 <p>Bariloche MUNICIPIO JUNTOS HACEMOS MÁS</p>	<p>ORDENANZA</p>	<p>No a la violencia de género. Ni una menos (Ordenanza 2711-CM-2015)</p>
--	------------------	---

29 JUN 2016

PROYECTO DE ORDENANZA N° 161-16

DESCRIPCIÓN SINTÉTICA: SE ESTABLECE MARCO REGULATORIO ACTIVIDADES PROMOCIONALES Y PROMOTORES. SE ABROGAN ORDENANZAS 926-CM-98, 1036-CM-00, 798-CM-97, 771-CM-97 y 741-CM-97. MODIFICA ORDENANZA 901-CM-98.

ANTECEDENTES

- Ordenanza N° 741-CM-97
- Ordenanza N° 926-CM-98
- Ordenanza N° 678-CM-96
- Ordenanza N° 679-CM-96
- Ordenanza N° 901-CM-98
- Resolución N° 3276-I-05.
- Ordenanza N° 1036-CM-00
- Ordenanza 798-CM-97
- Ordenanza 771-CM-97
- Ordenanza 1612-CM-06
- Ordenanza 2548-CM-14
- Ordenanza 2107-CM-10
- Ordenanza 1760-CM-07
- Ordenanza 2375-CM-12
- Ordenanza 2374-CM-12
- Ordenanza 2714-CM-16

FUNDAMENTOS:

En diversas áreas de la ciudad se presenta mayor concentración de personas, comercios y servicios que en otras. Esta situación generó un fuerte interés de las empresas en general por realizar promociones de sus productos o servicios en dichas áreas, fundamentalmente en las arterias principales, adoptando diversas técnicas de promoción directa que no siempre coexistieron armónicamente entre sí y con la actividad comercial preexistente.

La permanencia de promotores en la vía pública generó el reclamo de los propietarios de los comercios del lugar, ya que estos se veían perjudicados por la práctica masiva de dicha actividad en la puerta de sus locales.

Como consecuencia de ello, se sancionó la Ordenanza N° 926-CM-98, que prohibió el desarrollo de actividades de promoción de productos y/o servicios en forma personal a través de promotores/as en la vía y espacios públicos, en todo el ejido municipal de la Ciudad, responsabilizando a la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico del control y fiscalización de la misma, en atención a que los afectados en su mayoría eran turistas.-

No obstante ello, lo cierto es que la Dirección de Inspección General era el área responsable de la fiscalización de todas las actividades de promoción y publicidad que se realizaban en la ciudad. Esta decisión resultó conflictiva ya que pretendió separar dos actividades que siempre se ejecutan en simultáneo, como son la promoción en forma personal y la entrega de volantes en la vía pública, dificultando la fiscalización de las mismas y generando confusión en las personas afectadas por la norma.

Por otra parte, las actividades de promoción y publicidad en todas las formas que sea posible, son prácticas usuales que se realizan en todos los centros turísticos y ciudades en general, siendo una demanda permanente del sector privado en nuestra ciudad.-

Incluso la necesidad de diferentes comercios ubicados en cercanías de la calle Mitre de difundir sus productos y/o servicios, situación que generó una importante cantidad de puestos de trabajo en promoción para vecinos de Bariloche, quienes reclaman la continuidad de dicha posibilidad laboral.

En este contexto, es evidente la necesidad de reorganizar la actividad a fin de conciliar intereses de todos los sectores involucrados y coadyuvar a su implementación.

Por ello, en esta oportunidad, proponemos y planteamos que la potestad de regulación de la actividad sea afrontada por el área que naturalmente debe hacerse cargo de la misma, esto es la Dirección de Inspección General.

A tal efecto urge distinguir dos tipos de actividades promocionales diferentes: por una lado la promoción orientada a la venta directa de productos o servicios; y por otro, las campañas de promoción que buscan fortalecer la imagen de la marca de los comercios, productos o servicios.

Es importante resaltar además la intención de ordenar y jerarquizar la actividad de los promotores.

Para finalizar, se han considerado distintos aspectos que aseguren que quien decida hacer uso de espacios de la vía pública o espacios de uso público para la promoción, lo realice en forma reglamentada y debidamente regulada.-

Por lo expuesto, a través del ordenamiento jurídico se busca lograr un equilibrio entre la práctica desregulada y espontánea de la actividad y la prohibición total de la misma y de esta manera, generar un marco normativo necesario para potenciar la actividad comercial a través de la promoción regulada y calificada, fomentando la proliferación de puestos de trabajo y un ordenamiento de la vía pública.

AUTOR: Intendente Municipal, Gustavo E. Gennuso

COLABORADORES: Secretario Municipal de Turismo, Marcos Guillermo Barberis; Asesoría Letrada Municipal; Natacha Vázquez.

El proyecto original N° / con las modificaciones introducidas, fue aprobado en la sesión del día de de 201 , según consta en Acta N° /1. Por ello, en ejercicio de las

LA FACILITADORA
Municipalidad de Bariloche

GUSTAVO E. GENNUSO
Intendente Municipal
San Carlos de Bariloche

atribuciones que le otorga el artículo 38° de la Carta Orgánica Municipal,

EL CONCEJO MUNICIPAL DE SAN CARLOS DE BARILOCHE
SANCIONA CON CARÁCTER DE
ORDENANZA

- ART. 1°: Se establece el marco normativo para la realización de actividades promocionales a través de promotores en la vía pública y espacios comunes de uso público en todo el ejido de San Carlos de Bariloche.
- ART. 2°: Se entiende por promociones a aquellas acciones sustentadas por una empresa, comercio, firma o empresa de promoción, tendientes a difundir un producto, servicio o actividad comercial, utilizando o no medios accesorios, tanto para las promociones de venta como para las campañas propiamente dichas.
- ART. 3°: Se entiende por promotor a aquella persona que realiza directamente la actividad promocional en la vía pública y espacios comunes de uso público, bajo la dirección del responsable de la promoción.
- ART. 4°: A los fines de la presente ordenanza, se considerará responsable de la promoción la empresa, comercio, firma o empresa de promoción que desarrolle y solicite la promoción en la vía pública y en espacios comunes de usos públicos dentro del ejido municipal.
- ART. 5°: La autoridad de aplicación de la presente norma es la Dirección de Inspección General o quien en el futuro la reemplace, dependiente de la Jefatura de Gabinete.
- ART. 6°: Las actividades de promoción podrán ser realizadas en la vía pública y en los espacios comunes de uso público expresamente autorizados a tal efecto. Los espacios autorizados serán determinados conjuntamente por la Dirección de Inspección General y la Secretaría de Turismo y Producción, esta última cuando se trate de productos turísticos. Para el caso de las actividades de promoción a realizarse dentro de la jurisdicción de la Delegación Cerro Catedral, se autorizará a dicha Delegación a otorgar los permisos correspondientes y a fiscalizar las mismas, a tenor de lo establecido en la presente ordenanza.
- ART. 7°: La autoridad de aplicación establecerá los requisitos y demás documentación que debe cumplimentar el responsable de la promoción a los fines del otorgamiento de la autorización.
- ART. 8°: El responsable de la promoción deberá especificar el objeto, carácter y objetivo de la promoción ante la autoridad de aplicación. Se debe informar además, los datos pertinentes del empleado que desarrollará la tarea de promotor y acreditar la relación laboral de aquel, acompañando al efecto la documentación respaldatoria correspondiente.
- ART. 9°: Para realizar las actividades de promoción, el responsable de la promoción deberá contar con la debida autorización previa emitida por el área correspondiente, la cual establecerá un plazo temporario y no será de carácter exclusivo, y cumplir con los siguientes requisitos:
- a) Contar con habilitación comercial, la validez de la mencionada debe ser mayor o igual al periodo que se autorizará la promoción.
 - b) Abonar un canon anual de mil pesos (\$ 1500) por promotor autorizado.
- ART. 10°: Son requisitos para desempeñarse como promotor en las actividades promocionales:

d) Presentar certificado de antecedentes nacionales;

e) Tener Libreta Sanitaria actualizada.

ART. 11º: Una vez cumplidos los requisitos para desempeñarse como promotor en las promociones de venta, la autoridad de aplicación hará entrega de una credencial identificatoria, donde constará el nombre completo del promotor, número del Documento Nacional de Identidad, foto, razón social y número de CUIT de la empresa responsable de la promoción para la cual desempeña tareas y fecha de inicio y expiración de la autorización conferida por la Municipalidad de San Carlos de Bariloche. Dicha credencial es personal e intransferible.

ART. 12º: Son obligaciones de los promotores:

1. Concurrir pulcramente vestidos y aseados al desempeño de sus funciones.
2. Mantener un trato amable y evitar la persecución agresiva del público en general.
3. Exhibir en forma permanente durante el desempeño de sus funciones la Credencial Habilitante identificatoria de Promotor Autorizado, abrochada en la ropa, a la altura del pecho.
4. Suministrar todos los datos personales y datos del comercio para el cual se desempeña cada vez que la autoridad de aplicación lo solicite.
5. Distribuir únicamente material promocional autorizado en la presente norma.
6. Ubicarse en los sitios permitidos por la autoridad de aplicación.
7. No utilizar elementos sonoros conforme a la prohibición establecida por el Artículo 12.2 de la Ordenanza N° 901-CM-98.
8. Evitar vociferar la promoción en la vía pública.

ART. 13º: El responsable de la promoción deberá proveer al promotor de una indumentaria identificatoria de éstos, con los colores, logos y nombre de la empresa, comercio, firma o marca correspondiente.

ART. 14º: El material promocional sólo podrá consistir en volantes, folletos, obsequios y muestras gratis relacionadas al objeto de la promoción. En el caso de que se trate de objetos comestibles, estos deberán ajustarse a la normativa vigente.

ART. 15º: No se permitirá ninguna acción que aliente el consumo desmedido de bebidas alcohólicas o energizantes, en adhesión a lo establecido en las Ordenanzas 1612-CM-2006 y 2548-CM-14; el consumo de tabaco y sus derivados a tenor de lo dispuesto por la Ordenanza 2107-CM-2010; y el juego de azar según lo normado por la Ordenanza 1760-CM-2007.

ART. 16º: Están expresamente prohibidas las encuestas de perfil, toma de datos personales, sorteos, juegos, entrevistas u otro tipo de método que implique la retención de transeúntes y vehículos y/o la obstaculización del paso. Exceptuado de la presente a aquellos estudios que posean fines informativos, científicos, académicos y que a su vez, dependan de organismos estatales, los cuales igualmente deberán contar con su debida autorización por la autoridad de aplicación.

ART. 17º: Se prohíbe efectuar la venta de productos, servicios o actividades comerciales, mediante el pago de los productos promocionados en el espacio público o espacio común de uso público durante el desarrollo de la actividad promocional.

ART. 18º: No se permite arrojar desde los vehículos afectados a la promoción elementos

promocionales.

ART. 19°: La autoridad de aplicación podrá denegar la autorización de entrega de elementos que considere inconvenientes por cuestiones de orden público, salud y/o seguridad, hecho que deberá ser fundamentado y notificado al interesado.

ART. 20°: Se permitirá sólo un (1) promotor por cada comercio, que podrá realizar las tareas promocionales en un radio de cincuenta metros (50 mts) del local comercial del que dependa.-

ART. 21°: Las campañas de promoción son aquellas que se realizan para promocionar una marca determinada en el mercado local impulsadas por empresas, firmas o comercios que no cuenten con domicilio fiscal en la ciudad de San Carlos de Bariloche, las mismas no podrán exceder los ciento veinte (120) días corridos por año de duración.-

ART. 22°: Serán requisitos para la autorización previa de las campañas de promoción lo siguiente:

- a) Solicitar autorización formalmente a la autoridad de aplicación, describiendo los alcances de la campaña de promoción. En caso que la promoción se haga a través de terceros, datos de la empresa ejecutora de la promoción;
- b) Declarar nómina de promotores, los cuales deberán cumplir con todos los requisitos establecidos en los artículos 10° y 12° de la presente;
- c) Contar con las habilitaciones correspondientes y presentar Certificados de Libre Deuda Unificado. En caso de solicitud de personas físicas o jurídicas de otras jurisdicciones se exigirá acreditación de identidad y/o documentación de la personería jurídica y contrato con la empresa titular del producto a promocionar si correspondiera.
- d) Abonar el canon correspondiente según las tarifas conforme lo establecido por el artículo 23° del Anexo I de la Ordenanza 2375-CM-12.

ART. 23°: Las campañas de promoción no podrán contar con más de (tres) promotores, los que deberán estar identificados a tal fin según lo establecido en el artículo 11° de la presente.

ART. 24°: Las campañas de promoción que promuevan productos de elaboración local o servicios locales debidamente habilitados, gozarán de un beneficio de un treinta por ciento (30 %) de descuento sobre las tarifas fijadas en la presente.

ART. 25°: Serán consideradas infracciones a la presente la falta de actualización de los promotores y de bienes afectados a la Campaña de Promoción que fueran oportunamente autorizados por la autoridad de aplicación. Por ello, se deberán declarar en forma inmediata, los nuevos promotores, tipos de elementos o cantidad de bienes o elementos promocionales que se sumen a una campaña ya autorizada.

ART. 26°: Toda instalación que se utilice en las campañas de promoción o promociones de venta sin la habilitación correspondiente o que no cumpla con las condiciones establecidas en la presente ordenanza, será retirada del lugar en donde estuviera emplazada. El responsable de la promoción o de la campaña de promoción deberá reacondicionar el lugar realizando las acciones de reparación que fueran necesarias. De no cumplir con lo solicitado, las tareas serán realizadas por personal municipal, con posterior cargo al responsable de la promoción, mediante emisión de certificado de deuda, que será accesorio a la multa correspondiente a la sanción. De no certificarse el pago de estos valores, el Municipio tendrá derecho a retener los elementos secuestrados hasta tanto se cancelen los valores adeudados.-

ART. 27°: La aplicación de multas y el labrado de actas de infracción reiteradas por parte de la autoridad de aplicación a los promotores, a los responsables de la promoción y/o campaña de promoción dará lugar a la suspensión de la autorización conferida y

y/o campaña de promoción, según corresponda en cada caso.

ART. 28°: Se incorpora el artículo 40° bis al Anexo II del Libro Segundo de las Infracciones Ordenanza Tarifaria 2375-CM-12, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ART. 40° BIS.- Para los responsables de promociones o campañas de promoción, que incumplieran con lo establecido por normativa vigente, se establecen las siguientes infracciones:

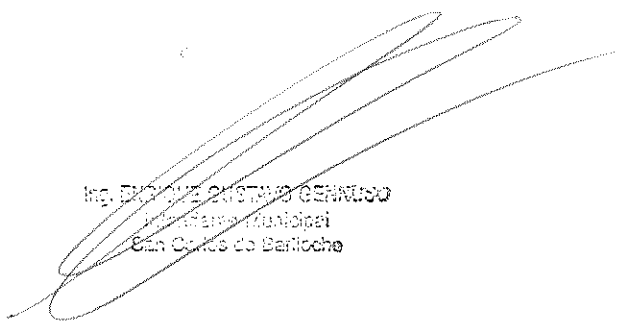
- a) Por realizar actividades de promoción o campañas de promoción fuera de los lugares expresamente autorizados por la Municipalidad de San Carlos de Bariloche: multa de pesos mil quinientos a cincuenta mil (\$1.500 a 50.000).
- b) Por realizar actividades de promoción o campañas de promoción sin autorización previa municipal: multa de pesos cincuenta mil a quinientos mil (\$ 50.000 a 500.000).
- c) Por realizar actividades de promoción o campañas de promoción con promotores que no estuvieran debidamente inscriptos para dicha actividad por el responsable de la promoción: multa de pesos dos mil a veinte mil (\$ 2.000 a 20.000).
- d) Por realizar actividades de promoción o campañas de promoción con material promocional no autorizado: multa de pesos cinco mil a veinticinco mil (\$ 5.000 a 25.000) y secuestro del material promocional, el cual podrá ser devuelto al responsable de la promoción una vez cancelada la multa correspondiente y a consideración del Juez de Faltas Municipal, según condiciones de seguridad, salubridad y conveniencia al bien común.
- e) Por realizar actividades de promoción o campañas de promoción que incumplan lo establecido en las Ordenanzas 1612-CM-2006, 2548-CM-2014, 2107-CM-2010 y 1760-CM-07: multa de pesos diez mil a cincuenta mil (\$ 10.000 a 50.000).
- f) Por realizar encuestas de perfil, toma de datos personales, sorteos, juegos, entrevistas u otro tipo de método que implique la retención de transeúntes y vehículos y/o obstaculicen el paso: multa de pesos cinco mil a veinte mil (\$ 5.000 a 20.000).
- g) Por la realización de ventas de productos, servicios o actividades dentro de las actividades de promoción o campañas de promoción: multa de pesos diez mil a cincuenta mil (\$10.000 a 50.000).
- h) Por la realización de actividades de promoción o campañas de promoción con promotores que no poseen uniforme correspondiente: multa de pesos setecientos a tres mil (\$ 700 a 3.000).
- i) Por incumplimiento por parte de los promotores de sus obligaciones: multa de cien a cinco mil pesos (\$ 100 a 5.000).”

ARTÍCULO 29°: Se abrogan las Ordenanzas 1036-CM-00, 926-CM-98, 798-CM-97, 771-CM-97 y 741-CM-97.

ARTÍCULO 30°: Se derogan los Artículos 6.3, inciso f) y 12.9 de la Ordenanza 901-CM-98.

ARTÍCULO 31°: Comuníquese. Publíquese en el Boletín Oficial. Tómese razón. Cumplido, archívese.


SECRETARÍA DE GOBIERNO
Municipalidad de San Carlos de Bariloche


Ing. ENRIQUE GUSTAVO GERRASO
Intendente Municipal
San Carlos de Bariloche