



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

**FUNDAMENTOS**

El presente marco normativo se lleva adelante a partir de diferentes trabajos de investigación desarrollados desde el año 2010, los que propusieron un análisis de contenido de gráficas oficiales de provincias argentinas. Estos estudios giran en torno al concepto de la identidad de marca. La marca es un signo distintivo, cuya principal función es la de diferenciar y hacer únicos a los productos y/o servicios que se producen o se ofrecen en el ámbito de una región, frente al resto de competidores.

El concepto de "promoción de la imagen de marca" de una región en particular, es un ámbito de investigación que ha dado lugar a una serie de planteamientos que evolucionan sin cesar. Simon Anholt, experto mundial en Place Branding y asesor independiente de políticas, que ha trabajado para ayudar a desarrollar e implementar estrategias para mejorar el compromiso económico, político y cultural con otros países es pionero en este ámbito. En 1996, acuñó el término "marca país" para denotar que la reputación de un país se comporta, en cierto modo, como las imágenes de marca de las empresas y los productos. Por ende, la marca de un país puede tener una incidencia decisiva en su prosperidad y bienestar, así como en la eficacia de su administración.

El fomento de la marca país es un tema amplio y complejo que va mucho más allá de una estrategia de mercadotecnia o de un elemento gráfico como símbolo de un país. No obstante, la representación gráfica de la marca de un país tiene un valor y, en consecuencia, su protección es crucial. Este símbolo es la forma más directa que tiene un país de transmitir su imagen e identificar la procedencia de sus productos y servicios más representativos. Los responsables del desarrollo de las estrategias de marca país han de ser conscientes de que, de forma implícita, estos elementos gráficos también recogen los valores y las acciones y conductas que moldean las percepciones de las partes interesadas nacionales e internacionales y su forma de relacionarse con el país. Por consiguiente, un signo gráfico o emblema puede ser un elemento impulsor del turismo, las exportaciones, las inversiones y la atracción de mano de obra calificada.

De todo ello se desprende la necesidad que el Estado Provincial provea de herramientas idóneas para el desarrollo y promoción de empresas y emprendedores de toda la geografía de la Provincia de Río Negro, se promuevan los productos y servicios de origen provincial, resultando, por ende, oportuno para la apertura y consolidación de nuestros productos en los planos nacional e internacional.



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

Además de las funciones indelegables del Estado Provincial de administración y provisión de servicios públicos, el rol de los gobiernos debe orientarse hacia la promoción y el desarrollo de sus actividades productivas, toda vez que la Argentina en su conjunto fue presa de un período que desalentó el desenvolvimiento de una economía genuina sustentada en sus potencialidades reales y capacidades básicas.

En tal sentido, se considera necesario que desde los ámbitos gubernamentales se fomente, promocióne y asista en la etapa de comercialización a innumerables micro y medianas empresas y emprendedores que por sí mismas no poseen esta capacidad, ya sea por falta de recursos económicos o por falta de know how, máxime si se considera que las pequeñas empresas, los emprendedores, los artesanos, etcétera, son naturalmente generadores de mano de obra local y regional no sólo para crear empleo, sino también para favorecer el arraigo de la población en sus espacios originales.

Dentro de la especial significación que contiene la pertenencia a una región geográfica que representa una marca con fuerte posicionamiento mundial, como es la Patagonia, en cuyo marco se inscribe nuestra Provincia, rica en oferta turística, en gastronomía, cultura, artesanías, productos típicos, recursos naturales, etcétera, resultaría sumamente beneficioso el contar y desarrollar una política integral de marketing y promoción de "Río Negro" con todo lo que ello implica; es decir, todo lo que tiene para comercializar.

Con el objeto de dar curso a dicha política, se deben desarrollar todo tipo de estrategias y acciones que cuenten con la flexibilidad necesaria y rápidamente adaptables a los mercados y sus canales de comunicación y comercialización, que demuestran a través de la acción, capacidad y eficiencia en un mercado altamente competitivo, a fines de la promoción y difusión de las distintas actividades que se desarrollan de manera única en Río Negro, tales como Turismo, Producción, Ganadería, Fruticultura, Minería, Pesca, etcétera.

El potencial de nuestra producción, caracterizada por la variedad, la calidad, la jerarquía y el reconocimiento conseguido, es representativo de su fortaleza en la cartera de productos, más debería definirse rápidamente y posicionar a "Río Negro - Patagonia Argentina" como marca registrada, para lo cual se deberá trabajar y definir estrategias con el propósito que la marca y su producción pueda aumentar su capacidad competitiva en el mercado mundial.



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

Otro aspecto que merece ser considerado, es la necesidad de desarrollar estrategias ideadas y estudiadas especialmente para promover las posibilidades de inversión en la Provincia. Existen múltiples posibilidades para captar inversiones, sólo que se debe contar con estrategias en esa dirección, y la tarea requiere la presencia del Estado.

Por ello:

**Autores:** Javier Acevedo.



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

## **LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO**

### **SANCIONA CON FUERZA DE**

### **LEY**

**Artículo 1°.- Objeto.** Créase la "Marca Provincia de Río Negro, Patagonia Argentina" como herramienta de identidad, promoción y desarrollo de los bienes y servicios producidos por personas humanas o jurídicas radicadas en el territorio de la Provincia de Río Negro, que se comercializan en el ámbito regional, nacional e internacional.

**Artículo 2°.- Objetivos.** La presente Ley tiene, entre otros, los siguientes objetivos:

- a) Reconocer y seleccionar los atributos que configuran y distinguen la identidad propia a los bienes y servicios producidos en el territorio provincial que se comercializan en el contexto de los mercados regional, nacional e internacional.
- b) Promocionar e instalar en el mercado regional, nacional e internacional la "Marca Provincia de Río Negro, Patagonia Argentina" como símbolo distintivo de calidad y excelencia de sus productos.
- c) Diseñar un símbolo, logotipo, isotipo, isologo o similar que represente la "Marca Provincia de Río Negro, Patagonia Argentina" a partir del reconocimiento de los atributos en los bienes y servicios producidos en Río Negro.
- d) Avalar la excelencia de los procesos de producción y la calidad de los bienes y servicios hechos en Río Negro;
- e) Acompañar a las personas humanas y jurídicas rionegrinas, especialmente a las pymes, a promover e instalar los bienes y servicios que producen en el contexto de los mercados regional, nacional e internacional.
- f) Integrar -en los distintos programas- las denominaciones de origen y las indicaciones



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

geográficas formalmente creadas o a crearse en los ámbitos regionales o municipales de la Provincia de Río Negro.

- g) Incentivar la inversión en agregado de valor y producción de bienes y servicios.
- h) Estimular el crecimiento de las exportaciones, con la colocación de productos calificados por la "Marca Provincia de Río Negro, Patagonia Argentina".
- i) Favorecer el proceso de inversión para la producción de bienes y servicios, con énfasis en la creación y desarrollo de pymes.
- j) Fortalecer el desarrollo de la industria del turismo local e internacional.
- k) Fomentar el desarrollo de eventos culturales, académicos, deportivos, religiosos, gastronómicos o de características similares, vinculados a la "Marca Provincia de Río Negro, Patagonia Argentina".
- l) Promover políticas públicas orientadas a lograr el reconocimiento regional, nacional e internacional de la "Marca Provincia de Río Negro, Patagonia Argentina".

**Artículo 3°.- Titularidad.** El Estado Provincial es titular de la "Marca Provincia de Río Negro, Patagonia Argentina" y ejercerá su administración a través de la Autoridad de Aplicación.

**Artículo 4°.- Autoridad de Aplicación.** El Poder Ejecutivo Provincial determinará la Autoridad de Aplicación de la presente Ley.

**Artículo 5°.- Registro.** El Poder Ejecutivo Provincial, a través de la Autoridad de Aplicación, inscribirá -según corresponda- la "Marca Provincia de Río Negro, Patagonia Argentina" en los organismos nacionales e internacionales competentes.

**Artículo 6°.- Acceso a la Marca.** La Autoridad de Aplicación por vía reglamentaria establecerá los requisitos para acceder a la "Marca Provincia de Río Negro, Patagonia Argentina", el control sobre su correcto uso y las sanciones por la utilización indebida de la misma.

**Artículo 7°.- Diseño.** El diseño del símbolo, logotipo, isotipo, isologo o similar "Marca Provincia de Río Negro, Patagonia Argentina" surgirá de un proceso de selección por



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

Concurso Público que convocará la Autoridad de Aplicación y en el que participarán las propuestas de creativos y profesionales del diseño.

Las bases y condiciones del Concurso Público se determinarán por vía reglamentaria.

**Artículo 8°.- Concurso.** El Concurso contará con dictamen vinculante de un jurado ad honorem integrado por profesionales comunicadores y diseñadores gráficos, referentes del ámbito de la cultura y el turismo, y representantes de la Autoridad de Aplicación de la presente Ley.

**Artículo 9.-** De forma.