

LA MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL "Tierras del Oeste Salmantino. Calidad Rural. Calidad Rural"

Carta General

PREAMBULO

El 28 de Agosoto de 2008 la Asociación para el Desarrollo de la Zona Oeste de Salamanca aprobó la Marca Territorial "Tierras del Oeste Salmantino. Calidad Rural. Calidad Rural" como referente colectivo del territorio situado al oeste de la provincia de Salamanca, que incluye los municipios de Ahigal de los Aceiteros, Ahigal de Villarino, Aldeadávila de la Ribera, Almendra, Bañobarez, Barceo, Barruecopardo, Bermellar, Bogajo, Brincones, Cabeza del Caballo, Cerezal de Peñahorcada, Cerralbo, Cipérez, Cubo de Don Sancho (El), Doñinos de Ledesma, Encina de San Silvestre, Encinasola de los Comendadores, Espadaña, Fregenda (La), Fuenteliante, Guadramiro, Guejuelo del Barro, Hinojosa de Duero, Iruelos, La Mata de Ledesma, Ledesma, Lumbrales, Manzano (El), Masueco, Mieza, Milano (El), Monleras, Moronta, Olmedo de Camaces, Peña (La), Peralejos de Abajo, Peralejos de Arriba, Pereña de la Ribera, Pozos de Hinojo, Puertas, Redonda (La), Saldeana, San Felices de los Gallegos, Sanchón de la Ribera, Sando, Santa María de Sando, Sardón de los Frailes, Saucelle, Sobradillo, Trabanca, Tremedal de Tormes, Valderrdrigo, Valsalabroso, Vidola (La), Villar de Peralonso, Villar de Samaniego, Villares de Yeltes, Villarino de los Aires, Villarmayor, Villarmuerto, Villasbuenas, Villasdardo, Villaseco de los Gamitos, Villavieja de Yeltes, Villaseco de los Reyes, Vilvestre, Vitigudino, Yecla de Yeltes y Zarza de Pumareda (La).

Considerando que los territorios rurales se enfrentan a una nueva situación de disminución paulatina de protección y ayuda tanto de los Estados como de la Unión Europea, y al mismo tiempo a la globalización de los mercados, lo que se traduce en apertura de los mismos, y, por tanto, en más competitividad.

Considerando la fragilidad de los territorios rurales para dar por sí solos respuesta a esta nueva situación, Las Tierras del

Oeste Salmantino. Calidad Rural, para garantizar el éxito de su Marca y su sustentabilidad, considero, 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 y de una Asociación, 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.

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 de la Zona Oeste de Salamanca, propietaria de la Marca de Calidad Territorial “Tierras del Oeste Salmantino. Calidad Rural”, en su reunión del día 30 de Junio de 2010

Ha ADOPTADO el presente Reglamento General:

CAPITULO 1º. DEL ÁMBITO DE APLICACIÓN

Artículo 1º-. Área geográfica de la Marca.

La Marca “**Tierras del Oeste Salmantino. Calidad Rural**” podrá ser usada por empresas y entidades con domicilio social en los municipios siguientes: Ahigal de los Aceiteros, Ahigal de Villarino, Aldeadávila de la Ribera, Almendra, Bañobarez, Barceo, Barruecopardo, Bermellar, Bogajo, Brincones, Cabeza del Caballo, Cerezal de Peñahorcada, Cerralbo, Cipérez, Cubo de Don Sancho (El) , Doñinos de Ledesma, Encina de San Silvestre, Encinasola de los Comendadores, Espadaña, Fregenda (La), Fuenteliante, Guadramiro, Guejuelo del Barro, Hinojosa de Duero, Iruelos, La Mata de Ledesma, Ledesma, Lumbrales, Manzano (El), Masueco, Mieza, Milano (El), Monleras, Moronta, Olmedo de Camaces, Peña (La), Peralejos de Abajo, Peralejos de Arriba, Pereña de la Ribera, Pozos de Hinojo, Puertas, Redonda (La), Saldeana, San Felices de los Gallegos, Sanchón de la Ribera, Sando, Santa María de Sando, Sardón de los Frailes, Saucelle, Sobradillo, Trabanca, Tremedal de Tormes, Valderrdrigo, Valsalabroso, Vidola (La), Villar de Peralonso, Villar de Samaniego, Villares de Yeltes, Villarino de los Aires, Villarmayor, Villarmuerto, Villasbuenas, Villasdardo, Villaseco de los Gamitos, Villavieja de Yeltes, Villaseco de los Reyes, Vilvestre, Vitigudino, Yecla de Yeltes y Zarza de Pumareda (La).

No es, sin embargo, excluido que otros municipios, pertenecientes al área de influencia de Las Tierras del Oeste Salmantino. Calidad Rural, puedan adherirse a esta Marca.

CAPITULO 2º DEFINICIÓN, PRINCIPIOS Y VALORES DE LA MARCA “TIERRAS DEL OESTE SALMANTINO. CALIDAD RURAL”

Artículo 2º. Definición.

La Marca de Calidad Territorial “**Tierras del Oeste Salmantino. Calidad Rural**” es un instrumento para la puesta en marcha en la comarca 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 indisociables: económicos, 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 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, 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 "Tierras del Oeste Salmantino. Calidad Rural" es el referente colectivo de la estrategia de desarrollo del Oeste Salmantino, que incluye la valorización de su patrimonio arquitectónico, natural, cultural, bienes y servicios de los municipios marcados por la frontera hispano portuguesa y su área de influencia, y le sirve para reforzar su identidad, convirtiéndolo en el argumento sobre el cual se articula la Marca.

Artículo 5º. Proyecto de desarrollo participativo.

ADEZOS 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 ADEZOS 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 explotación 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 comarcales 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 de la comarca.

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 de la comarca.

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 medioambiental) 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 medioambiental 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.

Las Tierras del Oeste Salmantino. Calidad Rural se caracteriza por una zona de desfiladeros, denominados Las Arribes y por otra de plenillanura, caracterizada por la dehesa, estando salpicados por una red 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 con el 48% del territorio declarados Red Natura 2000 por la Unión Europea.*
- *A nivel urbanístico deberán 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. Se buscarán medidas de conservación y restauración para el patrimonio rural agropecuario no protegido actualmente (por ejemplo: lavaderos, apriscos, chozos molinos, 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 "Tierras del*

Oeste Salmantino. Calidad Rural" de pueblos o núcleos de población y de los lugares de memoria tradicional.

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 consciencia 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-. Acción cultural.

El programa de desarrollo de las Tierras del Oeste Salmantino. Calidad Rural se fortalecerá con la puesta en marcha de manifestaciones culturales. Se dispondrá de los criterios cualitativos en su reglamento específico de "fiestas y eventos culturales", que permitan certificar los mejores de entre ellos en el ámbito de las artes plásticas, la música, las fiestas populares, el teatro, etc.

Los Ayuntamientos velarán por la emergencia y la programación de estas manifestaciones.

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 Junta Directiva de la Asociación que las aprobará o denegará, siendo aprobadas o

ratificadas, posteriormente, por la Asamblea General de ADEZOS, entidad propietaria de la Marca.

No se trata de unos documentos estáticos, sino que las 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, aprobado por la Junta Directiva y en última instancia, aprobada o ratificada, por la Asamblea General de ADEZOS.

Artículo 15º.- Carta Gráfica.

Documento que regula las condiciones de uso de la imagen de la Marca "Tierras del Oeste Salmantino. 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 y marcas 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.

Para la gestión existen, fundamentalmente, dos órganos: 1) **el Comité de Gestión y Control** y 2) **el Comité Científico**. El primero es responsable de proponer o no la concesión de la Marca de los productos, servicios, actividades, recursos y municipios de acuerdo con las cartas específicas elaboradas para ellos. El segundo, compuesto por especialistas culturales e históricos del territorio, asesora al Comité de Gestión y Control sobre determinados aspectos del territorio: culturales, patrimoniales e históricos.

1-. Comité de Gestión y Control. Es un órgano eminentemente técnico, el responsable de proponer a la Junta Directiva de ADEZOS su adjudicación a productos, servicios y recursos 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 Junta Directiva de la Asociación y aprobado o ratificado por la Asamblea General de ADEZOS, 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.

2- Comité Científico. Compuesto por especialistas e investigadores culturales e históricos del territorio, asesora al Comité de Gestión y Control sobre determinados aspectos del territorio: culturales, patrimoniales, e históricos. Sobre todo es muy útil para la explotación turística de los museos y recursos culturales.

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 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 la Carta Específica que le sea de aplicación, de forma que se garantice 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 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 Junta Directiva de la Asociación, a propuesta del Comité de Gestión y Control de la Marca, siendo aprobado o ratificado, posteriormente, por la Asamblea General de ADEZOS,.