

III. ADMINISTRACIÓN LOCAL

AYUNTAMIENTO DE

64

TORREJÓN DE ARDOZ

ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

Por el Ayuntamiento Pleno, en sesión extraordinaria de 14 de septiembre de 2016, punto número 5, se aprobó definitivamente la ordenanza reguladora de patrocinios privados de actividades municipales del Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz, que dice así:

ORDENANZA REGULADORA DE LOS PATROCINIOS PRIVADOS DE ACTIVIDADES MUNICIPALES DEL AYUNTAMIENTO DE TORREJÓN DE ARDOZ

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 del Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz.

2. Quedan excluidas del ámbito de aplicación de la ordenanza, rigiéndose por su legislación específica, los patrocinios en los que el Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz actúe como patrocinador y no como patrocinado.

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 Torrejón de Ardoz, a cambio de una aportación económica para la realización de las actividades, 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 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) Actividades de promoción turística, comercial, deportivas, de innovación social, de igualdad de género, culturales, juveniles, educativas y de festejos.
- b) Restauraciones de entornos urbanos, edificios, monumentos, fuentes ornamentales, esculturas y cualesquiera bienes muebles o inmuebles de interés histórico, artístico o cultural de titularidad municipal.
- c) Creación de nuevas instalaciones de interés cultural, deportivo o social, así como la obtención de los medios materiales necesarios para su puesta en funcionamiento, reformas, mantenimiento o explotación.
- d) Diversas formas de manifestaciones culturales: conciertos, exposiciones, representaciones teatrales, proyecciones, encuentros, jornadas, fiestas, festivales y cualquier otro tipo de manifestación cultural que el Ayuntamiento estime oportuno realizar.
- e) Las actividades relacionadas con las tecnologías de la información y comunicación (TIC).
- f) Las actividades relacionadas con la mejora y el mantenimiento del medio ambiente.

- g) Las actividades relacionadas con la mejora y el mantenimiento de los servicios de emergencias.
- h) Las actividades relacionadas con la seguridad vial.
- i) Las actividades encaminadas a la mejora de la calidad del paisaje urbano y el espacio público.
- j) Las actividades relacionadas con el bienestar, la atención social y la integración socio-laboral.

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 de 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 la normativa reguladora del régimen local y el Reglamento Orgánico Municipal, corresponde al alcalde, u órgano en que delegue, la firma de los convenios de patrocinio.

2. Corresponde a la Junta de Gobierno, u órgano en que delegue, la adjudicación de los contratos de patrocinio publicitario.

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 la 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, 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 y contratos de patrocinio se publicarán en la página web del Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz.
- 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.
 - 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, 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. Deberá darse cumplimiento a lo previsto en la normativa reguladora de protección de datos de carácter personal.

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.

3. El patrocinio también podrá consistir en que el patrocinador se comprometa por su cuenta y riesgo a realizar la totalidad o parte de la obra, servicios, prestación de suministro o actividad municipal, cuando sea susceptible de utilización independiente o pueda ser sustancialmente definido, asumiendo el patrocinador la totalidad del costo, siendo de su responsabilidad la contratación con los proveedores correspondientes. En todo caso habrán de cumplirse los condicionamientos técnicos y supervisión municipales que se requieran en la realización del proyecto objeto del patrocinio.

Art. 11. *Valoración de las aportaciones.*—1. La valoración de las aportaciones mutuas se efectuará a precios de mercado.

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.

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, en el 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 inejecución 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 resaltar 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.
- 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.

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.

DISPOSICIÓN ADICIONAL PRIMERA

Las obligaciones contempladas en el artículo 4 de esta ordenanza resultarán de aplicación a todas las personas físicas y jurídicas sometidas a derecho privado con las que se suscriben cualesquiera clase de convenios con el Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz, con carácter previo a su aprobación por parte de la Junta de Gobierno Local.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA PRIMERA

A la entrada en vigor de la presente ordenanza mantendrán plena eficacia los patrocinios suscritos por el Ayuntamiento, manteniéndose por tanto inalterables las obligaciones recogidas en ellos.

DISPOSICIÓN FINAL PRIMERA

Se faculta a la Junta de Gobierno Local para interpretar y resolver cuantas cuestiones surjan en la aplicación de la presente ordenanza y para que dicte las instrucciones o resoluciones precisas para el cumplimiento de la misma.

DISPOSICIÓN FINAL SEGUNDA

De conformidad con lo dispuesto en la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, la publicación, entrada en vigor y comunicación de la presente ordenanza se producirá de la siguiente forma:

- El acuerdo de aprobación y la ordenanza se publicarán en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID.
- Lo que se hace público para general conocimiento.

Torrejón de Ardoz, a 14 de septiembre de 2016.—El alcalde, Ignacio Vázquez Casavilla.

(03/32.073/16)

