

REGLAMENTO GENERAL DE LA MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL



LA MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL **“Poniente Granadino Calidad Rural”**

Reglamento General

PREAMBULO

En Asamblea General de 10 de noviembre de 2005 la Asociación para el Desarrollo Sostenible del Poniente Granadino aprobó el Reglamento General de la Marca de Calidad Territorial “Poniente Granadino Calidad Rural” como instrumento específico del Plan de Desarrollo del territorio del Poniente Granadino, que supone un proceso de desarrollo que conlleva una serie de aspectos indisociables: económicos, ambientales, sociales y culturales, con el objetivo de incrementar la **“Competitividad Territorial del Poniente Granadino, es decir, la competitividad Económica, Social, Medio Ambiental y la competitividad a escala Global del Territorio del Poniente Granadino”** mediante la valorización del conjunto de los productos y servicios locales, ya sean privados o públicos, así como de su patrimonio cultural y natural, agrupados bajo una imagen externa de **“Producto-Territorio” alrededor de su identidad histórica común “La Última Frontera de Al Andalus”**, imagen de la marca de calidad territorial y elemento aglutinador y vertebrador del conjunto del territorio y más concretamente de los municipios de Algarinerjo, Alhama de Granada, Ventas de Zafarraya, Arenas del Rey, Játar, Fornes, Cacín, Huétor Tajar, Illora, Jayena, Loja, Moclín, Montefrío, Moraleda de Zafayona, Salar, Santa Cruz del Comercio, Villanueva Mesia, Zafarraya y Zagra. Dicho Reglamento definía los principios y los mecanismos de gestión y control de la Marca.

Aquel Reglamento General se inspiraba en los valores y principios de la “Carta para una Marca de Calidad Territorial” suscrita en Foligno (Italia) el 4 de diciembre de 1999, principios y valores recogidos en el Convenio suscrito entre los territorios rurales españoles que desean trabajar en red en el marco del proyecto de cooperación “Hacia una Marca de Calidad Territorial para promover la calidad en una dinámica de desarrollo local”, firmado en la sede de Fundación Doñana 21 (Almonte) el 18 de noviembre de 2000 por los representantes legales de cada uno de los Grupos de Desarrollo Rural de España que participan en el citado proyecto de cooperación.

Considerando que los territorios rurales deben dar respuesta a los retos y limitaciones derivados en particular de los cambios que se han producido en el

sector agrario a raíz de la reforma de la política agrícola común, de las crecientes exigencias de los consumidores en materia de calidad de los productos, de una toma de conciencia cada vez más generalizada de los problemas medioambientales, debiendo garantizar un compromiso mínimo en medidas encaminadas hacia la consecución de los nuevos desafíos (cambio climático, energías renovables, gestión del agua y protección de la biodiversidad), de la difusión de las nuevas tecnologías de la información y comunicación y de una integración cada vez mayor de la economía mundial (la globalización), lo que se traduce en más competitividad.

Considerando la fragilidad de los territorios rurales para dar por sí solos respuesta a esta nueva situación, el Grupo de Desarrollo Rural del Poniente Granadino, para garantizar el éxito de su Marca y su sustentabilidad, consideró, junto a otras Marcas de Calidad Territorial participantes en este proceso, y en el marco de una cooperación de la Iniciativa Comunitaria Leader, la creación imprescindible de una marca-paraguas común a nivel europeo, que nos diese masa crítica suficiente para llegar mejor a los consumidores, y abaratar los costes de gestión y promoción indispensables para el desarrollo y éxito del proyecto.

En septiembre de 2007, el Grupo de Desarrollo Rural del Poniente Granadino participa en la constitución de la Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea, propietaria de la Etiqueta “Calidad Rural” registrada en la OAMI (Oficina de armonización de Marcas de la Unión Europea)

Considerando que dicha Asociación se dotó de un Reglamento Europeo de la Marca de Calidad Territorial Europea “Calidad Rural”, de un Comité de Gestión y Control, y de una metodología de evaluación de las Marcas Territoriales que desean ostentar la coetiqueta “Calidad Rural”.

Y considerando que las Marcas de Calidad Territorial de España, reunidas en los Velez (Almería), el 14 de octubre de 2009, acordaron como conveniente que se produzca la adaptación de los Reglamentos Generales de cada Marca de Calidad Territorial al Reglamento Europeo de “Calidad Rural”, y que además se establezcan unos mínimos compartidos entre todas las Marcas de Calidad Territorial.

La Asamblea General de la Asociación para el Desarrollo Sostenible del Poniente Granadino, propietaria de la Marca de Calidad Territorial “Poniente Granadino Calidad Rural”, en su reunión del día 13 de diciembre de 2012.

Ha ADOPTADO el presente Reglamento General:

CAPITULO 1º. DEL ÁMBITO DE APLICACIÓN

Artículo 1º-. Área geográfica de la Marca.

La Marca “**Poniente Granadino. Calidad Rural**” podrá ser usada por empresas y entidades con domicilio social en los municipios siguientes: Algarinerjo, Alhama de Granada, Ventas de Zafarraya, Arenas del Rey, Játar, Fornes, Cacín, Huétor Tajar, Illora, Jayena, Loja, Moclín, Montefrío, Moraleda de Zafayona, Salar, Santa Cruz del Comercio, Villanueva Mesia, Zafarraya y Zagra.

No es, sin embargo, excluido que otros municipios, pertenecientes al área de influencia del territorio del Poniente Granadino, puedan adherirse a esta Marca.

CAPITULO 2º DEFINICIÓN, PRINCIPIOS Y VALORES DE LA MARCA “PONIENTEGRANADINO. CALIDAD RURAL”

Artículo 2º-. Definición.

La Marca de Calidad Territorial “**Poniente Granadino. Calidad Rural**” es la respuesta colectiva de todo el territorio del Poniente Granadino a la necesidad de inserción en la lógica de la globalización, mediante la creación de un espacio competitivo, un “producto – territorio”, con el que acudir a los mercados de forma que se pueda garantizar la sostenibilidad a largo plazo del propio territorio. Por tanto, se trata de un instrumento específico que ha supuesto la puesta en marcha, en el territorio del Poniente Granadino, de una estrategia de desarrollo rural con enfoque territorial, integrado y sostenible, basada en la calidad territorial . Entendiendo que la calidad territorial es una calidad que va más allá de la calidad reglamentada y de las denominaciones de origen y que afecta también a la “territorialidad”, ya que se trata de una nueva forma de comportamiento solidario que privilegia la calidad de los lazos entre los hombres y las mujeres, los territorios, los productos, los servicios (ya sean agrícolas, artesanos, turísticos o patrimoniales), los productores y los consumidores. El desarrollo en el que desean participar los agentes de este territorio implica una pluralidad de aspectos indisolubles: económicos, medioambientales, sociales y culturales; tiene en cuenta conjuntamente lo cuantitativo y lo cualitativo; y se trata de un desarrollo con dimensión humana, como un equilibrio dinámico y sostenible entre el medioambiente y las actividades humanas, armonioso y favorable para la salud de las personas.

Artículo 3º-. El Territorio Rural genera bienes de interés público.

Nuestro territorio rural desempeña tanto funciones de producción dirigidas al mercado (por ejemplo, aceite de oliva, carne de cordero, repostería, embutidos, etc.) como otras funciones y servicios que son bienes de interés público, que se generan como externalidades de las funciones productivas (por ejemplo, la conservación del medioambiente, la conservación de la identidad y tradiciones culturales, equilibrio demográfico, la cohesión social y territorial). Estas funciones no económicas queremos que el mercado también las valore a través del instrumento de la Marca de Calidad Territorial.

Artículo 4º-. El argumento aglutinador.

La Marca “Poniente Granadino. Calidad Rural” es el referente colectivo de la estrategia de desarrollo del Territorio del Poniente Granadino, mediante la valorización del conjunto de los productos y servicios locales, ya sean privados o públicos, así como de su patrimonio cultural y natural, agrupados bajo una imagen externa de **“Producto-Territorio” alrededor de su identidad histórica común “La Última Frontera de Al Andalus”**, imagen de la marca de calidad territorial y elemento aglutinador y vertebrador del conjunto del territorio.

La Marca de Calidad Territorial “Poniente Granadino. Calidad Rural” tiene como base un elemento histórico: el Poniente Granadino fue territorio fronterizo en el último siglo del reino nazarí de Granada, lo que da lugar a que el conjunto del territorio del Poniente Granadino pueda ser considerado **“La Última Frontera de Al Andalus”**, **aspecto singular de la historia que da coherencia a nuestra realidad territorial y que se ha tomado como elemento aglutinante de la identidad común (de lo que somos). Un importante legado que desde ahora pretendemos aprovechar**, legado que se manifiesta, en la organización del medio agrícola, en la variedad de productos cultivados, en nuestra gastronomía, en nuestras tradiciones y costumbres, en los conocimientos y modos de producción, en la organización urbana y en nuestro patrimonio cultural y natural.

Artículo 5º-. Proyecto de desarrollo participativo.

La Asociación para el Desarrollo Sostenible del Poniente Granadino deberá contar con un Plan Estratégico del Territorio y con un diagnóstico que lo origina. Dicho Plan dispondrá de un órgano de gestión.

Debe garantizarse la participación de los diferentes agentes del territorio en el proceso de desarrollo, en la planificación y en la gestión de su propia estrategia.

Es un elemento clave para que ésta sea coherente en todas sus fases, desde la etapa de diagnóstico y planificación hasta la ejecución y posterior fase de seguimiento y evaluación. La formación, sensibilización y acompañamiento profesional de todos los agentes implicados debe ser una constante en todo el proceso para favorecer esta participación.

El proyecto de desarrollo, para dar cumplimiento a este principio de participación, requiere de una estructura organizativa que garantice el equilibrio entre el sector público y privado en sus órganos de gestión y decisión, según normas preestablecidas. Igualmente existirán las estructuras técnicas claramente diferenciadas de los órganos de decisión.

Todo agente que desee ser portador de la Marca deberá suscribirla, así como participar en los diferentes seminarios de formación que se organizarán con dicho fin. El principal objetivo de estas actividades será divulgar y debatir los valores culturales, sociales y ambientales que subyacen en el concepto de calidad territorial. En la medida en que estos valores sean adoptados por cada agente, ellos se implicarán en el proyecto y se transformarán en agentes para su difusión en todo el territorio.

Artículo 6º-. La cohesión territorial.

Los componentes de la Asociación para el Desarrollo Sostenible del Poniente Granadino trabajarán a través de la Marca por la cohesión territorial, es decir, por desarrollar armoniosamente el conjunto del espacio del territorio afectado, al margen de la dimensión de los municipios, su localización geográfica o su mayor o menor capacidad de atracción de visitantes, o en función de la red de carreteras. Por tanto, no debe haber zonas jerarquizadas del programa de desarrollo, sino que los ejes de penetración deben girar alrededor de la actividad de redes de explotación de los recursos del territorio que permitan incorporar el máximo del mismo en cada una de ellas, con la creación de productos colectivos territoriales tanto desde el punto de vista turístico como de gestión de los recursos existentes.

Este tipo de productos serán auténticas redes horizontales que promuevan la cooperación entre diferentes agentes económicos, sociales y culturales del territorio.

Artículo 7º-. La cohesión social.

La estrategia de la Marca debe apostar por el fomento de la igualdad de todas las personas en el acceso al desarrollo en sus dimensiones culturales, sociales y económicas, particularmente los grupos sociales desfavorecidos (jóvenes, mujeres, minorías étnicas, inmigrantes, etc.)

El principio implica la promoción de acciones específicas en el territorio a favor de los sectores sociales desfavorecidos, acciones de educación y sensibilización dirigidas a la ciudadanía en general, así como acciones encaminadas a conseguir una representación de asociaciones sociales en las diferentes instancias de gestión y decisión de la Marca como en otras instancias económicas e institucionales.

Artículo 8º-. La sinergia entre las organizaciones.

Se favorecerá las sinergias entre las diferentes entidades y empresas para una mejor puesta en valor de los productos, servicios y el patrimonio del territorio.

La cooperación (entre empresas, sectores y territorios) es un elemento clave en el proceso de calidad territorial.

Este principio supone la creación y puesta en marcha de las condiciones necesarias para la cooperación en red y para que el proceso de calidad territorial sea coherente en todas sus actuaciones de forma que se garantice su permanencia en el tiempo. Acciones de cooperación en este sentido son: encuentros entre diferentes socios en diferentes instancias de concertación, trabajo en común con técnicos de diferentes entidades u organizaciones, trabajo en red entre representantes de los diferentes sectores económicos y sociales, formación de técnicos y de empresarios comunes a varios sectores de actividad o acciones de promoción y comercialización comunes a diferentes sectores.

Artículo 9º-. La solidaridad entre sectores y territorios.

En el proceso de calidad territorial la creación de solidaridades debe ser un aspecto inherente a todas las actuaciones que se pongan en marcha, ya sean acciones de trabajo en común entre productores, sectores o con otros territorios o acciones de comunicación, difusión y promoción.

De esta forma, se persigue un desarrollo compartido entre los grupos sociales del territorio, la cooperación empresarial entre actores de un mismo sector

y entre varios sectores y el establecimiento de vínculos entre productores y consumidores.

Artículo 10º-. La autenticidad de las acciones y de la identidad.

Los conocimientos y el saber-hacer tradicionales son claves para la identificación de nuestro territorio involucrado en el proceso de calidad territorial ya que, entre otras cosas, supone un fortalecimiento de su identidad. El patrimonio (cultural, histórico y natural) es un recurso fundamental para nuestro desarrollo y una importante fuente para fortalecer la capacidad de generación de innovaciones (técnicas, en productos, en formas organizativas, etc.)

Este principio implica diagnosticar el estado del patrimonio histórico y natural a fin de lograr su máxima valorización. En este proceso de búsqueda y acercamiento al acervo cultural, histórico y medioambiental local, las organizaciones de la sociedad civil desempeñan papeles decisivos; y son los únicos que estarían en condiciones de garantizar que la identidad territorial no termina convirtiéndose sólo en un objetivo comercial.

El cumplimiento de este principio, mediante la identificación de elementos de identidad en los reglamentos específicos, del proceso de implantación de la Marca de Calidad Territorial, incluye acciones de acompañamiento, formación y sensibilización dirigidas a las empresas y entidades públicas, para compartir valores, construir y transmitir una imagen común, creando un partenariado con las asociaciones, los habitantes y los consumidores.

Artículo 11º-. La calidad de nuestro paisaje cultural.

Para la Convención Europea del Paisaje, elaborada por el Consejo de Europa, el paisaje “designa cualquier parte del territorio, tal como es percibida por las poblaciones, cuyo carácter resulta de la acción de factores naturales y /o humanos y de sus interrelaciones”.

El paisaje contiene un sentido patrimonial importante. Una buena gestión del paisaje se convierte en sí misma, en un importante recurso del territorio y, por tanto, en factores de desarrollo y calidad de vida.

El uso sostenible de los recursos naturales (agua, suelo, etc.), la biodiversidad y la calidad estética son los que más atención deben recibir en la gestión del paisaje.

El territorio del Poniente Granadino se caracteriza por un paisaje de montañas, vegas y campiñas, junto a una vegetación de bosque y matorral mediterráneo, alberga en su interior el Parque Natural de las sierras de Tejeda, Almijara y Alhama; los Tajos de Alhama; la Sierra de Parapanda; las Sierras de Loja y Polje de Zafarraya; la Cuenca del río Cacín y Genil, en definitiva, ecosistemas de gran valor y abundante agua, que presentan junto a la agricultura diversificada del territorio, una gran cantidad de paisajes de contraste.

El Poniente granadino dispone de una agricultura diversificada, en la que destacan los olivares en cuanto a volumen de producción con la Denominación de Origen de aceite de oliva del “Poniente de Granada”.

Los cereales son el segundo cultivo en extensión, los garbanzos y la veza, suponen el 50% de estos cultivos, el resto son principalmente alfalfa y girasol. También se cultiva el espárrago verde morado (Denominación de Origen del Espárrago de Huétor-Tájar), las hortalizas, y las legumbres. Se resalta la incipiente agricultura ecológica, que ocupa en la actualidad una extensión de algo más de 200 hectáreas.

En cuanto a la ganadería, la cabaña ovina es la más numerosa, resaltando la raza autóctona ovina lojeña, seguida de la cabaña caprina y en menor medida el ganado bovino y el porcino. También se destaca el sector de la piscicultura (trucha, esturión y caviar).

Por último destacar también que el territorio del Poniente Granadino está formado por un conjunto de poblaciones rurales con una herencia importante en sus modelos constructivos y los testimonios de las diferentes culturas que por él pasarón. Por todo ello:

- Se deberá trabajar por la preservación del medioambiente en un territorio con altos valores de espacios naturales protegidos.
- A nivel urbanístico deben existir Planes Generales de Ordenación Urbana en todas las poblaciones, que además de ordenar el uso del suelo, establezcan, con los mayores detalles de concreción, las normas para la protección del patrimonio arquitectónico y urbano, si queremos que éste contribuya al conjunto del desarrollo de las poblaciones en términos turísticos. En el plano estético, los esfuerzos irán dirigidos a la desaparición de redes telefónicas y de electricidad, el tratamiento de fachadas, vías públicas, señales y anuncios, la integración de las cabinas telefónicas y el mobiliario urbano (bancos y jardineras, etc.)

- La conservación del patrimonio es fundamental, puesto que son los lugares de memoria del territorio. Hay que trabajar por el buen estado general de los diferentes castillos y otros monumentos del territorio. El estado actual de las ruinas visibles y visitables no debe degradarse, ya que comportaría importantes riesgos para su conservación en el tiempo, o en cuanto a la seguridad de los visitantes.

Se buscarán medidas de conservación y restauración para el patrimonio rural agropecuario no protegido actualmente (por ejemplo: cortijos, apriscos, eras, molinos de aceite, fuentes, abrevaderos, etc.)

Los diferentes Ayuntamientos se esforzarán en realizar un inventario normalizado del patrimonio, y de poner en marcha los medios necesarios para la restauración de los objetos artísticos de los municipios y la investigación arqueológica.

- La importancia de la conservación del patrimonio tendrá su expresión, además, en la disposición de reglamentos específicos de la Marca de Calidad Territorial “Poniente Granadino. Calidad Rural” de “pueblos o núcleos de población”, “de los lugares de memoria” y de los “centros expositivos”.

Artículo 12º-. La Responsabilidad Social de las empresas y entidades.

Hay que garantizar que las empresas y entidades que portan la Marca sean socialmente responsables y que sus productos o servicios cumplen más allá de los mínimos exigidos por la legislación de aplicación.

Este principio implica que se establecerán en nuestros documentos de gestión (reglamentos específicos), los estándares de calidad que garanticen que las empresas y entidades sean económicamente viables, medioambientalmente sostenibles, y socialmente comprometidas.

La calidad económica incluye aspectos tales como una gestión eficaz, el uso de recursos locales, un marketing responsable, la apuesta por la innovación, y la importancia de los conocimientos y valores tradicionales, para el logro de la competitividad de sus empresas y del territorio en su conjunto.

La calidad ambiental, por su parte, supone la generación de una conciencia de la necesidad de ahorrar agua, energía y materias primas, de gestión adecuada

de residuos, de evitar la contaminación, la compra responsable de insumos, y la integración de sus productos, servicios e instalaciones con el entorno, entre otros aspectos.

La calidad social, implica la necesidad de generar condiciones que garanticen la igualdad de oportunidades, la participación en la toma de decisiones, la formación continua y la generación de mecanismos de competencia leal en su entorno económico, entre otros.

Adicionalmente, los reglamentos específicos establecerán los estándares mínimos que deben cumplir los bienes y/o servicios producidos por las empresas a fin de que sean considerados de calidad, teniendo en cuenta las tradiciones culturales del territorio, la necesidad de una permanente innovación en productos, técnicas y organización; y las demandas actuales y futuras de los consumidores.

Artículo 13º-. Desarrollo Turístico y Cultural.

Tal y como establece el **“Plan de Interpretación de Desarrollo Turístico y Cultural del Poniente Granadino”**, concebimos nuestro territorio como un “Territorio Museo” a cielo abierto, capaz de dar contenido a la idea común de “La Última Frontera de Al Andalus”, y aglutinando el discurso interpretativo central del territorio del Poniente Granadino como “Territorio de Fronteras”. Es decir, hablamos de un “Territorio Museo”, capaz de ser percibido tanto por el habitante como por el visitante desde unas claves de interpretación reconocibles, entendiendo que es necesario dotar al territorio de una lógica compartida, de un discurso común basado en el concepto fundamental ya expuesto: “Territorio de Fronteras”, capaz de ser declinado en diferentes líneas temáticas (ideas/fuerza) atribuibles a cada uno de los principales aspectos distintivos del territorio.

El “Territorio Museo” del Poniente Granadino, bajo el concepto general de “Territorio de Fronteras” se articula (se declina), inicialmente, en torno a seis ejes temáticos:

- **“PG. La última frontera de al-Andalus”** dará cobertura general al discurso histórico del territorio en su principal apreciación distintiva: El Poniente Granadino como escenario de dos modelos enfrentados de comprender el mundo: la cultura andalusí y la cultura renacentista. Es la principal línea temática del territorio.
- **“PG. Los pilares de la frontera”** se refiere a un argumento específico de ese concepto fronterizo: bajo tal denominación argumentamos la presentación de la

arquitectura militar de frontera andalusí: torres atalaya, torres de alquería, castillos y alcazabas.

- **“PG. Frontera entre la Vida y la Muerte”**. No son pocos los vestigios que guarda nuestra tierra relacionados con la forma de afrontar la muerte desde los diferentes momentos históricos. En concreto, el megalitismo constituye un elemento de referencia cultural en nuestra tierra, presente tanto en las áreas más septentrionales como en el entorno del Pantano de Los Bermejales.
- **“P.G. En la frontera de las Ideas”**, sirve para desarrollar un interesante eje temático en torno al modo “fronterizo” en que se relaciona la evolución del pensamiento histórico entre las distintas épocas. Así se definen “interfaces culturales” (o fronteras metafóricas) entre el pensamiento islámico andalusí y el Renacimiento; entre este y el pensamiento barroco; entre este, a su vez, y el propio del neoclasicismo; entre este y el romanticismo... Todas ellas, formas de pensar, representadas en el Poniente Granadino por medio de su patrimonio histórico.
- **“P.G. La Frontera de la luz”**. El territorio del Poniente Granadino, en términos geológicos, se desarrolla sobre un sistema calizo importante, sujeto a procesos de kárstificación relevantes. Como consecuencia de ello, el patrimonio geológico (de subsuelo) del Poniente Granadino puede ser presentado, igualmente, como un atributo de identidad común: cuevas, simas, poljes, fallas... fenómenos desarrollados en plena frontera; la de la luz.
- **“P.G. Una frontera al natural”**, La superficie total del Poniente Granadino participa de tres unidades geomorfológicas bien diferenciadas: las alturas serranas, las vegas y regadíos; y entre ellas, las campiñas de mediana altura, los secanos ondulantes y “fronterizos”. En esa clave es también explicable el paisaje de nuestro territorio, con su medio biótico correspondiente, con sus alteraciones antrópicas inevitables, marcando también la frontera entre el paisaje “natural” y el paisaje “adaptado” por la acción humana.

CAPÍTULO 3º: LOS ELEMENTOS, PROCEDIMIENTOS Y MODALIDADES DE GESTIÓN, ATRIBUCIÓN Y CONTROL DE LA MARCA.

Artículo 14º-. Las Cartas Específicas.

Reglamentos donde se identifican los criterios específicos que deben cumplir las empresas (productoras de bienes y servicios), las entidades públicas y municipios para garantizar los principios de calidad económica, social y ambiental

recogidos en este Reglamento General. Estas normas, se concretan por sectores de actividad y en su contenido deben identificar tanto las normas generales de calidad, referidas al producto o servicio o actividad, como normas generales de calidad ambiental en la actividad productiva o de prestación de servicios, como normas generales de calidad social y económica.

Las Cartas Específicas, una vez redactadas, tienen que ser aprobadas por el Comité de Gestión y Control quien, en su caso, eleva la propuesta de aprobación a la Asamblea General de la Asociación para el Desarrollo Sostenible del Poniente Granadino, entidad propietaria de la Marca.

No se trata de unos documentos estáticos, sino que los Reglamentos o Cartas Específicas están sujetas a todo tipo de variación o modificación, siempre en la línea de alcanzar un mayor nivel de calidad en los productos, servicios o actividades, o pueblos. Los requisitos de las Cartas Específicas pueden actualizarse por la evolución de las normas legales, o la evolución de las exigencias de los mercados y de los consumidores, o la evolución de las propias empresas, entidades, instituciones o municipios, así como por las nuevas necesidades del territorio en el escenario externo.

Cualquier modificación de las Cartas Específicas tiene que ser aprobada por el Comité de Gestión y Control y en última instancia por la Asamblea General de la Asociación para el Desarrollo Sostenible del Poniente Granadino.

Artículo 15º.- Carta Gráfica.

Documento que regula las condiciones de uso de la imagen de la Marca “Poniente Granadino. Calidad Rural”. Este documento, elaborado por un equipo especialista, recoge las características (dimensiones, gama cromática, etc.) de la imagen genérica o logotipo protegido por la marca registrada (en la oficina Española de Marcas y Patentes y en la Oficina de Armonización de Marcas del Mercado Interior de la Unión Europea), y las reglas precisas de adaptación a todos los soportes de la comunicación, promoción y comercialización de los productos, servicios, y actividades con Marca.

Se dispondrá, por tanto, de un Manual de Uso de la Marca, que es el documento que recoge las normas a cumplir para su uso por parte de las empresas o entidades certificadas para ello. Las normas básicas de este Manual son las siguientes:

- a) sólo se podrá hacer uso de la Marca en aquellos productos, servicios y entidades para los que se haya obtenido la certificación.
- b) la Marca deberá usar el tamaño, colores y seguir las indicaciones especificadas en el manual de uso gráfico.

Artículo 16º-. Comité de Gestión y Control de la Marca.

El Comité de Gestión y Control es responsable de proponer o no la concesión de la Marca a los productos, servicios, actividades, recursos, entidades y municipios de acuerdo con las cartas específicas elaboradas para ellos.

Es un órgano eminentemente técnico, el responsable de proponer a la Junta Directiva de la Asociación para el Desarrollo Sostenible del Poniente Granadino la adjudicación de la Marca a productos, servicios, recursos y entidades de acuerdo con las Cartas Específicas elaboradas para ellos.

Este órgano debe tener una estructura claramente definida y un reglamento de funcionamiento, aprobado por la Asamblea General de la Asociación para el Desarrollo Sostenible del Poniente Granadino, en el que quedan detalladas y se regulan sus funciones, su composición, su funcionamiento, así como los mecanismos de evaluación y concesión de uso de la Marca. Entre sus funciones se encuentran:

- a) establecer el Manual de uso de la Marca,
- b) elaborar el listado de productos, servicios y actividades, en cada sector, que pueden ser susceptibles de certificación,
- c) aprobar a las empresas evaluadoras, que emitirán los informes técnicos necesarios de cada solicitante, para la concesión de la Marca y sus posteriores renovaciones,
- d) controlar todo el procedimiento de implantación y concesión, velando en todo momento por el cumplimiento de la Carta General, la Carta Gráfica y las Cartas Específicas para garantizar un uso correcto de la Marca;
- e) nombrar el Comité Científico en caso de ser necesario;
- f) aprobar los diferentes documentos de gestión y sus posteriores modificaciones;

- g) coordinar y participar en actividades a nivel territorial, interterritorial y transnacional que ayuden a la implantación y difusión de la Marca.

Si se estima oportuno se podrá constituir un **“Comité Científico”**, compuesto por especialistas culturales e históricos del territorio que asesoraría al Comité de Gestión y Control sobre determinados aspectos del territorio: culturales, patrimoniales e históricos. Este Comité tiene la función de emitir dictámenes sobre todas las certificaciones que afecten a bienes culturales, patrimoniales e históricos.

Artículo 17-. Procedimiento de implantación, evaluación y certificación de la Marca.

La implantación y gestión de la Marca de Calidad Territorial, como instrumento clave de la estrategia de un territorio, requiere, no sólo de un cuerpo normativo con el que comparar los productos, servicios, eventos, otras actividades y municipios, que deseen obtenerla y promocionarse con ella, sino de un procedimiento claramente establecido que verifique que la empresa, entidad, institución o municipio cumple con los requisitos previamente establecidos en el Reglamento o Carta Específica que le sea de aplicación, de forma que se garantice la transparencia en todas las actuaciones.

Este procedimiento comienza con una solicitud para obtener la Marca Territorial, continúa con una evaluación del cumplimiento de los requisitos exigidos, con la aplicación en su caso de una serie de medidas para corregir las carencias o deficiencias encontradas, y concluye con una revisión del informe de evaluación para decidir si finalmente se concede o no el uso de la Marca Territorial a la empresa, entidad, institución o municipio en cuestión. Así mismo se requiere un compromiso por parte de la empresa, entidad, institución o municipio para cumplir una serie de medidas, que aseguren la continuidad de la calidad en sus tres vertientes, económica, social y ambiental.

En cada una de estas etapas interactúan diferentes actores, entre los que es necesario que se establezca un clima de trabajo y confianza para que el proceso llegue a buen término.

Los actores implicados son:

- a) Las empresas, entidades, instituciones o responsables de los municipios que soliciten la Marca de Calidad Territorial.

- b) El equipo técnico de la entidad promotora de la Marca Territorial.
- c) Las empresas evaluadoras externas, encargadas de realizar la evaluación de las solicitudes y del estado de cumplimiento de los criterios de calidad territorial – económica, social y ambiental – establecidos en los diferentes reglamentos, Carta General y Cartas Específicas.
- d) El Órgano de Gestión y Control, encargado de revisar el informe de evaluación y proponer o no la concesión de la Marca Territorial.
- e) Órgano de Dirección de la entidad propietaria de la Marca Territorial.

Del mismo modo, en cada una de las etapas de este procedimiento se utilizan una serie de documentos, las Cartas Específicas de cada sector y documentos de metodología de las evaluadoras. Resultado de ello se generan otros documentos, como el informe que las evaluadoras realizan para que el Órgano de Gestión y Control decida o no elevar la concesión de la Marca Territorial al Órgano de Dirección de la entidad propietaria de dicha Marca.

CAPÍTULO 4º-. MODIFICACIONES.

Artículo 18-. Modificaciones del Reglamento General.

El presente Reglamento puede ser modificado por la Asamblea General de la Asociación para el Desarrollo Sostenible del Poniente Granadino, a propuesta del Comité de Gestión y Control de la Marca.