

CONGRESO DE LA NACIÓN

República Argentina

LEY 6.163

LEY 6163

21 artículos

Texto actualizado al 19 de noviembre de 2026

ÍNDICE

Ley 6163

ARTÍCULO 1°. *Creación.*
Créase 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 Autónoma de Buenos Aires. El presente régimen es una actividad publicitaria específicamente regulada conforme los términos del Artículo 1° de la Ley 2936.

ARTÍCULO 2°. *Definición.*
A los fines de la presente ley se entiende por 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 los activos mencionados en el

ARTÍCULO 3°. Artículo 3°.- Activos patrocinables. Se podrán patrocinar las siguientes actividades, bienes y/o servicios del Sector Público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: a) Programas, eventos y/o actividades de carácter cultural, educativo, turístico, social, tecnológico, comercial, deportivo y/o recreativo. b) Sedes e instalaciones. c) Restauraciones de entornos urbanos, edificios, monumentos, fuentes ornamentales, esculturas y toda clase de bienes muebles o inmuebles de interés histórico, artístico o cultural. d) Campañas de comunicación, concientización y prevención en materia de salud, educación, cultura, seguridad vial y medio ambiente.

ARTÍCULO 4°. *Aporte del Patrocinador.*
El aporte económico que realicen las personas humanas o jurídicas de carácter privado para constituirse en patrocinadores de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires podrá consistir en una contribución en dinero y/o en la provisión de bienes y/o servicios. La provisión de bienes y/o servicios deberá servir a un fin público y guardar relación económica con el patrocinio. Las aportaciones podrán cubrir la totalidad o parte de la actividad patrocinada. Siempre que la actividad patrocinada lo permita, las aportaciones podrán proceder de varios patrocinadores.

ARTÍCULO 5°. *Convenio de patrocinio.*
El convenio de patrocinio deberá establecer derechos y obligaciones de las partes, las actividades objeto de patrocinio, la valoración de las aportaciones, el plazo de realización de las mismas, causales de rescisión y sanción y demás exigencias legales en el marco del presente Régimen.

ARTÍCULO 6°. *Difusión del Patrocinador.*
Las acciones de difusión del Patrocinio consistirán en: a) Presencia del nombre, denominación, marca, imagen, productos y/o servicios del Patrocinador en el activo patrocinado. b) Presencia del nombre, denominación, marca y/o imagen del Patrocinador en la comunicación que el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires realice del activo patrocinado. c) Comunicación de la acción de Patrocinio en las campañas publicitarias de los patrocinadores. En todos los casos se deberá dejar constancia de que se trata de un

Patrocinio.

ARTÍCULO 7°. *Autoridad de Aplicación.*
El Poder Ejecutivo designará a la Autoridad de Aplicación de la presente Ley.

ARTÍCULO 8°. *Límites.*
La Autoridad de Aplicación, con intervención de los organismos competentes correspondientes, definirá los límites, las condiciones de seguridad y las pautas de estilo de la presencia del Patrocinador, priorizando el carácter público del activo patrocinado y su valor patrimonial. La autoridad de aplicación podrá aprobar la colocación de anuncios que den a conocer a los patrocinadores, en cuyo caso, los mismos se encontrarán sujetos a las siguientes restricciones: a) Los anuncios que den a conocer la persona del patrocinador durante el desarrollo de un programa, evento y/o actividad de carácter cultural, educativo, turístico, social, tecnológico, comercial, deportivo y/o recreativo deberán ser colocados en estructuras temporales e indefectiblemente retirados a su finalización. b) La superficie destinada a dar a conocer la persona del patrocinador, en anuncios fijos instalados en el frente de sedes e instalaciones del sector público, no podrá ser superior al espacio que ocupa la comunicación institucional que contiene el activo patrocinado. c) Los patrocinadores de restauraciones de entornos urbanos, edificios, monumentos, fuentes ornamentales, esculturas y toda clase de bienes muebles o inmuebles de interés histórico, artístico o cultural podrán ser dados a conocer mediante anuncios temporales durante el plazo de la restauración, dando cumplimiento con los apartados a) y b) del presente artículo. d) El espacio destinado a dar a conocer la persona del patrocinador en las campañas de comunicación, concientización y prevención en materia de salud, educación, cultura, seguridad vial y medio ambiente, no podrá ser superior al 20% (veinte por ciento) del espacio total de cada anuncio.

ARTÍCULO 9°. *Facultades.*
La Autoridad de Aplicación tiene las siguientes facultades: a) Articular acciones conjuntas con las distintas áreas del Gobierno de la Ciudad para evaluar eventos, programas, instalaciones y sedes del dominio público susceptibles de ser incluidos en el régimen de patrocinio de los eventos. b) Publicar eventos, programas, obras e instalaciones susceptibles de ser objeto de patrocinio en la página web del Gobierno de la Ciudad. c) Examinar, evaluar y aprobar los proyectos de patrocinio que presenten las personas de carácter privado. d) Suscribir Convenios de Patrocinio para la implementación de la presente norma. e) Comunicar las acciones de patrocinio y dar a conocer a los patrocinadores en el Activo Patrocinado. f) Verificar la ejecución de los proyectos de patrocinio conforme el objeto aprobado, las condiciones de seguridad y la normativa aplicable, en conjunto con las autoridades correspondientes y aplicar las sanciones que pudieren corresponder. g) Requerir la información que considere necesaria respecto de la ejecución de los convenios de patrocinio. h) Confeccionar y divulgar el Plan Anual de Patrocinio. i) Imponer las penalidades y sanciones de multa, apercibimiento, suspensión, inhabilitación y rescisión del

convenio en el marco, de la presente ley y en los convenios de patrocinio suscriptos, cuando los patrocinadores incumplieran con sus obligaciones.

ARTÍCULO 10. *Patrocinadores.*
Podrán participar como patrocinadores todas las personas humanas y/o jurídicas que cumplan con los requisitos que establezca la Autoridad de Aplicación y no se encuentren expresamente excluidas del régimen.

ARTÍCULO 11. *Personas excluidas.*
No podrán ser patrocinadores de activos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: a) Las personas no habilitadas conforme el Artículo 98 de la Ley 2095, o la ley que en su futuro la reemplace, en su parte pertinente. b) Los partidos políticos, y candidatos a cargos públicos electivos nacionales, provinciales, municipales o de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. c) Los agentes y funcionarios del sector público de conformidad con lo establecido en la Ley 4895 de Ética en el Ejercicio de la Función Pública o la norma que en el futuro la reemplace.

ARTÍCULO 12. *Prohibiciones.*
Las acciones de difusión del Patrocinador no deberán: a) Atentar contra la dignidad de las personas y/o vulnerar los derechos y las garantías reconocidos en la Constitución Nacional y la de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires En caso de verificarse tal publicidad, la Autoridad de Aplicación debe ordenar el retiro inmediato de la misma, sin perjuicio de las sanciones que pudieran corresponder a los responsables de la misma. b) Promover conductas discriminatorias, violentas o perjudiciales para la salud y/o el medio ambiente que puedan afectar la dignidad de las personas y/o menoscabar la imagen institucional del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. c) Difundir contenidos de publicidad partidaria o electoral referidos a los partidos políticos y candidatos a cargos públicos electivos nacionales, provinciales, municipales o de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

ARTÍCULO 13. *Plan Anual de Patrocinio.*
La Autoridad de Aplicación elaborará anualmente el Plan de Patrocinio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en conjunto con los organismos competentes de acuerdo a las actividades, los bienes y/o servicios de los que se trate, con el fin de identificar los activos susceptibles de ser objeto de patrocinio. El Plan Anual de Patrocinio incluirá los activos patrocinables, cantidad y categorías de patrocinadores de cada uno y el plazo de duración del patrocinio. El Plan deberá ser publicado en el Boletín Oficial y en la página web de la Ciudad y podrá ser actualizado por la Autoridad de Aplicación a pedido de los organismos interesados. En el caso de espacios públicos que impliquen mantenimiento se dará intervención al área que lo tiene a cargo.

ARTÍCULO 14. *Manifestación de Interés.*
Los interesados en patrocinar un activo podrán presentar su Manifestación de Interés detallando el valor del aporte, las acciones de difusión propuestas y los valores de la marca a asociar.

ARTÍCULO 15. *Publicación.*
Cuando la Autoridad de Aplicación considere que una Manifestación de Interés resulta conveniente, dará a conocer la intención de celebrar un convenio de patrocinio y convocará a la presentación de mejores propuestas durante el plazo de cinco (5) días. Transcurrido ese plazo podrá suscribir el convenio de patrocinio de acuerdo con la propuesta más conveniente conforme los criterios del

ARTÍCULO 16. Artículo 16.- Criterios de selección. La selección de uno o más patrocinadores para cada activo patrocinable deberá ser ponderada y fundada, teniendo en cuenta los factores económicos, el prestigio de la marca a asociar, la inexistencia de conflicto de intereses con la misma y el interés público comprometido, de acuerdo a los requisitos que establezca la Autoridad de Aplicación La presentación de una Manifestación de Interés no dará prioridad en el procedimiento de selección de los patrocinadores. Se podrá otorgar a una misma persona humana o jurídica de carácter privado hasta el veinticinco por ciento (25%) de los activos patrocinables.

ARTÍCULO 17. *Revocación.*
La Autoridad de Aplicación dispondrá del derecho a revocar la convocatoria o de rechazar la totalidad de las manifestaciones de interés y propuestas presentadas sin que dicha decisión otorgue derecho alguno a los oferentes para formular y/o efectuar reclamo alguno.

ARTÍCULO 18. *Publicación de Patrocinadores.*
La Autoridad de Aplicación deberá publicar la totalidad de patrocinios activos mientras dure la vigencia de los mismos.

ARTÍCULO 19. *Publicidad.*
El Plan Anual de Patrocinio, sus actualizaciones, los actos administrativos de convocatoria a presentar mejores propuestas y los convenios de Patrocinio suscriptos deberán ser publicados por un mínimo de tres (3) días en el Boletín Oficial de la Ciudad de Buenos Aires y en el sitio web del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

ARTÍCULO 20. *Normativa aplicable.*
Los Convenios de Patrocinio se regirán por las normas del derecho público

ARTÍCULO 21. *Aplicación simultánea.*
El presente régimen se podrá aplicar de manera simultánea con el previsto en la Ordenanza 43.794.

VEREDICTA LEYES

Ley 6163. Texto actualizado al 19 de noviembre de 2026.

Datos: Base InfoLEG de Normativa Nacional, Ministerio de Justicia de la Nación (CC BY 4.0).