrocinador, se deberá contar con la correspondiente encomienda profesional y seguro de responsabilidad civil.

Si el activo a patrocinar involucra algún permiso de uso del espacio público, su otorgamiento es competencia del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana o el área que un futuro la reemplace.

Asimismo, el Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana en su carácter de Autoridad de Aplicación de la Ley N° 2.936, a través de sus órganos competentes ejercerá en relación a la Ley N° 6.163 las facultades sancionatorias, reglamentarias e interpretativas en materia de publicidad exterior.

6.- MANIFESTACION DE INTERES

Las personas interesadas en constituirse como patrocinadores de activos de la Ciudad, deberán presentar ante la UCGPP una nota a través del correo electrónico patrocinio@buenosaires.gob.ar, manifestando su interés en participar del Régimen acuerdo al artículo 14 de la Ley N° 6.163. La misma debe contener:

- Nombre y/o denominación, CUIT, persona de contacto, teléfono y domicilios real, legal, constituido y electrónico;
- Documento Nacional de Identidad de la persona humana o del representante legal de la persona jurídica;
- acreditación de la personería, en caso de presentarse por apoderado u Acta de designación de autoridades, si se tratase de una persona jurídica;
- copia certificada de su estatuto o contrato social, en el caso de tratarse de una persona jurídica;
- descripción de los productos y/o servicios que comercializa y los valores de la marca a asociar (identidad, mensaje y posicionamiento estratégico);
- descripción e imágenes de las marcas: logo, diseños y sus aplicaciones;
- identificación del activo patrocinable de su interés y especificación de las acciones de patrocinio propuestas;
- ofrecimiento de contribución en dinero y/o aportes de bienes y/o servicios y su valuación como contraprestación;
- propuesta de las acciones de difusión, incluyendo su descripción y el periodo en que tienen intención de llevarlas adelante; y

declaración jurada que manifieste el no encontrarse incluido en las causales de exclusión del artículo 11 de la Ley N° 6.163.

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.

7.- CONVOCATORIA MEJORES PROPUESTAS

La UCGPP recibirá las Manifestaciones de Interés respecto de los activos patrocinables y procederá a su evaluación.

Cuando una propuesta resulte admisible, se convocara a personas humanas y/o jurídicas de carácter privado a la presentación de mejores propuestas, mediante publicación por el plazo de TRES (3) días en el Boletín Oficial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en el sitio web: <http://www.buenosaires.gob.ar/patrocinio>

Los interesados, deberán presentar sus opciones de mejores propuestas dentro del plazo de CINCO (5) días, contados a partir del día siguiente de la última publicación. Asimismo, deberán cumplir con los requisitos exigidos denle el presente Anexo e identificar el activo patrocinable y consignar el código de referencia que identifica la convocatoria.

Transcurrido el plazo fijado para la presentación de mejores propuestas, se confeccionara un acta con el listado de las manifestaciones de interés y propuestas adicionales de mejora recibidas, y se procederá a la selección de los patrocinadores de acuerdo a lo establecido en la normativa de aplicación.

8.- CRITERIOS DE SELECCIÓN DE MEJORES PROPUESTAS

En caso de existir múltiples manifestaciones de interés en relación a la convocatoria, la UCGPP deberá proceder con la selección de uno o más patrocinadores para el activo en particular, de acuerdo a los criterios estipulados en el artículo 16 de la Ley N° 6.163.

La elección de los patrocinadores surgirá de la aplicación de la siguiente fórmula:

Puntaje Final = Puntaje rubro A + Puntaje rubro B + Puntaje rubro C

a. Prestigio de la Marca. A efectos de evaluar el prestigio de la marca, se tendrá en consideración el grado de conocimiento de esta en el mercado, la prevalencia en su clase, desarrollo tecnológico y su reputación respecto de la calidad de los productos que identifica. Para ello, se analizará la presencia de la marca en distintos canales de comunicación y su participación en el mercado específico.

El puntaje correspondiente a este ítem tendrá un valor máximo de VEINTE (20) puntos.

b. Interés público comprometido. La evaluación se realizara en base a la satisfacción de modo directo y/o indirecto de la necesidad pública plasmada en la propuesta de patrocinio. Para analizar este punto, se hará hincapié en la eficacia y eficiencia que posee la propuesta en satisfacer la necesidad planteada por el área del GCBA sobre la cual se encuentra a cargo el activo patrocinable.

El puntaje correspondiente a este ítem tendrá un valor máximo de VEINTE (20) puntos.

c. Valuación económica del aporte. A efectos de ponderar la cuantía y conveniencia del aporte, se tendrá en consideración la suma dineraria ofrecida, o bien su monto equivalente en caso de resultar un aporte en especie consistente en la provisión de bienes y/o servicios.

La propuesta económica de mayor valor será calificada con CUARENTA (40) puntos y la propuesta económica de menor valor, con un puntaje mínimo de VEINTE (20) puntos. Entre ambos extremos se puntuarán proporcionalmente las ofertas intermedias.

El puntaje mínimo requerido para resultar seleccionado como PATROCINADOR en los términos de la Ley N° 6163 es de CINCUENTA (50) puntos.

La nómina de los activos patrocinados y de los patrocinadores seleccionados se publicara en el sitio web del

Gobierno mientras dure la vigencia del Convenio de Patrocinio.

9.- SELECCION 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 UCGPP dispondrá la firma de los Convenios de Patrocinio correspondientes.

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 UCGPP, 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 graficas cuya autorizacion de uso se otorgue para el objeto del mismo.

11.- DECLARACIONES PUBLICAS Y COMUNICADOS

El patrocinador no realizara ni emitirá declaraciones o anuncios a la prensa u otros medios, ni realizara otro anuncio público en relación con la suscripción del Convenio de Patrocinio, su finalización o rescisión, salvo que la autorización para la emisión de dichas declaraciones o anuncios hayan sido previamente emanados de la UCGPP por escrito.

En ningún momento, ya sea antes, durante o después del plazo de vigencia del régimen, el patrocinador podrá realizar conferencias de prensa o declaraciones en lo relativo al patrocinio, sin la previa aprobación por escrito de la UCGPP, de acuerdo a su realización, su formato y contenido.

El patrocinador deberá asegurarse que un representante de la UCGPP tenga la oportunidad de asistir a toda conferencia de prensa aprobada por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

12.- MARKETING DE EMBOSCADA

El patrocinador se compromete a prestar su colaboración con el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para mantener el valor de los derechos de los activos patrocinables y marcas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El patrocinador acuerda no participar, ayudar o permitir que ningún tercero participe en cualquier actividad de marketing de emboscada y se compromete a cooperar activamente con el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para eliminar cualquier actividad de marketing de emboscada respecto a los activos patrocinables objetos del Convenio de Patrocinio suscripto.

13.- REVOCACIÓN

La UCGPP podrá revocar el Convenio de Patrocinio en los siguientes supuestos:

- 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 Autoridad de Aplicación. La intimación deberá especificar el incumplimiento del que se trate y exigir su reparación dentro de un plazo cierto, acorde a la naturaleza de la obligación;
- 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 Autoridad de Aplicación; si el PATROCINADOR incurriese en alguna de las causales de exclusión previstas en el artículo 11 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 UCGPP repetición ni indemnización de ningún tipo o naturaleza.

La UCGPP notificará al patrocinador de la revocación del contrato de patrocinio.

14.- 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 presente Régimen de Patrocinio se realizarán sin ningún derecho a invocar compensaciones, deducciones o derechos similares.

15.- INDEPENDENCIA DE LAS PARTES

Se deja constancia que la participación del patrocinador en el Régimen de Patrocinio no implicara ni podrá ser considerada o entendida en ningún caso como conformación de sociedad y/o asociación, sea permanente o transitoria, con el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, conservando cada una su total independencia, autonomía e individualidad jurídica y administrativa. No existirá ni podrá asumirse solidaridad alguna. La responsabilidad frente a terceros será atribuible exclusivamente por los hechos y omisiones de cada una de ellas. Cada una será responsable de sus propias obligaciones impositivas, laborales y previsionales.

16.- RESERVA DEL GOBIERNO DE LA CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES.

En cualquier momento y sin expresión de causa el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires podrá suspender la vigencia de alguno o de todos los patrocinios vigentes convenidos en virtud del presente Régimen, sin que esto origine ninguna responsabilidad ni derecho a indemnización de ningún tipo y/o naturaleza a favor de los patrocinadores y/o terceros interesados. No obstante, el patrocinador podrá exigir la devolución de los aportes efectuados en cumplimiento de los compromisos asumidos en el marco del presente Régimen, en caso de que por la suspensión o rescisión no se hubieren podido llevar a cabo las acciones de difusión del patrocinador convenidas. En tal supuesto, la devolución no implicará interés, compensación o actualización alguna.

Digitally signed by Comunicaciones Oficiales
DN: cn=Comunicaciones Oficiales
Date: 2022.05.27 13:01:31 -03'00'

Digitally signed by Comunicaciones Oficiales
DN: cn=Comunicaciones Oficiales
Date: 2022.05.27 13:01:33 -03'00'