

REGLAMENTO PARA EL USO DE LA MARCA CIUDAD

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º.- Del objeto

El presente Reglamento tiene por objeto establecer las disposiciones que rigen el uso de la Marca Ciudad Tingo María, de la cual es titular la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado para la Exportación y el Turismo.

Artículo 2º.- Del ámbito de aplicación

El presente Reglamento es de cumplimiento obligatorio para todas las unidades orgánicas de la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado, las personas naturales y jurídicas, de derecho público o privado, nacionales o extranjeras, que solicitan y obtienen una licencia de uso de la Marca Ciudad Tingo María.

Artículo 3º.- De las definiciones

A efectos de la aplicación del presente Reglamento se establecen las siguientes definiciones:

- a. Persona natural con negocio: Persona domiciliada en el Perú que cuenta con Registro Único de Contribuyente (RUC) y realiza actividades económicas.
- b. Persona jurídica nacional: Entidad constituida bajo la normativa nacional, domiciliada en el Perú, que cuenta con RUC y realiza actividades económicas con o sin fines de lucro, no siendo relevante la procedencia del capital de constitución y/o inversión. Pueden ser de derecho público o de derecho privado.
- c. Persona jurídica extranjera: Entidad constituida bajo normativa extranjera, domiciliada en el país de su constitución, que realiza actividades económicas con o sin fines de lucro, contando con la documentación emitida por las autoridades competentes que acredita su existencia y su actividad económica.
- d. Marca Ciudad: Marca Ciudad Tingo María.
- e. Licenciante: Municipalidad Provincial de Leoncio Prado, titular de la Marca Ciudad.
- f. Licencia de Uso: Autorización de uso de la Marca Ciudad otorgado por la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado.
- g. Certificado de Licencia de Uso: documento en el que consta la Licencia de Uso de la Marca Ciudad.
- h. Licenciatario: Persona que ha obtenido el Certificado de Licencia de Uso de la Marca Ciudad otorgado por la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado.
- i. Portafolio de productos: Conjunto de productos comercializados por una misma persona, bajo una misma marca registrada de la cual es titular o sobre la cual cuenta con licencia de uso.
- j. Producto peruano: Producto del Licenciatario en el que por lo menos el 50% de su costo de venta es de procedencia peruana.
- k. Costo de Venta: Es el valor en que se incurre para producir o comprar un bien que se vende.
- l. Órgano competente: La Sub Gerencia de Turismo de la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado.

CAPÍTULO II

DE LA MARCA CIUDAD

Artículo 4º.- De la Marca Ciudad Tingo María.

4.1 La Marca Ciudad es una herramienta de promoción de la Ciudad de Tingo María que tiene como objetivo impulsar los sectores turismo, exportaciones, inversiones y la imagen de la ciudad principalmente en los ámbitos de gastronomía, arte y cultura, deporte, educación y desarrollo de valores y autoestima local, a nivel nacional e internacional.

4.2 El uso de la Marca Ciudad Tingo María implica un compromiso con la Ciudad y busca:

- a. La promoción de la Ciudad y lo nuestro.
- b. La competitividad de las exportaciones locales.
- c. El crecimiento del flujo de turistas hacia la Ciudad.
- d. La atracción de inversiones hacia la Ciudad.
- e. La mejora de la imagen de la Ciudad en general.



Artículo 5º.- De los usos prohibidos

5.1 Se prohíbe el uso de la Marca Ciudad para fines o actividades siguientes:

- a. Políticos, entre los que se encuentran los fines y actividades perseguidos o realizados por personajes y organizaciones políticas, tales como partidos y movimientos políticos, agrupaciones políticas no partidarias, y sus miembros, así como las actividades organizadas con fin político.
- b. Religiosos, ligados a alguna creencia o credo religioso o espiritual.
- c. Contrarios a la Constitución Política del Perú y legislación vigente.
- d. Contrarios a la promoción de la imagen de la Ciudad, que generen posiciones polarizadas, que pudieran dar lugar a consecuencias negativas en la percepción de la imagen de la ciudad, ya sea por causar daños a la salud, al medio ambiente, generar conflictos sociales u otros.