



**LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE SANTA FE
SANCIONA CON FUERZA DE
LEY:
CREACIÓN DE LA MARCA “SANTA FE AL MUNDO”**

1.Objeto. Créase la marca “Santa Fe al Mundo” como herramienta de identidad, promoción y desarrollo de los bienes y servicios producidos por personas físicas o jurídicas radicadas en el territorio de la Provincia de Santa Fe, que se comercializan en el ámbito regional, nacional e internacional.

2.Objetivo. La presente ley, tiene los siguientes objetivos:

- a. Valorizar el territorio provincial, generando incentivos al incremento de la participación de los productos y servicios santafesinos en el mercado nacional e internacional.
- b. Definir y seleccionar los atributos que configuran y distinguen la identidad propia a los bienes y servicios producidos en el territorio provincial;
- c. Promocionar e instalar en el mercado regional, nacional e internacional la marca “Santa Fe al Mundo” como símbolo distintivo de sus productos;
- d. Estimular a las personas físicas y jurídicas santafesinas, a promover e instalar los bienes y servicios que producen;



- e. Integrar -en los distintos programas- las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas formalmente creadas o a crearse en los ámbitos regionales o municipales de toda la Provincia;
- f. Incentivar la inversión en agregado de valor, diferenciación y producción de bienes y servicios;
- g. Estimular el crecimiento de las exportaciones, con la colocación de productos identificados por la marca “Santa Fe al Mundo”;
- h. Favorecer el proceso de inversión para la producción de bienes y servicios locales, con énfasis en la creación y desarrollo de pymes;
- i. Fortalecer el desarrollo de la industria del turismo local e internacional;
- j. Fomentar el desarrollo de eventos culturales, académicos, deportivos, religiosos, gastronómicos o de características similares, vinculados a la marca “Santa Fe al Mundo”; y
- k. Promover políticas públicas orientadas a lograr el reconocimiento nacional e internacional de la marca “Santa Fe al Mundo”.

3. Titularidad. El Estado Provincial es titular de la marca “Santa Fe al Mundo” y ejercerá su administración a través de la Autoridad de Aplicación.

4. Autoridad de Aplicación. La autoridad de aplicación de la presente Ley es el Ministerio de Producción, Ciencia y Tecnología, o el organismo que en un futuro lo reemplace.



5. **Registro.** El Poder Ejecutivo Provincial, a través de la Autoridad de Aplicación, inscribirá -según corresponda- la marca “Santa Fe al Mundo” en los organismos nacionales e internacionales competentes.

6. **Acceso a la Marca.** La Autoridad de Aplicación por vía reglamentaria establecerá los requisitos para acceder a la marca “Santa Fe al Mundo”, el control sobre su correcto uso y las sanciones por la utilización indebida de la misma.

7. **Diseño.** El diseño de la marca “Santa Fe al Mundo” no podrá ser similar al de ninguna gestión política y surgirá de un proceso de selección por concurso público que convocará la Autoridad de Aplicación y en el que participarán las propuestas de creativos y profesionales del diseño.

8. **Concurso.** El Concurso contará con dictamen vinculante de un jurado ad honorem integrado por profesionales comunicadores, diseñadores gráficos, y los que establezca la Autoridad de Aplicación.

9. **Comisión Asesora.** Créase, dentro de los noventa días de reglamentada la presente ley, una comisión asesora permanente y ad honorem que estará presidida por quien designe la Autoridad de Aplicación e integrada por los siguientes representantes:



CÁMARA DE DIPUTADOS
DE LA PROVINCIA DE SANTA FE

- a. Tres miembros designados por el Poder Ejecutivo;
- b. Tres miembros designados por el Poder Legislativo;
- c. Tres miembros representativos del sector académico;
- d. Tres miembros representativos del sector productivo de bienes, y
- e. Tres miembros representativos del sector productivo de servicios.

10. **Beneficios.** El Poder Ejecutivo, podrá definir beneficios especiales en materia de promoción, publicidad, créditos, subsidios, y exenciones impositivas para todos los bienes y servicios denominados bajo la marca “Santa Fe al Mundo”.

11. **Autorización.** Autorízase al Poder Ejecutivo a realizar las adecuaciones presupuestarias correspondientes a efectos de lograr el cumplimiento de los objetivos de la presente ley.

12. **De Forma.** Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Diputada Provincial
CPN. Jimena Senn

Diputado Provincial
Juan Cruz Cándido

Diputado Provincial
Sergio Basile



**CÁMARA DE DIPUTADOS
DE LA PROVINCIA DE SANTA FE**

**Diputada Provincial
Silvia Ciancio**

**Diputada Provincial
Silvana Di Stefano**

**Diputado Provincial
Sebastián Juleriac**

**Diputado Provincial
Fabián Bastía**

**Diputado Provincial
Marcelo Gonzalez**

**Diputada Provincial
Marlén Espíndola**



FUNDAMENTOS

Señor presidente:

Este proyecto toma como base la Ley 10787, que crea la Marca Provincia de Córdoba, y tiene como objetivo principal, de generar identidad, y contribuir a promoción y desarrollo de los bienes y servicios producidos por santafesinos y santafesinas.

El presente proyecto tiene como objetivo la creación de la marca "Santa Fe al Mundo", a efectos de implementar políticas destinadas a potenciar el crecimiento de los productos y servicios que se desarrollan en nuestra provincia.

Para comenzar, podemos definir el origen de las “marcas lugar” en la década de 1990, como resultado de la búsqueda por aprovechar el potencial de las ciudades debido a la creciente globalización y el aumento de la comunicación entre los territorios. Sin embargo, ni las ciudades contaban con los recursos adecuados, ni el Gobierno conocía qué técnicas aplicar para conseguirlo. En cierto modo faltaba una adaptación en los conceptos del marketing de productos al marketing de lugares. En este sentido, la idea de tratar el territorio como un producto (Kotler & Armstrong, 2006) resulta ser ineficaz e incorrecta. La promoción de un lugar requiere métodos mucho más complejos que una simple operación económica como podía ocurrir con los productos (Ashworth & Voodg, 1990), debido al número mayor de factores presentes en cada lugar determinado. Por tanto, se consolida entre los



responsables del territorio el deber de conocer y desarrollar la imagen que transmiten de su ciudad, provincia y país.

Como consecuencia, comienza la evolución de la aplicación de dichos principios y nace la "marca lugar", la cual tiene sus fundamentos en la importancia de los valores y la imagen del lugar, entre otros aspectos sociológicos. La correcta aplicación de los principios del marketing deberán ser determinados por la autoridad de aplicación, de manera que permitan marcar la diferencia entre un lugar exitoso y uno estándar.

Las características distintivas de nuestra provincia son el instrumento para atraer al público objetivo y, como con otros productos, la provincia se puede identificar y diferenciar formalmente mediante la marca y sus símbolos, un activo intangible sobre el que se centrarán importantes estrategias de comunicación.

Argentina dispone de una serie de atributos en sus factores productivos tradicionales, que se ven favorecidos por el actual contexto internacional, esa dinámica se ilustra claramente en Santa Fe y sustenta la creación de una "marca" que promueva las posibles designaciones de origen, actuales factores de peso en las decisiones de la demanda en el ámbito del comercio internacional.

En este sentido Santa Fe cuenta con grandes elementos diferenciadores que le posibilitan desarrollar la marca "Santa Fe al Mundo", entre los cuales podemos destacar: suelos fértiles, ambiente saludable, clima,



paisajes, industrias, íconos deportivos, intelectuales y culturales, entre muchos otros factores de relevancia internacional.

En ese marco, nuestra provincia encuentra una inmejorable oportunidad, para desarrollar su marca específica, lo que permitiría el desarrollo de las designaciones de origen como elemento cualitativo en el mercado internacional.

El concepto las indicaciones geográficas y denominaciones de origen, abarcan herramientas que permiten diferenciar y hacer distinguible la calidad de un producto relacionada con su origen geográfico. Asimismo, otorgan protección legal al nombre, al producto y al grupo interesado, y tienden a promover el desarrollo rural. El potencial de los productos ligados al origen radica en su calidad específica, que es resultado de la combinación de recursos naturales y técnicas o prácticas de producción locales relacionadas con la historia y la cultura (FAO, 2010).

En este marco, el presente proyecto persigue la revalorización de la provincia para generar la promoción directa o indirecta de inversiones. Para eso, también hace especial hincapié en el fortalecimiento del desarrollo de la industria del turismo local atrayendo la radicación de recursos humanos calificados, fomentando la inversión de capitales nacionales, regionales e internacionales. Para esto, es fundamental lograr una mayor interacción entre el ámbito privado y el Estado. Potenciando no son solo de los productos típicos, sino que también los sectores no tradicionales como turismo, servicios y contenidos digitales entre otros, de forma de lograr una mayor



**CÁMARA DE DIPUTADOS
DE LA PROVINCIA DE SANTA FE**

producción, inserción internacional, crecimiento económico y desarrollo, para todos los habitantes de la provincia de Santa Fe.

Por todo lo expuesto, y considerando la relevancia de lo planteado, es que solicito a mis pares me acompañen en la aprobación del presente proyecto de ley.

**Diputada Provincial
CPN. Jimena Senn**

**Diputado Provincial
Juan Cruz Cándido**

**Diputado Provincial
Sergio Basile**

**Diputada Provincial
Silvia Ciancio**

**Diputada Provincial
Silvana Di Stefano**

**Diputado Provincial
Sebastián Juleriac**

**Diputado Provincial
Fabián Bastía**

**Diputado Provincial
Marcelo Gonzalez**

**Diputada Provincial
Marlén Espíndola**