

PROYECTO DE ORDENANZA

ANTECEDENTES:

Carta Orgánica Municipal. Art 43- Turismo.

Ordenanza N°8552 - Concejo Deliberante de la ciudad de Viedma.

Ordenanza N°8741 - Concejo Deliberante de la ciudad de Viedma.

Ordenanza N°10.057- Honorable Concejo Deliberante de Paraná.

Ordenanza N° 1586/13- Honorable Concejo Deliberante de la ciudad de El Calafate.

Decreto 460 / 2021 - PODER EJECUTIVO NACIONAL (P.E.N.)

Fundamentación:

La ciudad de Viedma, capital de la provincia de Río Negro, cuenta con un potencial turístico, cultural, deportivo y productivo que requiere ser promocionado de manera efectiva para su desarrollo y posicionamiento a nivel nacional e internacional.

El Ente Mixto de Promoción Turística de Viedma (ENVITUR), creado por Ordenanza en diciembre de 2020, ha impulsado la Marca Ciudad, la cual representa la identidad viedmense y tiene como objetivos el fomento del turismo, la cultura, el deporte, las exportaciones y la inversión privada en la ciudad.

La creación de la Marca Ciudad de Viedma ha sido el resultado de un proceso participativo que involucró a alrededor de doscientas personas, entre encuestas y talleres de trabajo. Este proceso incluyó la participación de referentes de diversos sectores, como el productivo, institucional, gubernamental, religioso y profesionales del diseño gráfico, entre otros.

La creación de la Marca Ciudad de Viedma implicó explorar el universo simbólico de representantes de diversas áreas de la producción y el consumo en la ciudad, teniendo en cuenta sus factores distintivos, recursos naturales, paisaje y productos primarios. A través de múltiples instancias de debate colectivo y la coordinación interpretativa de expertos en diseño gráfico, se llegó a la definición final de la imagen y el eslogan de la marca.



CONCEJO DELIBERANTE DE VIEDMA
CAPITAL DE LA PROVINCIA DE RÍO NEGRO
Capital Histórica de la Patagonia Argentina
BLOQUE DE CONCEJALES
JUNTOS SOMOS RIO NEGRO

JUNTOS
SOMOS RIO NEGRO

La Marca Ciudad de Viedma se representa mediante un isologo y un eslogan simple pero atrapante. El objetivo es; por un lado, posicionar la marca en la mente del consumidor, turistas o de productos viedmenses, despertando su interés por descubrir qué ofrece Viedma; y por el otro, conformar una imagen identitaria donde se sientan representados los habitantes de nuestra ciudad.

Bajo el eslogan "Viedma te sorprende" y un isologo con forma de corazón azul y verde, la marca busca potenciar los atributos y recursos diferenciales de la ciudad, promoviendo la calidad de sus productos y servicios, así como el cuidado ambiental y el impacto social positivo.

Su uso está dirigido a instituciones, personalidades referentes, eventos públicos y privados, empresas de servicios y productos comercializables, y organismos de la Administración Pública Municipal.

Asimismo, se prohíbe el uso de la Marca Ciudad para actividades con fines políticos (partidario y no partidario), religiosos (ligados a alguna creencia, credo religioso o espiritual, ni contrarias a la promoción de la imagen de Viedma, o que generen posiciones polarizadas, o que pudieran dar lugar a consecuencias negativas en la percepción de la imagen de la ciudad, ya sea por causar daños a la salud pública, al ambiente, generar conflictos sociales o afectar los intereses y las capacidades colectivas, entre otras.

Este proyecto de ordenanza tiene como finalidad la creación de la Marca Ciudad de Viedma, estableciendo una normativa que regule el uso, garantizando su correcta aplicación y protegiendo su imagen y valores asociados.

Por ello:

EL CONCEJO DELIBERANTE DE VIEDMA

SANCIONA CON FUERZA DE ORDENANZA:

Artículo 1º: Crear la Marca Ciudad de Viedma "VIEDMA TE SORPRENDE" como una herramienta de promoción destinada a impulsar el turismo, la cultura, el deporte, las exportaciones y la inversión privada en la ciudad.

Artículo 2°: Facultar a el ENVITUR a ser el gestor técnico, administrador y operador de la Marca Ciudad de Viedma, brindando soporte complementario para su correcta aplicación y supervisando su uso.

Artículo 3°: Regir la aplicación de la Marca Ciudad de Viedma por un Manual de Uso, el cual será elaborado y actualizado por el ENVITUR, garantizando la regularización y estandarización de su imagen.

Artículo 4°: Invitar a organismos e instituciones vinculadas al turismo, la producción, la cultura y el deporte; a los organismos de la administración pública municipal; a las empresas de bienes y servicios que comercializan sus productos y/o servicios fuera de Viedma; a las personalidades deportivas, artísticas destacadas de la ciudad, a que se sumen a la estrategia de Marca Viedma, estableciendo los acuerdos pertinentes que el ENVITUR establezca.

Artículo 5°: Prohibir el uso de la Marca Ciudad de Viedma para actividades con fines políticos, religiosos o que puedan generar consecuencias negativas en la percepción de la imagen de la ciudad.

Artículo 6°: Autorizar al ENVITUR a ser el encargado del otorgamiento de la Licencia de Uso de la Marca Ciudad de Viedma, previa evaluación de las solicitudes presentadas por personas humanas o jurídicas, de acuerdo a la normativa de uso estipulada según ANEXO I.

Artículo 7°: La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir de su promulgación.

Artículo 8: Registrar, comunicar, cumplido, archivar.

Autora: Natalia, Macri.

Coautora:

NORMATIVA DE USO

Se entiende necesario que la aplicación de la Marca Ciudad se rija conforme sea establecido en un manual de uso.

Con miras a la regularización y estandarización de la imagen del destino, el ENVITUR -Ente Mixto de Promoción Turística de Viedma- será el gestor técnico, administrador y operador de la Marca Ciudad.

Podrá ser adoptada para uso institucional, uso en productos y servicios o uso en eventos, tomada por personas humanas o jurídicas sin antecedentes penales, concursos, quiebras o situación fiscal, tributaria y bancaria adversa, para el acompañamiento de sus comunicaciones en páginas web y redes sociales, papelería en general, publicidad, entre otros.

Asimismo, se prohíbe el uso de la Marca Ciudad para actividades con fines políticos (partidario y no partidario), religiosos (ligados a alguna creencia, credo religioso o espiritual, ni contrarias a la promoción de la imagen de Viedma, o que generen posiciones polarizadas, o que pudieran dar lugar a consecuencias negativas en la percepción de la imagen de la ciudad, ya sea por causar daños a la salud pública, al medio ambiente, generar conflictos sociales o afectar los intereses y las capacidades colectivas, entre otras.

Entre los beneficios de portar la marca, se otorgará difusión prioritaria en eventos de promoción comercial, como ferias masivas y rondas de negocios, donde participe la Municipalidad de Viedma y el ENVITUR. El licenciatario (portador de la marca, previo acuerdo con el ENVITUR) podrá participar, previa coordinación, en las actividades que el ENVITUR realice y contará con la posibilidad de realizar acciones de promoción conjunta y acciones de co-branding entre las empresas alcanzadas por la licencia de uso.

El ENVITUR brindará al licenciatario el soporte complementario para la correcta aplicación del logo de la Marca Ciudad de acuerdo a lo estipulado en el Manual de Uso.

Se buscará contar con el acompañamiento de aquellas empresas y personalidades que cuenten con las siguientes características:

- Empresas innovadoras (en su idea de negocios, en el plano de la producción, distribución y/o la comercialización)



CONCEJO DELIBERANTE DE VIEDMA
CAPITAL DE LA PROVINCIA DE RÍO NEGRO
Capital Histórica de la Patagonia Argentina
BLOQUE DE CONCEJALES
JUNTOS SOMOS RIO NEGRO

JUNTOS
SOMOS RIO NEGRO

- Empresas vinculadas con problemáticas internacionales (medio ambiente, alimentación, reciclado, generación de fuentes alternativas de energía, creación de nuevos puestos de trabajo)
- Empresas con Responsabilidad Social Empresaria (RSE)
- Emprendedores considerados referentes en su sector
- Empresas destacadas con el "Sello CocinAr"
- Empresas que hayan aplicado al Programa de Incentivo para Inversiones Turísticas de Pequeños Prestadores "InTur"
- Personalidades de Viedma destacadas en el campo del deporte y la cultura.

La actividad del solicitante deberá desarrollarse conforme a la normativa vigente del ENVITUR; en este sentido, el solicitante deberá contar con la documentación, permisos, licencias y/o autorizaciones que acrediten el cumplimiento de las normas y reglamentaciones vinculadas a su actividad.

Para el acceso a la Licencia de Uso, los interesados deberán enviar una solicitud mediante el mailing de la página web oficial (destinoviedma.gob.ar) detallando cuál es la entidad que lo pide y el tipo de uso que se efectuará.

La Autoridad de Aplicación (ENVITUR) podrá evaluar, además, cualquier otro aspecto que resulte relevante para el otorgamiento de la Licencia de Uso de la Marca Ciudad. Culminado el proceso de evaluación de la solicitud, se emitirá el pronunciamiento, que si fuera favorable y no median observaciones, se extenderá el Certificado en el que consta la Licencia de Uso de la Marca Ciudad a favor del solicitante, concediendo el acceso al kit de aplicación y portafolio de imágenes, almacenado en la nube.

Si el procedimiento es desfavorable, la denegatoria de la Licencia de Uso será notificada en forma fehaciente al solicitante a los domicilios electrónicos que el requirente declare. El solicitante podrá requerir a la Autoridad de Aplicación la reevaluación del pronunciamiento denegatorio por única vez. A tal fin, deberá adjuntar al requerimiento los elementos que estime necesarios para su consideración.

La Licencia de Uso se extinguirá en caso que la Autoridad de Aplicación resuelva su revocación. Cuando se produce la extinción de la Licencia de Uso, el Licenciatario queda obligado a:

- a. Cesar en el uso de la Marca Ciudad
- b. Retirar del mercado los productos que sean identificados con la Marca Ciudad



CONCEJO DELIBERANTE DE VIEDMA
CAPITAL DE LA PROVINCIA DE RÍO NEGRO
Capital Histórica de la Patagonia Argentina
BLOQUE DE CONCEJALES
JUNTOS SOMOS RIO NEGRO

JUNTOS
SOMOS RIO NEGRO

- c. Destruir el material relacionado con Marca Ciudad
- d. Para el supuesto de que el licenciatario no retirara o limitara el uso de la Marca Ciudad, la Autoridad de Aplicación podrá iniciar las acciones legales que fueren pertinentes

Entre las obligaciones contraídas por el licenciatario se mencionan:

- a. Mantener una conducta adecuada que contribuya al cumplimiento de los fines y objetivos de promoción de la Marca Ciudad
- b. No desarrollar cualquier marca, logotipo, diseño, signo u obra que incorpore total o parcialmente la Marca Ciudad, o cualquier signo que se asemeje o induzca a confusión.

El ENVITUR supervisará el uso de la Marca Ciudad, observando su correcta aplicación, verificando el cumplimiento de las condiciones que motivaron el otorgamiento de la autorización de uso, y podrá requerir información que considere pertinente.