



MARCA



LA SIBERIA RESERVA DE LA BIOSFERA





ÍNDICE

CAPÍTULO I. OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN.....	4
Artículo 1.- Objeto del reglamento.	4
Artículo 2. Definición de la Marca LSRB.	4
Artículo 3.- Titular y propietario de la Marca LSRB.	4
Artículo 4.- Ámbito de Aplicación.	5
CAPÍTULO II. RÉGIMEN DE USO.....	5
Artículo 5.- Régimen jurídico.	5
Artículo 6.- Usuarios de la Marca.	5
Artículo 7.- Condiciones de Uso.	6
Artículo 8.- Requisitos de concesión de la licencia de uso.	7
Artículo 9.- Canon de utilización.	7
Artículo 10.- Obligaciones de los usuarios.	8
Artículo 11.- Derechos de los usuarios	8
CAPÍTULO III. PRODUCTOS AMPARADOS.....	9
Artículo 12.- Productos.	9
CAPÍTULO IV. PROCEDIMIENTO DE CERTIFICACIÓN DE LA MARCA LSRB	10
Artículo 13.-Solicitud.	10
Artículo 14.- Determinación del cumplimiento de requisitos.	11
Artículo 15.- Resolución de la autorización	11
Artículo 16.- Registro de Productos y Servicios Autorizados.	12
Artículo 17.- Compromisos.	12
CAPÍTULO V. DURACIÓN Y CADUCIDAD DE LA AUTORIZACIÓN.....	15
Artículo 18.- Duración.	15
Artículo 19.-Caducidad.	15
CAPÍTULO VI. MEDIDAS DE CONTROL, VIGILANCIA Y SANCIONES.....	15
Artículo 20.- Control administrativo de la calidad.	15
Artículo 21.- Control del uso de la marca.	16
Artículo 22.- Responsabilidades.	17
Artículo 23.-Infracciones.	17
Artículo 24.- Sanciones.	18



CAPÍTULO VII. ETIQUETADO DEL PRODUCTO..... 19

Artículo 25.- Imagen de la Marca..... 19

Artículo 26.- Emisión de etiquetas..... 19

CAPÍTULO VIII. MODIFICACIÓN DEL REGLAMENTO 20

Artículo 27.- Modificaciones..... 20

DISPOSICIÓN ADICIONAL..... 20

ANEXO I. COMPROMISOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL 21

ANEXO II. PRINCIPIOS RECOGIDOS EN EL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS. 22



CAPÍTULO I. OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN.

Artículo 1. -Objeto del reglamento.

El presente Reglamento tiene por objeto fijar las condiciones de uso de la Marca y Logotipo **La Siberia Reserva de la Biosfera**, en adelante “**Marca LSRB**”, las normas y requisitos para la obtención de la autorización del uso de la Marca LSRB, el procedimiento de autorización y las condiciones bajo las que puede utilizarse.

Artículo 2. Definición de la Marca LSRB.

La Marca LSRB es un distintivo de identidad cuya imagen se compone de dos elementos: logotipo y símbolo. El logotipo es “Reserva de la Biosfera de La Siberia” y se acompaña de un símbolo que representa el agua, la fauna y la naturaleza, los elementos más característicos del territorio en color verde y azul.

Se crea con la finalidad de diferenciar, añadir valor, promocionar y difundir los recursos locales, productos y servicios que potencien las actividades económicas tradicionales y la economía social en el marco de la sostenibilidad del territorio amparado.

Las normas de aplicación para el uso de la Marca, así como sus formatos, dimensiones, tipología, color y diferentes configuraciones, se describen de forma detallada en el **Manual de Identidad Gráfica de la Marca “La Siberia Reserva de la Biosfera”**.

Artículo 3.- Titular y propietario de la Marca LSRB.

1. El titular de la Marca LSRB y su logotipo, según Título de Propiedad expedido por la Oficina Española de Patentes y Marcas, es, a todos los efectos, la **Asociación Centro de Desarrollo Rural La Siberia**, en adelante **CEDER “La Siberia”**, y por ello tiene capacidad de administrarla y autorizar su uso conforme a los requisitos que se establecen en este reglamento, así como aquellos que en el futuro pudiera acordar.
2. Para la gestión de la Marca LSRB, el CEDER La Siberia designará un Órgano Gestor, formado por los técnicos que estime oportuno designar para este fin.
3. La protección de la marca y el logotipo se realizará con arreglo a lo dispuesto en la Ley de Marcas y su correspondiente reglamento.





4. La autorización de uso de marca y logotipo LSRB, se regirá por lo dispuesto en el presente Reglamento. Así mismo, serán de aplicación las disposiciones autonómicas y estatales que correspondan en razón de la materia.

Artículo 4.- Ámbito de Aplicación.

Quedarán amparados bajo la Marca LSRB, los recursos locales, productos y servicios autorizados que cumplan con las especificaciones del presente Reglamento, los requisitos indicados en los Pliegos de Condiciones correspondientes y demás normas complementarias y que estén exclusivamente vinculados al territorio incluido en la Reserva de la Biosfera de La Siberia.

CAPÍTULO II. RÉGIMEN DE USO.

Artículo 5.- Régimen jurídico.

El régimen jurídico de la marca y el logotipo será el establecido en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de marcas, y en su Reglamento (Real Decreto 687/2002, de 12 de julio), así como en las restantes disposiciones estatales y autonómicas aplicables en razón de la materia. Su uso se regirá por lo dispuesto en el presente Reglamento de Uso y por los acuerdos y disposiciones que en interpretación y ejecución de éste adopte el Órgano Gestor.

Artículo 6.- Usuarios de la Marca.

1. Podrán hacer uso de la Marca y el Logotipo LSRB los productores, establecimientos y entidades que tengan suscrito con el CEDER La Siberia, el correspondiente **Contrato de Autorización de Uso de la Marca y Logotipo La Siberia Reserva de la Biosfera.**
2. Quedarán exentos de los requisitos exigidos en el apartado anterior las entidades miembros de la Asociación Centro de Desarrollo Rural La Siberia, la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Extremadura, la Diputación de Badajoz y la Administración General del Estado, siempre que el Logotipo y/o la Marca LSRB sea utilizado para fines promocionales, culturales y divulgativos del territorio, sin beneficio económico o de lucro.



Artículo 7.- Condiciones de Uso.

1. La marca y el logotipo deberá tener las características establecidas en el correspondiente título de propiedad, expedido por la Oficina Española de Patentes y Marcas, revistiendo la forma y descripción detallada en el **Manual de Identidad Gráfica de la Marca “La Siberia Reserva de la Biosfera”** y será utilizado y reproducido con arreglo a las instrucciones contenidas en él.
2. No podrá hacerse uso del logotipo, total o en parte, sin contar con la licencia de uso para el producto o servicio de que se trate.
3. La marca se usará en su integridad, es decir, con todas las palabras y elementos que la componen, en el mismo orden y con la tipografía que se acuerde por parte del Órgano Gestor de acuerdo al **Manual de Identidad Gráfica de la Marca “La Siberia Reserva de la Biosfera”**.
4. La marca no se podrá aplicar a ningún otro recurso local, producto, bien y servicio que no figure al amparo de la marca, ni transferir la licencia de uso de la marca a terceros. Tampoco se utilizarán nombres, marcas, términos, expresiones, signos o distintivos que, debido a su similitud fonética o gráfica con los protegidos, puedan provocar confusión al consumidor final.
5. La marca solamente podrá utilizarse de manera accesoria y nunca a título principal o sustitutivo de la propia marca del cesionario. En particular, la marca y logotipo **La Siberia Reserva de la Biosfera** no podrá tener una dimensión igual o mayor a la marca del recurso local ni estar colocada en un lugar tan predominante que pueda inducir a error sobre su verdadera naturaleza.
6. En caso de los productos, la marca habrá de ir asociada al producto para la que se concedió, no al fabricante que lo produce.
7. En el caso de los servicios, la marca estará asociada al servicio para el que se solicitó, no a los productos empleados para la prestación del mismo.
8. Se considerará uso abusivo de la marca su utilización en:
 - a) Productos o servicios para los que no haya sido concedida la licencia.
 - b) Productos o servicios cuya licencia de uso de la marca esté suspendida temporalmente o revocada.



Artículo 8.- Requisitos de concesión de la licencia de uso.

Para obtener la autorización de uso de Marca LSRB, las personas físicas o jurídicas que lo soliciten deberán cumplir los siguientes requisitos generales, independientemente del sector al que pertenezcan:

- a. Cumplir con cumplir con la legislación específica que le sea de aplicación, así como contar con los permisos, licencias y autorizaciones correspondientes.
- b. Igualmente será obligatorio cumplir con la legislación ambiental específica, así como contar con los permisos, licencias y autorizaciones correspondientes.
- c. Será obligatorio cumplir con la legislación social y laboral que le sea de aplicación, así como contar con los permisos, licencias y autorizaciones correspondientes.
- d. Cumplir con la Responsabilidad Social, por este motivo es necesario que la empresa adquiera una serie de compromisos para gestionar su impacto económico, social y ambiental en la zona de la Reserva de la Biosfera La Siberia. Los compromisos se detallan en el **Anexo I** y son de aplicación para todas las empresas que quieran certificarse con esta marca.
- e. Favorecer la contratación de personas empadronadas en los municipios que integran la Reserva de la Biosfera de La Siberia.
- f. Favorecer el uso de materias primas y productos locales en los procesos productivos o servicios para los cuales se solicita la autorización de uso de la Marca LSRB.
- g. Aportar la información necesaria para la elaboración de los distintos informes y memorias relativos a la sostenibilidad y someterse a las auditorias de inscripción y mantenimiento de evaluación de la Marca.
- h. Canon de utilización: El uso de la marca y logotipo devengará el correspondiente canon, fijado anualmente, a favor del Órgano Gestor por la tasa o precio vigente, al tiempo de suscribirse el Contrato de Autorización de Uso.

Artículo 9.- Canon de utilización.

1. El uso de la marca y logotipo devengará el correspondiente canon, fijado anualmente, a favor del Órgano Gestor por la tasa o precio vigente, al tiempo de suscribirse el Contrato de Autorización de Uso.





2. Dicho canon se reflejará a través de un formato específico “Canon de utilización” y deberá estar accesible a toda aquella persona interesada en su consulta.

Artículo 10.- Obligaciones de los usuarios.

Mediante la suscripción del Contrato de Autorización de Uso de la Marca La Siberia Reserva de la Biosfera, por las personas naturales o jurídicas autorizadas, éstas quedan sujetas a:

- a. Cumplir y garantizar en todo momento los requisitos exigidos en el presente Reglamento.
- b. Cumplir las resoluciones que adopte el Órgano Gestor en el marco de sus competencias.
- c. Comunicar al Órgano Gestor, cualquier modificación de los datos incluidos en el Contrato de Autorización de Uso de la Marca, o cambios producidos como cese temporal o definitivo en la producción del producto o la prestación del servicio.
- d. Cuando la marca fuera revocada, el titular de la licencia de uso dejará de hacer uso de la misma. Así mismo, tendrá que retirar de su documentación pública cualquier referencia a la marca.
- e. Cumplir con las obligaciones económicas concernientes al canon de uso de la marca y logotipo.
- f. Colaborar en las tareas de control y verificación establecidas, facilitando el acceso a sus instalaciones y aportando la documentación que les fuese requerida.
- g. Cumplir con las directrices señaladas en los pliegos específicos que regularán las características que deben reunir cada uno de los recursos locales, productos, bienes y servicios susceptibles de usar esta marca.

El Ceder La Siberia podrá ejercer las acciones civiles y penales pertinentes contra quienes sin haber suscrito el correspondiente contrato utilicen la marca, el logotipo u otros similares, que puedan inducir a error.

Artículo 11.- Derechos de los usuarios

Los derechos de los usuarios de la Marca LSRB son:

- a. Usar la Marca LSRB en la publicidad del recurso local, producto o servicio bajo las condiciones recogidas en Manual de Identidad Gráfica.





- b. Usar la Marca LSRB en las etiquetas del producto bajo las condiciones recogidas en Manual de Identidad Gráfica.
- c. Usar la Marca LSRB en los establecimientos prestatarios de servicios bajo las condiciones recogidas en Manual de Identidad Gráfica.
- d. Aparecer en el Registro de Usuarios de la Marca LSRB y beneficiarse de las acciones publicitarias y promocionales conjuntas que realice la Asociación Centro de Desarrollo Rural La Siberia, CEDER “La Siberia”, y las entidades con las que ésta llegue a acuerdos.
- e. Vender los productos y servicios acreditados en las tiendas o puntos de venta habilitados por la Asociación Centro de Desarrollo Rural La Siberia, CEDER “La Siberia”, y con las que se firmen convenios a tal efecto.

CAPÍTULO III. PRODUCTOS AMPARADOS

Artículo 12.- Productos.

1. Podrán ampararse en la marca y el logotipo LSRB aquellos productos y servicios conformes al presente Reglamento y a los pliegos específicos correspondientes. Se dividen en las siguientes categorías:
 - a. Recursos locales.
 - b. Productos agroalimentarios.
 - c. Productos y servicios turísticos.
 - d. Otros productos y servicios.
2. La Marca LSRB es compatible con otros tipos de certificación, de carácter público o privado, siempre y cuando se cumplan con los requisitos recogidos en el presente Reglamento, Pliego de Condiciones específico y demás documentación complementaria.
3. La Marca y Logotipo LSRB, sólo podrá ser utilizada por las personas físicas o jurídicas autorizadas expresamente, en las condiciones y formas específicas que se señalen en el Contrato de Autorización de Uso de la Marca y Logotipo y para los recursos locales, productos, bienes o servicios concretamente autorizados. Los términos de esta autorización se interpretarán de manera restrictiva.



CAPÍTULO IV. PROCEDIMIENTO DE CERTIFICACIÓN DE LA MARCA LSRB

Artículo 13.-Solicitud.

1. Las personas físicas o jurídicas que deseen adherirse a la Marca, deberán presentar la solicitud de uso de la Marca, debidamente cumplimentada y firmada, dirigida al Órgano Gestor. Se usará el modelo “Documento de solicitud” del presente Reglamento de Uso, y se presentará por registro, bien personalmente en las oficinas del CEDER La Siberia, ubicadas en calle del Polideportivo s/n en Herrera del Duque o mediante sede electrónica.
2. Junto a la Solicitud se presentará la siguiente documentación:
 - a. Memoria descriptiva de la actividad desarrollada por la empresa solicitante y del recurso local, producto, bien o servicio para el que aspiran a la utilización de la marca y logotipo.
 - b. Escritura de constitución o documento que acredite su personalidad.
 - c. NIF o CIF del titular y/o representante.
 - d. Certificación de estar al corriente en las obligaciones tributarias y de la seguridad social.
 - e. En caso de productos agroalimentarios, Número de Registro Sanitario de Alimentos y Carnet de Manipulador de Alimento.
 - f. En caso de empresas turísticas, el número de inscripción en el Registro General de Empresas y Actividades Turísticas de la Junta de Extremadura.
 - g. Declaración responsable sobre el origen de la materia prima utilizada en la elaboración de los productos que llevarán la Marca y la producción anual.
 - h. Licencia, Número de Registros, autorizaciones o permisos necesarios para el desarrollo de la actividad de que se trate.
 - i. Declaración responsable del cumplimiento de los requisitos generales y específicos que sean de aplicación.
 - j. Declaración responsable que cumple la normativa sectorial que le corresponde, la cual no prevé ninguna incompatibilidad para acceder a la obtención del uso de la marca.
 - k. Declaración responsable que cumple la responsabilidad social.



- I. El órgano gestor, designado por el Ceder La Siberia, podrá solicitar cualquier otra información complementaria que estime conveniente.

Artículo 14.- Determinación del cumplimiento de requisitos.

1. El personal técnico del Órgano Gestor examinará y comprobará el cumplimiento de los requisitos exigidos para el uso de la marca:
 - a. A través del análisis de la documentación aportada junto a la solicitud.
 - b. A través de visitas de los lugares e instalaciones de generación de los recursos locales solicitantes, si procede.
 - c. A través de análisis de los propios productos, si procede.
2. Una vez que la documentación esté completa, conforme a lo dispuesto en el presente reglamento, el Órgano Gestor, designará al técnico competente para realizar la visita/auditoria. El solicitante deberá facilitar al técnico designado para tal efecto el acceso a sus instalaciones y dependencias vinculadas al recurso, así como proporcionarle cualquier muestra, documento o información que le solicite.
3. Se realizará una visita/auditoría a las instalaciones de la empresa por el técnico competente designado por el Órgano Gestor. Esta visita/auditoría tendrá por objeto evaluar *in situ* la conformidad de los productos, bienes o servicios sobre los que se solicita la autorización, en relación con los requisitos establecidos en este Reglamento General y el Pliego Específico de Condiciones que le corresponda por el tipo de producto, bien o servicio de que se trate. Antes de efectuar la visita/auditoría se le comunicará al titular del producto, bien o servicio solicitante la fecha, lugar y persona que realizará la misma.
4. En base a los resultados de los análisis anteriores, se emitirá un informe técnico no vinculante de propuesta de autorización de la marca, en que se recogerán tanto las conformidades como las desviaciones (no conformidades) detectadas, junto con el Plan de Acciones Correctoras propuestas, en su caso, por el titular del producto, bien o servicio.

Artículo 15.- Resolución de la autorización

1. El Órgano Gestor evaluará el Informe de Visita/Auditoría y, si existiesen no conformidades, el Plan de Acciones Correctoras propuesto por el peticionario, y



comprobado el cumplimiento de los requisitos exigidos en el presente Reglamento y en el Pliego de Condiciones correspondiente, se emitirá una resolución que podrá contener alguno de los siguientes acuerdos:

- a. Conceder la autorización.
 - b. Conceder la autorización y, tras ello, llevar a cabo una visita/auditoría extraordinaria.
 - c. No conceder la autorización hasta la realización de una visita/auditoría extraordinaria con resultados satisfactorios.
2. Si no se autoriza el uso de la Marca, se comunicará al solicitante que su solicitud no ha sido aceptada y se dará un plazo de un mes para subsanar los requisitos incumplidos por parte de la entidad.
 3. Si se autoriza, se comunicará al solicitante que su solicitud ha sido aceptada y el CEDER La Siberia autorizará al solicitante mediante la suscripción del correspondiente **“Contrato de Autorización de Uso de la Marca y La Siberia Logotipo Reserva de la Biosfera”**.
 4. Las condiciones bajo las que se otorga la autorización de uso se recogen en dicho Contrato.

Artículo 16.- Registro de Productos y Servicios Autorizados.

Se configurará un Registro de Productos y Servicios Autorizados, donde se le asignará un número identificativo para cada uno de ellos, y se recogerán en cada caso el nombre del titular del producto, bien o servicio autorizado, el CIF/DNI, el nombre de su representante y su DNI, su dirección, el tipo de producto y/o servicio que elabora y/o presta, variedades del mismo, fecha de autorización inicial, fecha de visitas/auditorías, fecha de prórrogas.

Artículo 17.- Compromisos.

Mediante la firma del contrato de autorización para el uso de la marca y logotipo **La Siberia Reserva de la Biosfera** las partes adquieren una serie de derechos y de obligaciones:

1. A los efectos del presente Reglamento se considerarán obligaciones del CEDER La Siberia para con los productos, bienes o servicios autorizados a usar la misma, las siguientes:
 - a. Mantener vigente esta marca en el Registro de Patentes y Marcas y velar por su salvaguarda.





- b. Promocionar y difundir los productos y servicios autorizados a usar la referida Marca y Logotipo La Siberia Reserva de la Biosfera.
 - c. Prestar asesoramiento personalizado respecto a la presentación del producto, líneas de subvención, oportunidades de mercado, etc.
 - d. Organizar las visitas/auditorías, las iniciales y las periódicas de revisión.
 - e. Considerar cada producto, bien o servicio individualmente atendiendo a sus singularidades concretas.
 - f. Convocar reuniones informativas periódicas.
 - g. Organizar y desarrollar acciones formativas que contribuyan a mejorar la claridad y la promoción de los productos autorizados.
 - h. Usar la información facilitada por los titulares de los productos, bienes o servicios a los únicos efectos de la tramitación de la autorización para el uso de la referida marca y logotipo.
 - i. A los suscriptores del contrato de autorización de uso de la marca y el logotipo deberá facilitarse una copia del presente Reglamento y del correspondiente Pliego de Condiciones, los cuales firmarán un ejemplar de los mismos que quedará en poder del CEDER La Siberia. Los preceptos del presente Reglamento se considerarán integrados en el contrato de autorización de uso, participando de su fuerza convencional, sin perjuicio de la que como preceptos reglamentarios le corresponda.
2. Igualmente, se considerarán como obligaciones por parte de los titulares de los productos, bienes o servicios autorizados:
- a. Cumplir con las normas de la Marca LSRB que le sean de aplicación mientras la Autorización esté en vigor e informar al **Órgano Gestor**, si se detecta algún incumplimiento de la misma.
 - b. No suministrar productos o prestar servicios no conformes con las especificaciones de calidad definidas, debiéndose identificar, controlar y dar el tratamiento adecuado. El tratamiento de los productos y servicios no conformes consistirá en una o más de las siguientes actividades:
 - i. Tomando acciones para eliminar la no conformidad detectada.



- ii. Someterse a una nueva verificación para demostrar su conformidad con las especificaciones de calidad definidas.
 - iii. Tomando acciones para impedir su uso o aplicación originalmente prevista.
- c. Facilitar al Órgano Gestor toda la documentación, información y medios precisos para la prestación del servicio de certificación, garantizando que la documentación entregada es completa, veraz y fiable en todo momento.
- d. No utilizar ningún documento o informe emitido por el **Órgano Gestor**, ni parte de los mismos, de manera engañosa.
- e. Comunicar por escrito al Órgano Gestor:
 - i. Los ceses temporales o definitivos de la producción del producto o de la prestación del servicio por cese de actividad, traslado de instalaciones u otra justificación.
 - ii. Las modificaciones en el producto suministrado o del servicio prestado.
 - iii. Las modificaciones en los procesos o instalaciones que pueden afectar a la conformidad del producto o del servicio, al alcance de la autorización o a las condiciones contractuales.
 - iv. Los cambios de figura jurídica o de razón social de los titulares de los productos, bienes o servicios autorizados.
 - v. Los cambios de titularidad de los productos, bienes o servicios autorizados.
 - vi. Las incidencias acontecidas, incluido cualquier procedimiento administrativo o judicial, que pueden afectar a la conformidad del producto, bien o servicio autorizado.
- f. Poner a disposición de los Técnicos de la Marca, un registro de las reclamaciones de sus clientes sobre los productos y/o servicios autorizados, incluyendo las acciones correctoras a que tales reclamaciones dieran lugar.
- g. En caso de suspensión, retirada o renuncia de la Autorización, el titular del producto, bien o servicio autorizado estará obligada a:
 - i. No utilizar copias o reproducciones de la autorización.



- ii. Retirar de sus productos y/o servicios, documentación, publicidad o datos cualquier referencia a la autorización.
- iii. Efectuar los pagos correspondientes a los gastos derivados de la autorización, en base a las tarifas de aplicación en cada momento.

CAPÍTULO V. DURACIÓN Y CADUCIDAD DE LA AUTORIZACIÓN

Artículo 18.- Duración.

El derecho de uso de la marca y logotipo **La Siberia Reserva de la Biosfera** tendrá una duración limitada, tres años a contar desde la fecha del correspondiente contrato de autorización, siempre y cuando se cumplan los requisitos establecidos y así se refleje en las visitas/auditorías de seguimiento y no se haya retirado la autorización por alguno de los motivos también recogidos en el presente Reglamento, si bien podrá renovarse mediante la suscripción de un nuevo contrato por el mismo plazo.

Artículo 19.-Caducidad.

El derecho de uso de la Marca y Logotipo La Siberia Reserva de la Biosfera caducará automáticamente:

- a. Por sanción o acuerdo de pérdida.
- b. Por el transcurso del plazo de duración del mismo, sin perjuicio de la posibilidad de renovación.
- c. Por quiebra, suspensión de pagos, concursos de acreedores, liquidación, fusión o absorción del cesionario.
- d. Por su transmisión inter vivos, sin la realización de un nuevo contrato.

CAPÍTULO VI. MEDIDAS DE CONTROL, VIGILANCIA Y SANCIONES

Artículo 20.- Control administrativo de la calidad.

1. La Asociación Centro de Desarrollo Rural La Siberia, en adelante CEDER “La Siberia” a través del Órgano Gestor de la Marca LSRB tiene que controlar las condiciones y el origen



de las materias que componen los recursos locales, productos, bienes o servicios amparados por la marca y el logotipo, para que no se deteriore la imagen ni el prestigio del símbolo en perjuicio de las demás personas usuarias y de los productos.

2. A los efectos prevenidos en el punto anterior, las personas o entidades usuarias de la marca y el logotipo deben facilitar al Órgano Gestor, en el momento que se les requiera, las comprobaciones y los datos necesarios para corroborar que se mantienen las condiciones iniciales de concesión de la autorización de uso de la marca y el logotipo en los recursos locales, productos, bienes o servicios autorizados.
3. Cada año se hará un control aleatorio del total de los recursos locales, productos, bienes y servicios amparados por la marca y el logotipo La Siberia Reserva de la Biosfera, y también se llevarán a cabo controles ante las reclamaciones presentadas por terceros o denuncias.

Artículo 21.- Control del uso de la marca.

1. El uso de la marca será sometido a un procedimiento de control externo realizado por el titular de la marca o por un organismo de control designado por el mismo, con el fin de garantizar que todos los usuarios de la marca LSRB cumplen con los requisitos recogidos en el presente Reglamento y en los pliegos específicos.
 - a. Si en el transcurso de la inspección se detectase alguna irregularidad o infracción, se iniciará un procedimiento sancionador por parte del titular de la Marca LSRB. El propio proceso de inicio podrá suponer la suspensión cautelar del uso de la marca hasta que se obtenga una resolución concerniente al hecho incoado.
 - b. En vistas de las actuaciones practicadas se formulará un Pliego de Cargos en el cual se expondrán los hechos imputados y la sanción propuesta, el cual se le comunicará al interesado para que formule sus alegaciones en el plazo de 15 días hábiles.
2. El CEDER La Siberia, podrá controlar las condiciones y origen de las materias primas que componen los recursos locales, productos, bienes o servicios amparados por la marca y el logotipo La Siberia Reserva de la Biosfera, con objeto de que no se deteriore la imagen, ni el prestigio del símbolo en perjuicio de los demás usuarios y de los productos de La Siberia en general.



Artículo 22.- Responsabilidades.

1. Corresponde al productor o elaborador, salvo prueba en contrario, la responsabilidad inherente a la identidad, integridad, calidad y composición del producto contenido en envase cerrado y no deteriorado. Igualmente, será responsable del material utilizado para la fabricación del envase y de los residuos que pueda desprender éste y afecten al producto.
2. En el caso de los productos artesanos, aun cuando el producto no se presente al mercado en envase cerrado, será responsabilidad del artesano velar por la identidad, calidad, composición y seguridad del producto que elabora y presente al mercado, de acuerdo al fin al que se destine cada uno de ellos.

Artículo 23.-Infracciones.

1. Se considerarán infracciones:
 - a. Los incumplimientos de la normativa de producción, sanitaria, técnica, comercial o de consumo que afecten a los recursos locales, productos, bienes o servicios amparados por la marca y logotipo.
 - b. Degradación de los productos autorizados.
 - c. Falsedad en las declaraciones del cesionario sobre el origen o calidad de los recursos locales.
 - d. Inobservancia de lo dispuesto en este Reglamento en cuanto a las características y emplazamiento del logotipo.
 - e. Empleo de etiquetas, símbolos, emblemas, leyendas publicitarias o cualquier otro tipo de propaganda que incluya la marca y logotipo sin aprobación expresa de su titular.
 - f. Empleo de la marca o logotipo en recursos locales no amparados por el contrato.
 - g. Obstrucción de la actividad inspectora del titular de la marca.
 - h. El no uso de la marca o logotipo durante un período superior a nueve meses.
 - i. La falta de pago, salvo exención, del canon de utilización.
 - j. El empleo de la marca o logotipo después de caducado el derecho de uso.
 - k. El incumplimiento de las sanciones impuestas con arreglo a este Reglamento.
 - l. La inobservancia de la suspensión del derecho de uso acordada cautelarmente.



- m. Cualquier otra sanción u omisión del cesionario que pueda causar daño o desprestigio grave a la marca y logotipo.
 - n. Cualquier otra vulneración de lo dispuesto en el presente Reglamento.
2. Las infracciones prescribirán a los dos años contados a partir del momento de su comisión.

Artículo 24.- Sanciones.

1. El incumplimiento por parte de los titulares de los productos, bienes o servicios autorizados del Reglamento de Uso de la **Marca La Siberia Reserva de la Biosfera** o de sus condiciones contractuales específicas, puede ser objeto de sanción, para lo cual se tendrá en cuenta la gravedad del incumplimiento y la reiteración en el mismo.
2. Se establecen las siguientes sanciones:
 - a. Suspensión de hasta un año, o hasta que cese la infracción y de un tiempo adicional máximo de seis meses, para todos los productos o servicios, o para alguno o algunos determinados.
 - b. Pérdida del derecho de uso, o la imposibilidad de ser cesionario de la marca y logotipo, para todos los recursos locales, productos, bienes o servicios, o para alguno de ellos.
3. Para graduar la infracción se tendrá en cuenta:
 - a. Haber afectado la infracción a recursos locales, productos, bienes o servicios, exportados o difundidos por campañas ejecutadas fuera de la Reserva de la Biosfera La Siberia.
 - b. El carácter ocasional o continuado de la infracción.
 - c. La comisión repetida de las infracciones.
 - d. La rectificación espontánea de la infracción.
 - e. Los efectos que puedan tener sobre el prestigio de la marca y logotipo.
4. En la imposición de sanciones se tendrá en cuenta también la naturaleza de la infracción. Así, y sin perjuicio de la acumulación con otras, deberá de imponerse necesariamente la sanción de pérdida de derecho de uso, o derecho a obtenerlo, cuando las infracciones sancionables no sean susceptibles de corrección o rectificación, sino que presenten carácter permanente y no subsanable.



5. La suspensión temporal o retirada de la autorización no da derecho al reembolso de los pagos efectuados hasta la fecha por parte de los titulares de los productos, bienes o servicios autorizados.
6. En caso de retirada de autorización, El Órgano Gestor, anulará la inscripción realizada en el Registro de Productos y Servicios Autorizados y suprimirá de cualquier documento público o publicitario que considere oportuno toda referencia al producto o servicio recogido en la autorización.

CAPÍTULO VII. ETIQUETADO DEL PRODUCTO

Artículo 25.- Imagen de la Marca.

1. La Marca LSRB identificará los productos adheridos a la misma, mediante etiquetas distintivas colocadas en el envase del producto, las características de la etiqueta se encuentran en el Manual de Identidad Gráfica de la Marca “La Siberia Reserva de la Biosfera”.
2. La Marca LSRB identificará los servicios adheridos a la misma, mediante placa distintiva colocada en la entrada al establecimiento, las características de la placa se encuentran en el Manual de Identidad Gráfica de la Marca “La Siberia Reserva de la Biosfera”.
3. La Marca LSRB identificará a aquellas entidades que no dispongan de establecimiento, mediante pegatinas distintivas que deben exhibirse durante la prestación del servicio, las características de las pegatinas se encuentran en el Manual de Identidad Gráfica de la Marca “La Siberia Reserva de la Biosfera”.

Artículo 26.- Emisión de etiquetas.

1. La responsabilidad de la expedición de las etiquetas de la marca recaerá en cada uno de los cesionarios de la misma, rigiéndose sus tamaños, colores, formatos y demás disposiciones por lo recogido en el Manual de Identidad Gráfica de la Marca “La Siberia Reserva de la Biosfera”.
2. Los cesionarios podrán optar por cualquiera de las modalidades de etiquetado contempladas el Manual de Identidad Gráfica de la Marca “La Siberia Reserva de la Biosfera”.
3. Con carácter previo a la puesta en circulación de etiquetas, símbolos o cualquier otro tipo de propaganda por parte de los cesionarios de la marca, éstos deberán presentarlos



previamente al Órgano Gestor, que podrá oponerse a la utilización de aquellas que no cumplan los requisitos establecidos en el presente Reglamento.

CAPÍTULO VIII. MODIFICACIÓN DEL REGLAMENTO

Artículo 27.- Modificaciones.

1. Las modificaciones del presente Reglamento podrán ser acordadas por el CEDER La Siberia, siendo obligatorias desde su notificación individual al usuario autorizado o desde su publicación en cualquier medio que garantice su difusión. Sin embargo, se podrá acordar un período de adaptación del uso de la marca y logotipo a las nuevas prescripciones reglamentarias. Toda modificación del Reglamento de Uso o de los Pliegos de Condiciones conllevará, obligatoriamente, la participación activa de los productores autorizados e implicará una nueva publicación del mismo, dando conocimiento de ello a los interesados.
2. Las modificaciones realizadas adquirirán carácter obligatorio desde el momento de su notificación individual al usuario autorizado o desde su publicación en cualquier medio que garantice su difusión.
3. El titular de la marca podrá acordar un período de adaptación del uso de la marca y logotipo - La Siberia Reserva de la Biosfera - a las nuevas prescripciones reglamentarias.

DISPOSICIÓN ADICIONAL.

Para la autorización del uso de la marca y logotipo La Siberia Reserva de la Biosfera es deseable, aunque no vinculante, que las personas físicas o jurídicas solicitantes tengan en cuenta el Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact) que persigue promover, a través de diez principios, la responsabilidad social empresarial (RSE) en las áreas de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas. La adhesión al referido Pacto únicamente supone la voluntad de implantar buenas prácticas empresariales sin que conlleve ninguna obligación jurídica ni de otro tipo. No es necesario para la concesión de la autorización de uso de la marca La Siberia Reserva de la Biosfera que las solicitantes estén adheridas al Pacto Mundial de Naciones Unidas. Los principios recogidos en el meritado Pacto se enumeran y desarrollan en el Anexo II.

ANEXO I. COMPROMISOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El desarrollo sostenible es un proceso de crecimiento y progreso que equilibra el alcance de objetivos económicos, sociales y ambientales, la responsabilidad social empresarial o RSE es el acercamiento empresarial a ese proceso, la empresa ha de diseñar e implantar la estrategia para alcanzar el desarrollo sostenible.

Por este motivo es necesario que la empresa adquiera una serie de compromisos para gestionar su impacto económico, social y ambiental en la zona de la Reserva de la Biosfera de La Siberia, para hacer compatibles el objetivo de obtención del máximo beneficio con la generación de beneficios para el conjunto de la sociedad, en especial a sus grupos de interés.

1. Gestión sostenible del agua:
 - a. Instalar dispositivos de ahorro de agua: cabezales de bajo consumo en las duchas, difusores de presión o paralizadores en grifería, temporizadores.
 - b. Grifos con sistema monomando.
 - c. Sistemas de doble pulsador o descarga parcial para la cisterna del inodoro.
 - d. Implantar sistemas de recogida de agua de lluvia, para el riego de huertos y jardines.
 - e. Revisar la fontanería para evitar pérdidas por goteo.
 - f. Poner descalcificadores, si fuera necesario, para mantener la instalación saneada.
 - g. Concienciar al cliente de los beneficios ambientales de la ducha frente al baño. En hostelería lavar las toallas y ropa de cama bajo pedido, informando previamente al cliente de su impacto ambiental.
2. Separación y gestión de residuos:
 - a. Separar correctamente los residuos para que el reciclaje sea eficaz, utilizando los contenedores adecuados para cada tipo de residuo. No mezclar los residuos para facilitar su posterior reutilización, reciclaje o tratamiento.
 - b. Depositar los residuos urbanos que no se recogen por el sistema convencional de contenedores municipales, en el Punto Limpio más cercano si lo hubiera dentro de la Reserva de la Biosfera de La Siberia.
3. Eficiencia energética:
 - a. Aprovechar la iluminación natural.
 - b. Recordar al personal que apague las luces al salir.
 - c. Informar a los empleados de los costes que supone la iluminación y consumo electricidad.
 - d. Utilización de iluminación de bajo consumo.
 - e. Instalar preferentemente controles de iluminación y reguladores de flujo luminoso.



4. Empaquetado y distribución sostenible:
 - a. Reducción de embalajes individuales.
 - b. Elegir productos a granel o con el número mínimo de envases o embalajes.
 - c. Uso de materiales reciclables y reciclados. Reducir el uso de productos de usar y tirar.
 - d. Emplear, preferentemente, materiales y productos exentos de emanaciones nocivas, duraderos, fácilmente reparables, obtenidos con materias renovables, reciclados y reciclables, como cajas sin PVC, productos de limpieza que contenga elementos biodegradables o sin fosfatos, y otro tipo de productos que no tengan efectos negativos sobre la salud y el medio ambiente.
 - e. Conocer el significado de las distintas etiquetas (ecológico, responsable...).
 - f. Adquisición de productos preferentemente de proveedores locales.

ANEXO II. PRINCIPIOS RECOGIDOS EN EL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS

Derechos Humanos:

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

Estándares Laborales:

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Medio Ambiente:

Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promueven una mayor responsabilidad ambiental.





Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Anticorrupción:

Principio 10: Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

