

# Club de Producto Cicloturismo de Navarra 2023

Entregable E4 - Manual de Producto

(documento interno de trabajo)

## Índice

Introducción .....	4
1. El Club de Producto Navarra en Bici.....	5
1.1 ¿Qué es un club de producto turístico? .....	5
1.2 Objetivos .....	6
2. Socios del producto turístico Navarra en Bici .....	7
2.1 Actores implicados, ¿quién puede participar?.....	7
2.1.1 Empresas turísticas.....	8
2.1.2 Otras empresas de la cadena de valor .....	9
2.1.3 Entidades locales o comarcales de promoción turística .....	9
3. El funcionamiento del Club de Producto.....	10
3.1 Beneficios y ventajas de pertenencia al club .....	10
3.2 Obligaciones y compromisos de los socios .....	10
3.3 Pérdida de la condición de miembro .....	11
4. Requisitos para participar .....	12
4.1 Requisitos de adhesión .....	12
4.1.1 Requisitos generales obligatorios para todas las empresas o entidades.....	12
4.1.2 Requisitos específicos para ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS.....	13
4.1.3 Requisitos específicos para EMPRESAS DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS COMPLEMENTARIAS.....	15
4.1.4 Requisitos específicos para EMPRESAS DE MEDIACIÓN TURÍSTICA .....	16
4.1.5 Requisitos específicos para empresas de RESTAURACIÓN .....	17
4.1.6 Requisitos específicos para empresas de ALQUILER DE BICICLETAS .....	19
4.1.7 Requisitos específicos para ENTES LOCALES O COMARCALES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA con oferta de turismo cicloturista en su territorio .....	20
5. Proceso de adhesión .....	22
6. Estructura de gestión y gobernanza.....	24
6.1 Estructura de gestión .....	24
6.1.1 Gestión desde una entidad pública.....	24
6.1.2 Creación de una entidad sin ánimo de lucro.....	24

6.1.3	Creación de una entidad mercantil con ánimo de lucro .....	26
6.2	La marca Navarra en Bici .....	27
7.	Estructura de financiación.....	28
7.1	Fase de lanzamiento (2023-2024) .....	28
7.2	Fase de creación de la estructura de financiación (2025 en adelante).....	28
7.2.1	Aportaciones de los socios .....	28
7.2.2	Ayudas y subvenciones públicas .....	29
7.2.3	Recursos propios .....	29
8.	Estrategia de marketing .....	30
9.	Plan de calidad, seguimiento y mejora continua .....	32
9.1	Plan de calidad .....	32
9.2	Sistema de evaluación y seguimiento .....	32
9.2.1	Sistema de fichas de evaluación.....	32
9.2.2	Autoevaluación y Declaración Responsable.....	32
9.2.3	Verificación aleatoria .....	32
9.3	Plan de mejora continua .....	32
9.3.1	Revisión anual del Plan de Calidad .....	32
9.3.2	Plan Anual de Formación Navarra en Bici .....	33
10.	Proceso de implantación y desarrollo del club .....	34
10.1	Fase de lanzamiento y articulación (2023).....	34
10.2	Fase de consolidación (2024) .....	35
10.3	Fase de crecimiento y desarrollo (2025 en adelante).....	36
	Anexo I. Estatutos de la Asociación Navarra en Bici .....	38
	Anexo II. Reglamento de uso de la marca Navarra en Bici .....	53
	Anexo IV. Formulario de solicitud de adhesión .....	55

## Introducción

---

El documento Manual de Producto Navarra en Bici contiene los elementos de conceptualización y configuración del club de producto para el segmento de cicloturismo en Navarra.

Está concebido como un instrumento de apoyo para la implantación y gestión del proyecto, contemplando aspectos como los objetivos del proyecto, a quién va dirigido, el funcionamiento operativo del mismo, los compromisos de sus socios y socias, los beneficios que aporta, su estructura de gestión y financiación, su estrategia de promoción o su plan de calidad y mejora continua.

El Manual de Producto Navarra en Bici es un documento de carácter **reglamentario**, ya que establece sus normas y requisitos; **funcional**, ya que establece su estructura de funcionamiento y procesos; y **dinámico**, pues el club debe evolucionar en la medida que el mercado y la demanda lo hacen, procurando que el producto resulte competitivo en el tiempo.

## 1. El Club de Producto Navarra en Bici

### 1.1 ¿Qué es un club de producto turístico?

Un Club de Producto es una estrategia de producción turística alrededor de una temática específica, la práctica ciclista en este caso.

Se trata de un instrumento para organizar y estructurar estratégicamente una serie de servicios e instituciones con el objetivo de desarrollar y poner en el mercado de forma competitiva un producto turístico.

**Esta metodología permite:**

- Integrar la oferta relacionada bajo un mismo proyecto aumentando así competitividad y optimizando recursos
- Favorecer la colaboración público-privada y entre empresas
- Mejorar el posicionamiento, competitividad y calidad del destino
- Normalizar y asegurar la calidad de los servicios turísticos
- Contar con un mayor poder de interlocución/negociación y mejor acceso a financiación externa
- Aportar valor añadido y cumplimiento de las expectativas del cliente
- Reducir costes de marketing y obtener mayor rentabilidad de los mismos
- Compartir información y conocimiento entre los actores de la cadena de valor
- Contar con un sistema auto regulado, donde es el propio sector (los socios/as del club) quien acuerda la estrategia a desarrollar y el nivel y grado de calidad al que se quiere llegar
- Captar nuevos mercados y acceder a segmentos específicos
- Una mayor eficiencia
- Un trabajo orientado al cliente
- Capacidad de desarrollar y poner en el mercado productos innovadores
- Consolidar una imagen de marca y reforzar la consolidación del destino como destino cicloturista
- Facilitar la estructuración del producto buscando, desde el consenso y la planificación
- Implicar al sector en el desarrollo del producto, en la estrategia de posicionamiento y el proceso de comercialización
- Facilitar la interacción entre agentes y, con ello, el desarrollo de productos más complejos y competitivos. Creación de redes colaborativas.

Con todo ello, el fin último, es mejorar los resultados de la actividad desde la sostenibilidad y, por tanto, la calidad de vida de las personas vinculadas.

## 1.2 Objetivos

### Objetivos generales:

- Estructurar la oferta de cicloturismo en Navarra.
- Convertir a Navarra en un destino de referencia para el mercado nacional e internacional.
- Crear y desarrollar la marca de cicloturismo de Navarra
- Optimizar los esfuerzos de promoción y comercialización, tanto públicos como privados.
- Coordinar a los diferentes agentes implicados. Mejorar la gobernanza en el sector.
- Favorecer la creación de productos específicos.
- Mejorar la calidad de las empresas implicadas en el producto.
- Mejorar el conocimiento sobre el sector.
- Colaborar con otras entidades y proyectos suprarregionales.

Podemos sintetizar los **objetivos específicos** en el tiempo de empresas y territorio:

	TERRITORIO	TEJIDO EMPRESARIAL
Corto plazo	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Especializar el destino</li> <li>– Desarrollar una oferta especializada y de calidad</li> <li>– Diversificar, redistribuir flujos y contribuir a la desestacionalización</li> <li>– Crear productos experienciales competitivos</li> <li>– Activar recursos</li> <li>– Creación de una imagen de marca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Implicación en el desarrollo y gestión turísticas</li> <li>– Crear redes colaborativas</li> <li>– Captar nuevos nichos de mercado</li> <li>– Reducir costes y optimizar esfuerzos en la promoción y comercialización mediante redes de negocio</li> </ul>
Medio plazo	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Aumentar el consumo de servicios turísticos en el destino</li> <li>– Aumentar el número de visitantes de forma de sostenible</li> <li>– Aumentar la estancia media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Mejorar los ratios de competitividad y facturación empresarial</li> <li>– Incrementar la satisfacción del cliente</li> </ul>
Largo plazo	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Reforzar la imagen de marca del destino</li> <li>– Reforzar el posicionamiento competitivo en el mercado</li> <li>– Mejorar la calidad del destino y sus residentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Fidelización de clientes</li> <li>– Mejora de la calidad de servicios y productos</li> </ul>

## 2. Socios y socias del producto turístico Navarra en Bici

### 2.1 Actores implicados, ¿quién puede participar?

Este club se dirige a todas las empresas y entidades que desarrollan y/o promocionan productos y servicios turísticos relacionados con el mundo de la bicicleta y que desarrollan experiencias turísticas en alguna de las modalidades (ciclismo de carretera, bicicleta todo terreno (BTT) y cicloturismo de paseo, slow, gravel o enduro); así como a otras empresas que participan en la cadena de valor (como empresas de alquiler de bicis, transporte o tiendas de material) y entes locales o comarcales de promoción turística.

Para todos estos agentes se han establecido unos requisitos comunes de obligado cumplimiento y unos requisitos específicos para cada agente (unos obligatorios y otros recomendados).

Se restringe el acceso para aquellos agentes que no cumplen los requisitos obligatorios establecidos para garantizar los atributos del producto.

A partir de las labores de prospección previas al desarrollo de este proyecto (2023) y de las bases de datos disponibles en Gobierno de Navarra, fruto de la realización del Plan de Cicloturismo de Navarra (2021), se estima el siguiente universo de potenciales socios<sup>1</sup>:

TIPO DE ENTIDAD	Nº DE UNIDADES IDENTIFICADAS
Entidades locales y comarcales públicas o público-privadas, de promoción turística	30
Empresas de alquiler de bicicletas	15
Empresas de mediación turística y actividades turísticas complementarias con oferta cicloturista	19
Alojamientos turísticos con oferta adaptada a cicloturistas	48
Empresas de restauración	1
<b>Total</b>	<b>113</b>

En total, se han localizado 113 entidades vinculadas al producto cicloturista y consideradas posibles socias del proyecto, de las cuales 30 son entidades locales, consorcios y similar, y 83 son empresas.

<sup>1</sup> El Servicio de Planificación e Innovación turística de Gobierno de Navarra cuenta con una base de datos actualizada de agentes, instalaciones y servicios en relación al cicloturismo, que servirá de referencia en la implementación.

### 2.1.1 Empresas turísticas

Son empresas turísticas aquellas recogidas en la [Ley de Ordenación de Turismo de Navarra \(Ley Foral 7/2003 de 14 de febrero, modificada 19/2020\)](#).

(Artículo 12): Empresa turística: la persona física o jurídica que, en nombre propio, de manera habitual y con ánimo de lucro se dedica a la realización de una actividad turística o a la prestación de algún servicio turístico. Se presumirá la habitualidad cuando se realice publicidad de la prestación de servicios turísticos por cualquier medio.

Empresas turísticas:

#### I. Actividad de alojamiento turístico:

Se entiende por alojamiento turístico el establecimiento en el que se ofrece a las personas usuarias turísticas, mediante precio, alojamiento temporal con o sin prestación de servicios complementarios.

- a. Establecimientos hoteleros.
- b. Campamentos de turismo.
- c. Albergues turísticos.
- d. Casas rurales.
- e. Apartamentos turísticos y viviendas turísticas.
- f. Alojamientos singulares.
- g. Cualesquiera otros que sean objeto de reglamentación especial.

#### II. Actividades de restauración:

Son establecimientos de restauración los que se dedican de forma habitual, profesional, y mediante precio, a suministrar desde instalaciones, fijas o móviles, abiertas al público, comidas y bebidas, para su consumo en sus propias dependencias.

- a. Restaurantes.
- b. Cafeterías.
- c. Otros establecimientos que reglamentariamente se determinen.
- d. Establecimientos de hostelería que organicen o participen en el desarrollo de las actividades gastronómicas previstas declaradas de interés turístico o que tengan un carácter emblemático, singular o de arraigo a la localidad conforme, en ambos casos, a los requisitos que se desarrollen reglamentariamente.

#### III. Actividades de mediación turística:

Se entiende por mediación turística la actividad consistente en la intermediación entre el usuario y el ofertante del servicio turístico, así como la organización del producto turístico.

- a. Las agencias de viajes.
- b. Las agrupaciones de empresas turísticas que tengan por objeto la comercialización común de ofertas turísticas de las empresas agrupadas.
- c. Las centrales de reservas.
- d. Cualesquiera otras que se determinen reglamentariamente.

#### IV. Empresas de actividades turísticas complementarias:



Son actividades turísticas complementarias las que proporcionan mediante precio, de forma profesional y habitual, servicios para el esparcimiento y recreo de sus clientes, de carácter cultural, recreativo, deportivo, de la naturaleza u otros análogos.

#### V. Profesiones turísticas:

Se consideran profesiones turísticas a los efectos de esta Ley Foral, aquellas que requieran para su ejercicio poseer la correspondiente habilitación y se refieran a la prestación, de manera habitual y retribuida, de servicios específicos en las empresas turísticas, actividades de información, asistencia, acompañamiento, animación, traducción, y aquellas otras que, conforme a las titulaciones, condiciones y demás requisitos se determinen reglamentariamente.

##### 2.1.2 Otras empresas de la cadena de valor

- Empresas de alquiler de bicicletas
- Empresas de venta de bicicletas y material ciclista
- Empresas de transfer y de transporte de bicicletas y/o clientes

##### 2.1.3 Entidades locales o comarcales de promoción turística

Existe un elevado número de entidades locales que están trabajando en la activación de recursos vinculados a este producto, promoción, sensibilización sobre el uso de la bicicleta o en la realización de actividades cicloturísticas.

Los campos de actuación preferentes de las entidades locales son:

- Creación de rutas y a algunas infraestructuras asociadas a las mismas como son señalización, aparcamientos, aparca bicis, postes de reparación, etcétera. En este campo se están realizando ya importantes esfuerzos en algunos territorios.
- Acciones de promoción (creación de web, material impreso, pequeñas campañas...) que tratan de posicionar, desde lo local/ comarcal el territorio como destino cicloturístico.
- Programación, o participación en la organización de algunas actividades y eventos relacionados con la actividad, tanto con un objetivo promocional como con la voluntad de atraer visitantes al destino.
- Fomentar el uso de la bicicleta tanto como recurso, pero también como estrategia de movilidad turística sostenible.

## 3. El funcionamiento del Club de Producto

### 3.1 Beneficios y ventajas de pertenencia al club

**La pertenencia al Club de Producto da lugar a una serie de derechos y ventajas, así como obligaciones y compromisos a los y las integrantes del mismo, los cuales se orientan a mejorar la sostenibilidad económica y social de empresas y territorio.**

Entre los beneficios y ventajas podemos destacar las siguientes:

- i Participar en las diferentes actuaciones y actividades que se organicen desde el club, como:
  - a. Acciones de promoción conjunta (ferias, workshops, famtrips, presentaciones...)
  - b. Eventos y actividades de promoción organizadas por la Asociación y Club de Producto
  - c. Acciones de comercialización
  - d. Programas y acciones de formación organizadas por el Club
- ii Aparecer en los materiales de comunicación y promoción del Club de Producto y materiales específicos de Gobierno de Navarra.
- iii Inclusión de la oferta, paquetes y propuestas concretas en los materiales y soportes de comunicación y promoción.
- iv Acceso y uso a los materiales, manuales, informes, estudios, documentos o herramientas desarrolladas en el ámbito del Club.
- v Participación en la puesta en valor de recursos y puesta en marcha de nuevo productos y servicios.
- vi Uso de la marca Navarra en Bici en los soportes y materiales propios del socio.
- vii Participación en proyectos impulsados por el Club.
- viii Participación en el comité de seguimiento del Club, como herramienta de participación e intercambio de experiencias.
- ix Facilidad de conexión con otros empresarios y empresarias implicados en el producto, para el trabajo en red y para impulsar acciones colaborativas.

### 3.2 Obligaciones y compromisos de los socios y socias

**La adhesión voluntaria al Club conlleva una serie de obligaciones, necesarias para el funcionamiento y objetivos del proyecto, con el objetivo de velar por una oferta competitiva, sostenible y de calidad.** Esas obligaciones y compromisos son los siguientes:

- i. Respetar los principios del Club establecidos en este manual.
- ii. Cumplir con el Plan de Calidad.

- iii. Hacer un uso responsable de la marca, según las condiciones establecidas en el reglamento y respetando el manual de identidad corporativa.
- iv. Abonar las cuotas de participación que se establezcan en cada momento, definidas mediante consenso en los órganos de participación del Club.
- v. Participar en la estructura de gestión del Club, acciones de creación o mejora de producto, reuniones y otras actividades que se desarrollen.
- vi. Facilitar información estadística, aplicación de encuestas de satisfacción o de otro tipo, sobre el desarrollo y efectos de las actuaciones del Club, que permitan medir y evaluar los resultados.

Esta lista de compromisos, como otros apartados del manual, podrá modificarse en cualquier momento mediante acuerdo de los órganos de participación. Las modificaciones quedarán reflejadas en el reglamento del Club.

### 3.3 Pérdida de la condición de miembro

Se establecen a priori los siguientes criterios que impedirían a un socio continuar siendo miembro del Club:

- El no pago de la cuota en un plazo superior a 60 días a partir de la recepción de la factura correspondiente a la cuota.
- La no participación activa en las acciones realizadas a través del Club.
- El incumplimiento de los requisitos obligatorios.
- El mal uso de la marca del Club.

## 4. Requisitos para participar

**La participación en el Club Navarra en Bici conlleva el cumplimiento de requisitos vinculados tanto a servicios, como equipamiento, gestión o comercialización.**

En este capítulo se establecen los criterios de calidad o requerimientos para formar parte del club. Se detallan primero una serie de **requerimientos obligatorios para todos los participantes**, y a continuación, los **requisitos que se establecen para cada uno de los subsectores turísticos** y de la cadena de valor que intervienen en el producto. Para cada uno de ellos se indican los **requisitos de obligado cumplimiento**, así como los **requisitos recomendados**, optativos, por tanto.

**Los criterios de obligado cumplimiento** serán la garantía que asegure propuestas competitivas y de alto valor en torno a cada uno de los productos que impulsa Navarra en Bici. **Los criterios recomendados** son aquellos que se sugieren pues se considera contribuyen a mejorar la satisfacción de la demanda.

Los criterios de calidad, o requisitos, que se plantean han tenido en cuenta lo siguiente:

- **El sistema se plantea como autorregulado**, es decir, que son los propios participantes en el proyecto los que, tras la puesta en marcha, establecen los niveles de calidad que consideren más apropiados a lo largo del tiempo para adaptarse a las realidades de los subsectores y a los posibles cambios de la demanda.
- **El sistema es voluntario**, pero el compromiso de adhesión obliga a las empresas adheridas al cumplimiento de la norma de calidad.
- El organismo encargado de supervisar y verificar el sistema de calidad es el **ente gestor**, que establecerá los procedimientos que considere oportunos para la verificación y el control de la oferta participante.
- Los requisitos obligatorios se han establecido a partir del análisis de la oferta navarra actual, el grado de madurez de este segmento en el territorio y la naturaleza altamente competitiva de este segmento en los mercados.

### 4.1 Requisitos de adhesión

#### 4.1.1 Requisitos generales obligatorios para todas las empresas o entidades

1. **Ser empresas o entidades legalmente constituidas en la Comunidad Foral de Navarra y estar dadas de alta en el Registro de Turismo de Navarra**, en el caso de las empresas reguladas por la Ley de Ordenación de Turismo de Navarra (Ley Foral 7/2003 de 14 de febrero, modificada 19/2020) o en los registros que fueran obligatorios en sus respectivos sectores, en caso de no estar reguladas por esta ley.
2. **Estar al corriente de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social.**

3. **Cumplir con lo establecido en la Ley de Ordenación de Turismo de Navarra, así como en la ley reguladora del comercio en Navarra**, según proceda, o en otros reglamentos y leyes que aplique.
4. **Disponer de las licencias y/o autorizaciones municipales, sectoriales o de otra índole exigidas por la normativa vigente**, con especial atención a aquellas empresas que desarrollen actividades en el medio natural.
5. Disponer y tener en vigor los **seguros** legalmente establecidos por la ley para su actividad o, caso de no estar establecidos por normativa, seguro de responsabilidad suficientes para cubrir las prestaciones que brinda.
6. Tener la **capacidad para atender a los clientes internacionales** en, al menos, un idioma extranjero, preferiblemente inglés.
7. **Contar con una web y/o redes sociales actualizadas en, al menos, un idioma extranjero**, preferiblemente inglés.
8. Contar con **sistema de pago electrónico** (tarjeta, bizum...)
9. Contar con **teléfono, dirección electrónica y página web**.

#### 4.1.2 Requisitos específicos para ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

REQUISITOS OBLIGATORIOS	
Criterio	Desarrollo
1. Disponer de un lugar para guardar bicicletas	Disponer de un lugar seguro y cerrado donde el cicloturista pueda guardar su bicicleta sin riesgos de robos. Sería recomendable, que los guarda bicicletas estuvieran ubicados en un espacio cerrado con llave al que únicamente pudieran acceder los ciclistas y personal del alojamiento. El espacio debe permitir la colocación de las bicicletas sin roces o golpes. Sería recomendable, que cada guarda bicicletas tuviera un candado individual para que únicamente el propietario pueda sacar la bici del "gancho". El mínimo de guarda bicis que se considera correcto a la hora de dar un buen servicio es de 4.
2. Espacio para lavado de bicicletas	Lugar que disponga como mínimo de un soporte de bicicletas, manguera de agua, superficie adecuada para la evacuación del agua. La mejor manera de lavar la bicicleta es mediante un sistema de hidro limpiadora que permite regular la presión del agua, evitando que sufran determinadas piezas de la bicicleta.
3. El servicio de desayuno (si procede) y salida se adapta a las necesidades de la actividad	El establecimiento establecerá un horario de desayuno en horario temprano establecido y/o pactado con el cicloturista. La salida del establecimiento se realizará igualmente en horario temprano. En caso de no disponer de recepción en el horario establecido, se informará al cliente de la circunstancia y se procederá a realizar el trámite de salida la víspera.

4. Contar con un servicio de restauración adaptado a las necesidades de la actividad	Esta adaptación implica contar con alimentos apropiados para la actividad física de la bicicleta, así como ofrecer la posibilidad de preparar picnics para llevar y desayuno especializado, con un contenido adecuado para la actividad.
5. Contar con personal de recepción capacitado para informar a los clientes sobre cicloturismo y servicios conexos en la zona	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. El personal dispone de información sobre recursos y servicios turísticos de la zona.</li> <li>b. Información de rutas de cicloturismo, calendario de eventos cicloturistas.</li> <li>c. Información de empresas de alquiler, reparación y venta de productos.</li> <li>d. Información práctica (hospitales, farmacias, Centros de Atención Primaria, gasolineras, puntos de carga de vehículos eléctricos).</li> <li>e. Disponer de información sobre la previsión meteorológica actualizada de la zona.</li> <li>f. Su página web ofrece información sobre rutas o bien el personal conoce páginas web de Navarra con información sobre rutas de cicloturismo, (en la que figuren datos como kilometraje, altimetría, nivel de dificultad, u otros de información general de interés sobre las rutas), cartografía y tiene conocimientos para ayudar al cliente a descargar tracks.</li> <li>g. Información de los servicios para el cicloturista del establecimiento.</li> </ul>
6. Marca	El establecimiento dispone de placa identificativa de pertenencia al club en lugar visible e incorpora la imagen de marca en su material promocional, digital o analógico. <sup>2</sup>

REQUISITOS RECOMENDADOS	
Criterio	Desarrollo
1. Servicio de lavandería	Disponer de un sistema, propio o externo, que garantice la limpieza y secado de la indumentaria y la entrega al cliente en un plazo de 16 horas.
2. Medios para el secado de ropa	Disponer de un lugar adecuado para secar la indumentaria del cicloturista o medios técnicos para poder realizarlo. Se consideran válidos espacios cubiertos y con temperatura adecuada donde colgar la ropa, secadora de cualquier tipo, seca toallas, tendederos de interior para servicio en habitaciones y otros elementos que faciliten el secado de la ropa.
3. Información sobre transporte público	Se dispondrá de información de los horarios y posibilidades de transporte del territorio. Esto incluye información sobre empresas que presten servicios de taxi o transfer.

<sup>2</sup> Este apartado será de obligado cumplimiento en un plazo de 3 meses tras la adhesión al club de producto.

4. Espacio para auto reparación de bicicletas	Dispone de un espacio para poder realizar pequeñas auto reparaciones en las bicicletas y un mínimo de herramienta: <ul style="list-style-type: none"> <li>— Destornillador de estrella</li> <li>— Destornillador plano</li> <li>— Juego de llaves allen</li> <li>— Juego de llaves torx</li> <li>— Alicata</li> <li>— Llave inglesa</li> <li>— Tronchacadenas</li> <li>— Juego desmontable</li> <li>— Bomba de hinchar</li> </ul>
5. Alquiler de bicicletas	El establecimiento dispone de servicio de alquiler de bicicletas propio o concertado de manera fehaciente con terceros.
6. Servicio de guías	El establecimiento presta servicios de guías de cicloturismo directamente y/o facilita información sobre empresas especializadas en la zona.
7. Reserva de una sola noche	El alojamiento permite la reserva de una sola noche para clientes cicloturistas.
8. Sistema de reserva y pago online	Dispone de un sistema de reserva y pago online.

#### 4.1.3 Requisitos específicos para EMPRESAS DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS COMPLEMENTARIAS

REQUISITOS OBLIGATORIOS	
Criterio	Desarrollo
1. Disponer de personal cualificado para la práctica ciclista	Disponer al menos de una persona con formación suficiente acreditado mediante formación específica (FP, formación en las Federaciones Deportivas, titulación superior en deportes) o al menos tres años de experiencia demostrable en el sector del mundo de la bicicleta.
2. Contar con personal capacitado para informar a los clientes sobre cicloturismo y servicios conexos en la zona	El personal de la empresa conoce el territorio y las rutas en Navarra con suficiente soltura. Dispondrá de información sobre otras rutas en la zona. Dispondrá de cartografía en papel o tendrá localizadas las páginas web donde se puede encontrar la información necesaria.
3. Descarga de tracks	Dispondrá de los tracks de los recorridos que podrá facilitar a los cicloturistas en caso de demanda, bien de manera gratuita, bien mediante pago por este servicio.
4. Marca	El establecimiento abierto al público, si se dispone del mismo, dispone de placa identificativa de pertenencia al club en lugar

	visible e incorpora la imagen de marca en su material promocional, ya sea digital o analógico. <sup>3</sup>
5. Guías	La empresa puede prestar servicio de guiado bajo demanda del turista para los recorridos en Navarra.
6. Paquetes y productos	Tiene en su catálogo al menos un producto de cicloturismo sobre la base territorial de Navarra. Se considera que un paquete cumple este requisito cuando al menos el 50% de la actividad se realiza por las rutas de Navarra.
7 Alquiler de bicicletas	La empresa dispone de servicio de alquiler de bicicletas propio o concertado con terceros.

REQUISITOS RECOMENDADOS	
Criterio	Desarrollo
1. Información sobre transporte público	Se dispondrá de información de los horarios y posibilidades de transporte del territorio. Esto incluye información sobre empresas que presten servicios de taxi o transfer.
2. Mantenimiento y reparación de bicicletas	La empresa dispone de servicio de taller y cuenta con los medios técnicos y personal cualificado para resolver las averías más comunes.
3. Alquiler de bicicletas	La empresa dispone de servicio de alquiler de bicicletas propio o concertado de manera fehaciente con terceros.
4. Transporte interno / transfers	La empresa cuenta con medios suficientes para transportar de forma segura bicicletas. Presta servicios de transportes de viajeros a alojamientos y puntos de salida.
5. Sistema de reserva y pago online	Dispone de un sistema de venta, reserva y pago online.

#### 4.1.4 Requisitos específicos para EMPRESAS DE MEDIACIÓN TURÍSTICA

REQUISITOS OBLIGATORIOS	
Criterio	Desarrollo
1. Paquetes y productos	Tiene en su catálogo al menos un producto cicloturista sobre la base territorial de Navarra. Se considera que un paquete cumple este requisito cuando al menos el 50% de la actividad se realiza por las rutas de Navarra. En caso de ser un producto de varios días, al menos una pernoctación se realiza en Navarra.

<sup>3</sup> Este apartado será de obligado cumplimiento en un plazo de 3 meses tras la adhesión al club de producto.



2. Contar con personal capacitado para informar a los clientes sobre cicloturismo y servicios conexos en la zona	El personal de la empresa conoce el territorio y las rutas en Navarra con suficiente soltura. Dispondrá de información sobre otras rutas en la zona. Dispondrá de cartografía en papel o tendrá localizadas las páginas web donde se puede encontrar la información necesaria.
3. Descarga de tracks	Dispondrá de los tracks de los recorridos que podrá facilitar a los cicloturistas en caso de demanda, bien de manera gratuita, bien mediante pago por este servicio.
4. Marca	El establecimiento abierto al público, si se dispone del mismo, dispone de placa identificativa de pertenencia al club en lugar visible e incorpora la imagen de marca en su material promocional, ya sea digital o analógico. <sup>4</sup>
5. Agentes locales	Al menos el 25% de los servicios que se ofrecen en cada uno de los paquetes son prestados por empresas adheridas al Club.

REQUISITOS RECOMENDADOS	
Criterio	Desarrollo
1. Seguros	Ofrece a sus clientes la posibilidad de contratar un seguro de accidentes y asistencia sanitaria.
2. Sistema de reserva y pago online	Dispone de un sistema de venta, reserva y pago online.

#### 4.1.5 Requisitos específicos para empresas de RESTAURACIÓN

REQUISITOS OBLIGATORIOS	
Criterio	Desarrollo
1. Disponer de un lugar para guardar bicicletas, un lugar con candados o permitir el acceso con bici al interior	Disponer de alguna de estas opciones:  1) Disponer de un lugar seguro y cerrado donde el cicloturista pueda guardar su bicicleta sin riesgos de robos. Sería recomendable, que los guarda bicicletas estuvieran ubicados en un espacio cerrado con llave al que únicamente pudieran acceder los ciclistas y personal del alojamiento. El espacio debe permitir la colocación de las bicicletas sin roces o golpes. Sería recomendable, que cada guarda bicicletas deberá tener un candado individual para que

<sup>4</sup> Este apartado será de obligado cumplimiento en un plazo de 3 meses tras la adhesión al club de producto.

	<p>únicamente el propietario pueda sacar la bici del “gancho”.</p> <p>El mínimo de guarda bicis que se considera correcto a la hora de dar un buen servicio es de 4.</p> <p>2) Aparca bicis exterior con un mínimo de 4 candados individuales a disposición del cliente o guarbicis de taquilla.</p> <p>3) En ausencia de las opciones 1 y 2, el establecimiento permitirá que el cliente acceda al interior con su bicicleta, disponiendo de espacio suficiente para que estas no interfieran con el normal funcionamiento y tránsito de clientes y personal.</p>
2. Marca	El establecimiento dispone de placa identificativa de pertenencia al club en lugar visible e incorpora la imagen de marca en su material promocional, ya sea digital o analógico. <sup>5</sup>
3. Contar con personal capacitado para informar a los clientes sobre rutas de cicloturismo y servicios relacionados en la zona	<p>a. El personal dispone de información sobre recursos y servicios turísticos de la zona.</p> <p>b. Información de rutas de cicloturismo, calendario de eventos cicloturistas.</p> <p>c. Información de empresas de alquiler, reparación y venta de productos.</p> <p>d. Información práctica (hospitales, farmacias, Centros de Atención Primaria, gasolineras, puntos de carga de vehículos eléctricos).</p> <p>e. Disponer de información sobre la previsión meteorológica actualizada de la zona.</p> <p>f. Su página web ofrece información sobre rutas o bien el personal conoce páginas web de Navarra con información sobre rutas de cicloturismo, (en la que figuren datos como kilometraje, altimetría, nivel de dificultad, u otros de información general de interés sobre las rutas), cartografía y tiene conocimientos para ayudar al cliente a descargar tracks.</p> <p>g. Información de los servicios para el cicloturista del establecimiento.</p>
4. Contar con un menú adaptado a las necesidades de la actividad	El restaurante dispondrá en carta platos adecuados a la alimentación recomendada para este tipo de actividad o bien dispondrá de menú específico cicloturistas. Los platos específicos en la carta se encontrarán adecuadamente destacados.

REQUISITOS RECOMENDADOS	
Criterio	Desarrollo

<sup>5</sup> Este apartado será de obligado cumplimiento en un plazo de 3 meses tras la adhesión al club de producto.

1. Espacio para lavado de bicicletas	Lugar que disponga como mínimo de un soporte de bicicletas, manguera de agua, superficie adecuada para la evacuación del agua. La mejor manera de lavar la bicicleta es mediante un sistema de hidro limpiadora que permite regular la presión del agua, evitando que sufran determinadas piezas de la bicicleta.
2. Información sobre transporte público	Se dispondrá de información de los horarios y posibilidades de transporte del territorio. Esto incluye información sobre empresas que presten servicios de taxi o transfer.
3. Espacio para auto reparación de bicicletas	Dispone de un espacio para poder realizar pequeñas auto reparaciones en las bicicletas y un mínimo de herramienta: <ul style="list-style-type: none"> <li>— Destornillador de estrella</li> <li>— Destornillador plano</li> <li>— Juego de llaves allen</li> <li>— Juego de llaves torx</li> <li>— Alicata</li> <li>— Llave inglesa</li> <li>— Tronchacadenas</li> <li>— Juego desmontable</li> <li>— Bomba de hinchar</li> </ul>
4. Alquiler de bicicletas	El establecimiento dispone de servicio de alquiler de bicicletas propio o concertado de manera fehaciente con terceros.
5. Servicio de guías	El establecimiento presta servicios de guías de cicloturismo directamente y/o facilita información sobre empresas especializadas en la zona.
6. Sistema de reserva y pago online	Dispone de un sistema de reserva y pago online.

#### 4.1.6 Requisitos específicos para empresas de ALQUILER DE BICICLETAS

REQUISITOS OBLIGATORIOS	
Criterio	Desarrollo
1. Contar con personal capacitado para informar a los clientes sobre cicloturismo y servicios conexos en la zona	El personal de la empresa conoce el territorio y las rutas en Navarra con suficiente soltura. Dispondrá de información sobre rutas en la zona. Dispondrá de cartografía en papel o tendrá localizadas las páginas web donde se puede encontrar la información necesaria. Dispondrá de los tracks de los recorridos que podrá facilitar a los cicloturistas en caso de demanda.
2. Atención telefónica	Cuenta con un adecuado sistema de atención telefónica.
3.	Cuenta con un adecuado sistema de atención online al cliente.

Atención online al cliente	
4. Marca	El establecimiento, si se dispone del mismo, dispone de placa identificativa de pertenencia al club en lugar visible e incorpora la imagen de marca en su material promocional, ya sea digital o analógico. <sup>6</sup>

REQUISITOS RECOMENDADOS	
Criterio	Desarrollo
1. Información sobre transporte público	Se dispondrá de información de los horarios y posibilidades de transporte del territorio. Esto incluye información sobre empresas que presten servicios de taxi o transfer.
2. Entrega/recogida a domicilio	Dispone de un sistema de entrega/recogida de bicicletas a domicilio, propio o con terceros, de garantía.
3. Sistema de reserva y pago online	Dispone de un sistema de alquiler y pago online.

#### 4.1.7 Requisitos específicos para ENTES LOCALES O COMARCALES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA con oferta de turismo cicloturista en su territorio

REQUISITOS OBLIGATORIOS	
Criterio	Desarrollo
1. Ser una entidad vinculada al cicloturismo	Se consideran los siguientes: 1) Disponer de al menos 2 empresas miembros del Club en el territorio de su competencia. 2) Disponer en su territorio de al menos 1 alojamiento adscrito al Club. 3) Contar con al menos 1 red de rutas.
2. (Para las oficinas de turismo, puntos de información turística y similares, gestionados por la entidad en su territorio.) Contar con personal capacitado para informar a los clientes sobre cicloturismo y servicios conexos en la zona	Serán capaces de informar debidamente sobre el territorio y las rutas en Navarra con suficiente soltura. Dispondrá de información sobre rutas en la zona. Dispondrá de cartografía en papel y tendrá localizadas las páginas web donde se puede encontrar la información necesaria. Dispondrá de los tracks de los recorridos que podrá facilitar a los cicloturistas en caso de demanda. Dispondrá de información y un listado sobre las empresas del club en su zona.

REQUISITOS RECOMENDADOS
-------------------------

<sup>6</sup> Este apartado será de obligado cumplimiento en un plazo de 3 meses tras la adhesión al club de producto.

Criterio	Desarrollo
<p>1. Contar con al menos 3 servicios adaptados en oficinas de turismo, recursos visitables u otros servicios de información y visitas.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Aparca bicis exteriores</li> <li>2) Mínimo de 4 candados individuales a disposición del cliente.</li> <li>3) Bomba de hinchar gratuita</li> <li>4) Poste de auto reparación</li> <li>5) Punto de limpieza de bicicletas</li> <li>6) Vestuario para ciclistas (específico o compartido con otras instalaciones, deportivas, por ejemplo) con normas de acceso para cicloturistas</li> </ol>
<p>2. Promocionar el cicloturismo.</p>	<p>Organizar al menos 1 evento cicloturista al año.</p>

## 5. Proceso de adhesión

---

El proceso de adhesión es voluntario, y necesario para formar parte del Club.

El agente interesado podrá realizar el proceso vía web o remitir la documentación solicitada al email especificado.

El proceso cuenta con los siguientes pasos:

### 1. Solicitud

La empresa o entidad rellena el formulario de afiliación al Club Navarra en Bici<sup>7</sup> disponible en la web específica o espacio específico en la web de Gobierno de Navarra, y lo envía vía web o por email.

### 2. Comprobación de requisitos

El equipo técnico designado por la asociación al Club contactará para resolver cualquier duda a la afiliación, así como para comprobar el cumplimiento de los requisitos.

### 3. Auditoría de calidad

Una vez se haya comprobado que la empresa o entidad cumple con los requisitos, se acordará una visita presencial de certificación in situ. Desde la asociación, y de común acuerdo, se establecerá la fecha en la que se puede pasar la auditoría. Un técnico se desplazará al establecimiento y, en compañía del responsable, revisará el cuestionario de evaluación y valorará, según su criterio y oyendo las aportaciones del responsable, la situación del establecimiento. Con posterioridad a la visita realizará el correspondiente informe.

### 4. Validación de la solicitud de adhesión

La validación, o no, de la solicitud, se comunicará al interesado o interesada por correo electrónico.

Si la verificación in situ es favorable, se procederá a validar la solicitud de adhesión.

En caso de que no sea favorable, la asistencia técnica prestará el acompañamiento y asesoramiento necesarios para realizar las adaptaciones que procedan, para lo que se dispondrá de un plazo de 3 meses.

### 5. Confirmación de la adhesión

En un plazo no superior a 15 días la asociación remitirá al interesado la confirmación de la adhesión firmado desde la presidencia. A partir de ese momento la entidad o empresa queda adherida al Club.

### 6. Remisión de marca identificativa

La asociación remitirá a la entidad o establecimiento el manual de identidad corporativa de la marca y sus formatos para aplicaciones.

### 7. Verificación requisitos de pertenencia

---

<sup>7</sup> Se adjunta modelo de formulario en Anexo IV. Formulario de solicitud de adhesión.

Con carácter anual y de forma aleatoria, desde la asociación se procederá a revisar y verificar que los requisitos de pertenencia se cumplen. Esta verificación se realizará al menos sobre un 10% de los asociados.

Si se apreciaran deficiencias en este sentido, la interesada dispondrá de un plazo de 3 meses para la subsanación. En caso de no realizarse, salvo por causas de fuerza mayor, la asociación notificará al interesado su baja del Club y la imposibilidad de seguir utilizando la marca.

Paralelamente y con carácter anual, las y los socios realizarán un auto diagnóstico sobre los requisitos generales y específicos que le corresponden, y remitirá a la Asociación una Declaración Responsable donde manifiesta estar al corriente y cumplir con los referidos requisitos.

## 6. Estructura de gestión y gobernanza

### 6.1 Estructura de gestión

Para su desarrollo, el Club de Producto, necesita la creación de un ente gestor. Este ente gestor puede tener diferentes formatos que será necesario valorar con los agentes implicados para tomar, en cada caso, la solución más adecuada. No todos los Clubs de Producto tienen que tener un modelo idéntico de gestión, aunque, como se verá más adelante, la mayoría optan por un formato muy similar (asociación sin ánimo de lucro).

Entre las posibilidades que se pueden poner en marcha podemos destacar las siguientes:

#### 6.1.1 Gestión desde una entidad pública

Una primera opción es que alguna administración asuma la gestión del Club. En general suele ser la administración regional la que suele asumir este rol, aunque en productos con un claro componente territorial (afectar en exclusiva a una zona concreta) esta entidad puede ser de ámbito más local (mancomunidad, consorcio, empresa pública territorial, comarca,...). En todo caso hay que considerar que la mayor parte de los Clubs de Producto tendrán un componente regional que, aunque no cubra la totalidad de la zona, sí afecte a estructuras que superan las posibles establecidas para la administración local.

En este caso, el modelo de funcionamiento sería mediante un convenio o contrato suscrito entre la administración turística y el empresariado. Del mismo modo sería necesario establecer un protocolo interno con otros departamentos de Gobierno de Navarra en función de sus competencias en temas relacionados con el producto, en especial con la gestión de recursos.

Este protocolo a firmar con los empresarios y empresarias abordaría los siguientes aspectos:

- Obligaciones (por ejemplo, a cumplir con el protocolo de calidad).
- Derechos (por ejemplo, a utilizar la marca y/o participar en acciones específicas de promoción).
- Obligaciones de la administración (por ejemplo, aportación de fondos, acciones de promoción, responsabilidades de gestión...)
- Modelo de gobernanza.
- Del mismo modo sería necesario abordar un protocolo similar con las administraciones locales que puedan (o deseen) estar implicadas en el desarrollo de este plan de producto.

#### 6.1.2 Creación de una entidad sin ánimo de lucro.

Esta solución permite disponer de una entidad con personalidad jurídica que le permita abordar diferentes acciones (contrataciones, recepción de subvenciones, participación de proyectos de



diversa índole, acciones de comercialización, formación,...). Es la opción que con más frecuencia se adopta para el impulso de este tipo de proyectos.

Existirían dos fórmulas jurídicas básicas a la hora de optar por esta solución:

- **Fundaciones:** es una opción que no suele adoptarse habitualmente por dos razones, la necesidad de aportar el capital fundacional y la pérdida de éste en caso de disolución. Por otro lado, el trámite de alta es más lento, el funcionamiento no es representativo y la gestión es más complicada. En todo caso es una opción a valorar porque puede presentar algunas ventajas si se quiere que las administraciones tengan un peso sustancial. Las y los empresarios, para poder alcanzar una adecuada representatividad en el patronato, máximo órgano de gobierno de la entidad, deberían organizar, en nuestra opinión, su presencia mediante asociaciones. Tiene algunas ventajas desde el punto de vista fiscal y a la posibilidad de acceder a algunas ayudas específicas.
- **Asociación sin ánimo de lucro creada para este fin<sup>8</sup>.** Es en general la solución más utilizada por los diferentes Clubs de Producto existentes en nuestro país, tanto de ámbito regional como nacional. En la asociación están incluidos como miembros de pleno derecho las y los empresarios y, en ocasiones, la administración local y la administración regional. El máximo órgano de decisión es la asamblea, lo que garantiza un funcionamiento democrático de la organización. El funcionamiento de estas entidades está regulado por la ley 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación. La constitución de una asociación es un acto administrativo sencillo y rápido.
- **Asociación ya creada para otros fines que asume las competencias del Club.** Es una situación que se ha producido en algunas ocasiones, bien a partir de asociaciones o entidades vinculadas con grupos de acción local o bien asociaciones profesionales turísticas que asumen las funciones de ente gestor del Club. Tiene como ventajas el hecho de disponer de un ente ya creado y de una estructura de gestión que puede asumir desde el primer momento competencias. Tiene por el contrario dos problemas importantes a tener en cuenta, la primera es la de arbitrar un sistema de representatividad en la toma de decisiones de la organización que, al estar organizada para otros fines, tiene sus órganos de dirección adaptados para esos planteamientos, siendo difícil arbitrar medidas que permitan a las y los socios del Club participar en la misma; la segunda es una posible competencia entre socios y socias al disponer los que estaban integrados anteriormente en la organización una mayor influencia o generen un sesgo en la orientación de la asociación; un último problema puede venir motivado por el hecho de que el funcionamiento del Club y el posicionamiento de marca quede diluido entre otras acciones de la asociación.

---

<sup>8</sup> Una vez estudiadas las diferentes posibilidades, la naturaleza de los potenciales socios y otros casos en otros destinos, Gobierno de Navarra apuesta por impulsar la creación de una asociación sin ánimo de lucro, que dé cabida tanto a socios públicos como privados. El Anexo I de este documento incluye un modelo de Estatutos para esa asociación.

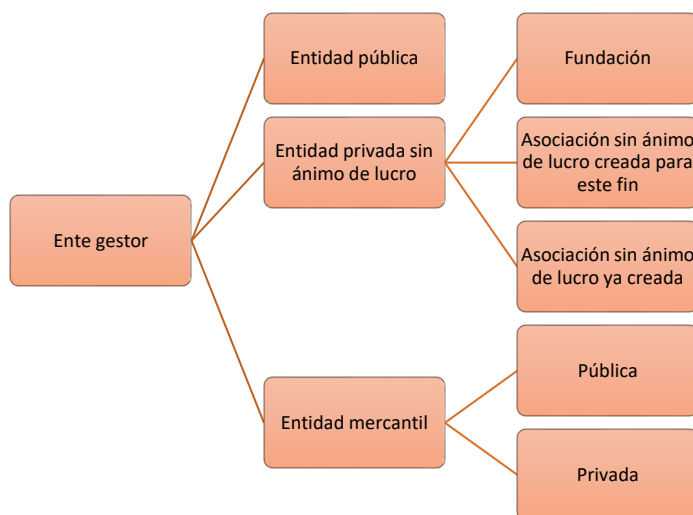
### 6.1.3 Creación de una entidad mercantil con ánimo de lucro

Aunque no es una fórmula que se esté utilizando podría ser una tercera posibilidad de organizar un Club de Producto. La justificación de esta opción vendría definida por una orientación marcadamente dirigida al mercado y porque esta opción presentará algunas ventajas de cara a la comercialización. Si se puede dar el caso de crear una entidad de estas características (dentro de las diferentes opciones que permite la ley) como entidad asociada o dependiente de la entidad gestora del club, como elemento instrumental a la hora de poder abordar algunas actuaciones claramente comerciales.

Existe la posibilidad de que el ente gestor esté configurado por una sociedad mercantil pública (bien 100% pública o participada). Esta circunstancia aporta algunas ventajas operativas frente a que el proceso sea gestionado directamente por la administración. En el caso de Navarra, al no existir una sociedad pública de turismo, esta solución no parece muy viable, a no ser que se constituyera una específicamente para un Club, situación que a priori se antoja compleja y que debería ser valorada detenidamente.

En todo caso, una solución de este estilo requeriría igualmente una reflexión sobre la fórmula de participación de las y los empresarios; las soluciones para esta cuestión (y aunque podrían existir otras como la participación de los empresarios y empresarias en el accionariado) tendrían que moverse en la línea expuesta en la situación de que la gestión fuera desempeñada por la administración regional; esta solución es la adoptada por algunas Comunidades Autónomas, como en el caso de Cataluña.

Ilustración 1. Esquema con las posibles fórmulas de articulación de un Ente Gestor para el Club de Producto.



Conviene señalar que, con independencia de la figura que adopte la estructura del Club, es importante contar con la figura de un técnico (gerente o responsable de marketing) que sea capaz de movilizar a la entidad en el día a día. Es recomendable que el papel y funciones de esta figura quede definida en los estatutos o en el reglamento de régimen interior.

## 6.2 La marca Navarra en Bici

Desde el Servicio de Planificación e Innovación Turística de Gobierno de Navarra, promotor de este proyecto, se propone el uso de la marca Navarra en Bici para el Club, como *marca paraguas* bajo la cual se agrupe y promocioe el conjunto de la oferta cicloturista foral.

**Gobierno de Navarra procederá al registro de la marca y a la realización del Manual de Identidad Gráfica de la misma.**

**Esta propuesta deberá ser aprobada por la Asociación.** En caso favorable, se firmará un acuerdo de cesión de la marca por parte de Gobierno de Navarra, para su uso según los términos establecidos en el reglamento de uso de la misma (Anexo II de este Manual).



Ilustración 2. Marca Navarra en Bici, tal y como aparece actualmente en la web oficial de turismo de Navarra.

## 7. Estructura de financiación

### 7.1 Fase de lanzamiento (2023-2024)

Los objetivos del Club requieren de una necesaria financiación. En una primera fase de lanzamiento su promotor, Gobierno de Navarra, financiará la asistencia técnica encargada de la coordinación y ejecución de las actuaciones aprobadas por la Junta del Club, y destinará así mismo una partida para el desarrollo de las acciones de promoción y comercialización que se apruebe.

Esta fase de lanzamiento está prevista para los años 2023, año de puesta en marcha y captación de socios y socias, y 2024, año de afianzamiento del proyecto.

### 7.2 Fase de creación de la estructura de financiación (2025 en adelante)

Se han establecido tres vías principales de financiación:

#### 7.2.1 Aportaciones de los socios y socias

Tras la fase de lanzamiento, como otros clubes de producto, se estima que los socios y socias realicen aportaciones económicas como contribución necesaria para la viabilidad del club. Estas aportaciones pueden ser de tres tipos:

##### A. Cuota de entrada

La cuota de entrada es la aportación económica a liquidar por la empresa o entidad participante, en el momento de ser admitido en el Club. Este tipo de cuotas tienen la función de contribuir a los esfuerzos previos realizados por los socios y socias, posteriormente a la fase de lanzamiento.

En el caso de establecerse, el importe será establecido de común acuerdo entre el Comité de Seguimiento y la Junta de la Asociación.

##### B. Cuota de pertenencia

Con carácter anual, la cuota de pertenencia es la aportación de los socios y socias al Club para contribuir a los gastos y disfrutar de sus ventajas.

El importe de la cuota deberá ser establecido de común acuerdo por la Junta Directiva de la Asociación y el Comité de Seguimiento, y ratificada por la Asamblea de la Asociación.

Aspectos como la capacidad de las empresas y entidades participantes, el presupuesto anual del Club o los servicios que éste presta a sus asociados, son criterios que pueden ayudar a determinar el importe de estas cuotas.

Como en otros clubes de producto, el importe de esta cuota puede ser diferente en función del tipo de asociado (tipo de empresa, institución...), tamaño (número de empleados, número de habitaciones, facturación...) o actividad (operador, alojamiento, guía...) de manera que sea un sistema equilibrado.

#### C. Derramas

Puede darse el caso de que se decida desde el Club, por motivos de oportunidad, realizar algún tipo de actuación no contemplada inicialmente, o que, por ejemplo, se decida desarrollar una acción que es sólo de interés para una parte de los socios y socias. En estos casos se sugiere recurrir, tras su aprobación, a derramas extraordinarias.

#### 7.2.2 Ayudas y subvenciones públicas

Las ayudas y subvenciones públicas a las que el Club pueda optar, constituyen una fuente de financiación de alto interés, especialmente en el contexto actual y de los próximos años, donde desde diferentes ámbitos se impulsan proyectos que impulsan la sostenibilidad, la descarbonización y reducción de emisiones, las medidas contra la despoblación rural o la movilidad sostenible.

Existen también en la actualidad ayudas específicas para las estructuras de Club de Producto, tanto desde el ámbito nacional como comarcal, a las que el proyecto podrá optar.

Paralelamente, cada una de las ocho unidades turísticas de Navarra (UGET's) ha sido adjudicataria de financiación europea (Fondos Next Generation de Recuperación y Resiliencia) para la ejecución de sus Planes de Sostenibilidad Turística en Destino. Todos ellos, actualmente en ejecución hasta 2025, cuentan con partidas destinadas a clubes de producto y a cicloturismo en particular. Previsiblemente podrán diseñarse actuaciones desde el Club que compartan objetivos con estos proyectos, y puedan ser por tanto afrontados económicamente desde los mismos.

Así mismo, hay otras líneas de ayuda europeas, municipales, desde consorcios u otras administraciones, a las que el Club, por su naturaleza, podrá optar.

Frente a este conjunto de oportunidades, el Club Navarra en Bici deberá estar atento a las mismas para su captación, así como contar con una cartera de proyectos ya preparada con los que optar a las mismas.

#### 7.2.3 Recursos propios

La tercera línea de financiación sería la generación de recursos propios. El Club podrá contemplar actuaciones que generen ingresos, como la venta de merchandising, la esponsorización, el ticketing u otros que puedan surgir. Estos ingresos, como asociación sin ánimo de lucro, deberán por ley reinvertirse en actuaciones para alcanzar los objetivos del proyecto.

## 8. Estrategia de marketing

El desarrollo de un Club de Producto precisa un tratamiento promocional y de comercialización basado en una estrategia de nicho. Precisamente el desarrollo de un club de producto se pone en marcha para obtener ventajas y beneficios optimizados centrandolo las actividades en el segmento al que se dirige y en el que opera, sin diluir esfuerzos en un planteamiento de promoción general no focalizado.

En este capítulo se propone una metodología para abarcar este ámbito de trabajo como punto de partida, y que en cualquier caso deberá estar **alineada con la estrategia actual del Servicio de Marketing de Gobierno de Navarra:**

1. **Articular la oferta desde el punto de vista de la demanda** (en el caso del cicloturismo, articularla desde los tipos de usuario y experiencias)
2. **Identificar las ventajas competitivas de nuestra oferta** (es decir, aquellos atributos positivos diferenciadores reconocidos por la demanda y que nos distinguen en el mercado frente a la competencia)
3. **Seleccionar un posicionamiento competitivo** (definir qué lugar queremos que nuestra marca ocupe en la mente del potencial cliente o el mercado)
4. **Segmentar nuestro público objetivo** (identificar qué segmentos de demanda serán prioritarios y por qué, o cuáles estratégicos o de oportunidad)
5. **Diseñar un plan de promoción y comercialización** que afiance nuestro posicionamiento en el mercado, con subprogramas de actuación para cada público objetivo identificado y cada subproducto de ciclismo, **siempre alineados con la estrategia general regional marcada desde Turismo.**

Todo este planteamiento determinará qué herramientas y soportes necesitamos, o qué canales y actuaciones son las más adecuadas.

Se incluye a continuación una relación de actuaciones recomendadas, en relación a la estrategia de marketing, a partir de los pasos del planteamiento anterior.

ESTRATEGIA DE MARKETING	
Estrategias	Actuaciones
1. <b>Articular la oferta desde el punto de vista de la demanda</b>	Dentro del foro entre instituciones públicas y tejido empresarial que supone el Club de Producto, se recomienda realizar una reflexión conjunta acerca de cómo articular la oferta actual para su presentación al mercado. Se recomienda estudiar la estrategia actual de competidores directos y destinos de referencia (a través de sus webs actuales de promoción) y replantear la estrategia actual basada en rutas hacia un planteamiento a

	<p>partir de los perfiles de demanda, definidos a partir del tipo de modalidad ciclista y experiencias.</p> <p>Esta reflexión puede desarrollarse como una sesión de trabajo conjunta de la que debe extraerse un documento sintético que refleje por escrito las líneas clave para definir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— la reorganización de la oferta actual para su presentación al mercado</li> <li>— los puntos clave para la definición del posicionamiento estratégico</li> </ul> <p>El desarrollo de esta sesión podría estar dirigida por un técnico/a o consultor/a especialista en comunicación y posicionamiento, para ayudar a obtener los resultados esperados.</p>
2. Identificar las ventajas competitivas de nuestra oferta	<p>Fruto de la sesión anterior antes descrita, sería de utilidad contar con un documento que identifique de forma sintética:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— la batería de atributos que definen la oferta de turismo ciclista actual de Navarra</li> <li>— las ventajas competitivas de la misma (a partir de la demanda y la competencia)</li> </ul>
3. Seleccionar un posicionamiento competitivo	<p>Fruto del consenso debería concretarse el posicionamiento competitivo que regirá las actuaciones en materia de diseño de producto, comunicación y comercialización.</p> <p>Este posicionamiento competitivo debería concretarse por escrito en una frase. Las actuaciones de marketing deberán ser coherentes con este posicionamiento.</p> <p>A partir de un posicionamiento estratégico general de Navarra en Bici en el mercado, es compatible contar con matices específicos para cada segmento (carretera, BTT, slow...) basados en las ventajas competitivas identificadas.</p>
4. Segmentar nuestro público objetivo	<p>Conviene identificar nuestros públicos objetivo: quienes son, dónde están, cómo compran experiencias ciclistas y dónde, y qué aspectos de la oferta juegan un papel clave en la toma de decisiones.</p> <p>Existen numerosos estudios realizados por terceros e incluso por destinos competidores, que junto a la experiencia propia de los profesionales socios y socias ayudará a identificar los públicos objetivo. Conviene agrupar estos públicos en categorías del tipo: prioritarios, estratégicos o de oportunidad, por ejemplo.</p> <p>La definición de estos públicos orientará el diseño de las acciones de comunicación y comercialización contempladas en el Plan del punto 5.</p>
5. Diseñar un Plan de Promoción y Comercialización	<p>Las acciones de nuestro plan (se recomienda Anual) vendrán definidas por:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— La identificación de los públicos objetivos</li> <li>— La categoría o priorización de los mismos</li> <li>— El presupuesto disponible</li> </ul> <p>De esta manera, el Plan deberá contemplar actuaciones comunes al conjunto de nuestro mercado, y programas específicos para alcanzar a cada uno de nuestros públicos, a los cuales se accede de diferente manera (no es lo mismo dirigirse por ejemplo a operadores internacionales, a clubes ciclistas, cliente de carretera, familiar y excursionista o grupos de BTT, por ejemplo).</p>

## 9. Plan de calidad, seguimiento y mejora continua

### 9.1 Plan de calidad

El plan de calidad del Club que consta en este Manual se plantea como un punto de partida diseñado a partir del análisis de las características de la oferta actual y el grado de maduración de este segmento en Navarra, no obstante, es un planteamiento dinámico, que se sufrirá modificaciones, reorientaciones o incorporaciones de requisitos en función de la evolución en el tiempo del producto y el mercado al que se dirige. Se trata por tanto de un sistema auto regulado donde los socios y socias deciden el nivel de calidad adecuado para el desarrollo del producto en cada momento.

**El objetivo del Plan de Calidad es establecer un estándar de calidad para el conjunto de socios y socias, y por tanto del producto que sale al mercado, con el objetivo de ser competitivos y generar un nivel óptimo de satisfacción en la demanda.**

Los requisitos para este Plan de Calidad, tanto generales como específicos para cada tipo de socio, son los que se detallan en el capítulo 4 del presente Manual de Producto.

### 9.2 Sistema de evaluación y seguimiento

El sistema de evaluación y seguimiento cuenta con las siguientes herramientas:

#### 9.2.1 Sistema de fichas de evaluación

Son las **fichas que contienen los requisitos obligatorios y específicos para cada tipo de socio**, y a partir de las cuales se realizan los procesos de auditoría (punto 3 del proceso de adhesión descrito en el capítulo 5) y de autoevaluación (punto 7 del capítulo 5).

#### 9.2.2 Autoevaluación y Declaración Responsable

Con carácter anual, cada socio realizará un **autodiagnóstico** y remitirá a la Asociación una Declaración Responsable donde manifiesta cumplir adecuadamente con los requisitos del Plan de Calidad.

#### 9.2.3 Verificación aleatoria

Anualmente desde la administración se realizará una verificación de requisitos **de al menos un 10% del total de asociados**, seleccionados de manera aleatoria.

### 9.3 Plan de mejora continua

El plan de mejora continua contempla dos actuaciones:

#### 9.3.1 Revisión anual del Plan de Calidad

**Con carácter anual, la Asociación realizará una revisión del sistema de requisitos y verificaciones establecido en el Plan de Calidad**, con el objetivo de que estos sean efectivos



para su propósito, que es velar por la calidad de la oferta y generar un alto nivel de satisfacción en la demanda. A partir de esta revisión se procederá a:

- Ratificar o no el planteamiento de cada uno de los requisitos, tanto obligatorios como recomendados, para cada tipo de socio
- Incorporar, si procede, nuevos requisitos o sistema de fichas para un nuevo tipo de socio
- Modificar el sistema de auditoría o complementarlo, si procede
- Incorporar otras herramientas de calidad que se consideren

### 9.3.2 Plan Anual de Formación Navarra en Bici

También con carácter anual, desde la Asociación o su asistencia técnica, se propondrá una **batería de acciones de formación** especialmente adecuadas a la naturaleza y objetivos del Club Navarra en Bici. Estas actuaciones pueden tener que ver con idiomas, habilidades digitales, prácticas sostenibles, gestión, captación de clientes o cualquier otro tema vinculado al desarrollo del Club y los negocios de sus asociados.

Se recomienda que este Plan Anual de Formación Navarra en Bici sea la guía de referencia tanto para las acciones formativas que puedan ser contratadas directamente por el Club para su implementación, como para las instituciones que diseñan acciones formativas al sector turístico (Gobierno de Navarra, Consorcios...). Para este segundo caso, será necesario que desde la Asociación se haga llegar este plan a las instituciones, de manera que éstas puedan diseñar sus programas así adaptados a necesidades identificadas por el propio sector y optimizar recursos.

## 10. Proceso de implantación y desarrollo del club

Se propone a continuación una hoja de ruta para la implantación y desarrollo del Club, identificando fases, actuaciones y calendario. **Se trata únicamente de una sugerencia de actuaciones, como punto de partida, que deberá ser consensuada con los socios y socias del Club, y estar alineada con las estrategias y programas del Servicio de Marketing de Gobierno de Navarra.**

### 10.1 Fase de lanzamiento y articulación (2023)

AÑO 2023					
Objetivos	Actuaciones	Calendario			
		T1	T2	T3	T4
1. Articulación de las bases y herramientas de funcionamiento del Club	a. Cierre de versiones finales de requisitos, plan de calidad, formularios y otros documentos operativos				
	b. Registro de la marca Navarra en Bici y acuerdo de cesión de uso entre Gobierno y Asociación				
	c. Contratación y programación de proceso de adhesión vía web, alojada en la página de Turismo o la que se establezca				
2. Contar con una gestión profesional que impulse el proyecto	d. Contratación de asistencia técnica para el acompañamiento en la implantación y adhesión de socios/os al menos en los próximos 2 años				
	e. Realización de un Plan Operativo Anual				
3. Presentar el proyecto a la sociedad, el sector y el mercado	f. Presentaciones institucionales y al sector				
	g. Contratación de la realización de microsite del producto Navarra en Bici.				
	h. Contratación de contenidos específicos que se estipulen para el microsite (tracks, fotografía, cartografía...)				
4. Conseguir una masa crítica suficiente y adecuada de socios para el Club	i. Inicio de las labores de captación de socios/as y asesoramiento				
	j. Realización de auditorías en los procesos de adhesión				
	k. Inicio de implantación del Plan de Calidad.				
5. Creación del ente gestor	l. Definición de fórmula jurídica				
	m. Redacción de estatutos definitivos				

	n. Tramitación de registro				
6. Definición de la estrategia de marketing (capítulo 8)	o. Desarrollo de talleres de creación de producto entre socios/os.				
	p. Articulación de la oferta				
	q. Identificación de ventajas competitivas, posicionamiento competitivo y públicos objetivo				
7. Iniciar labores de comercialización	r. <i>Famtrip</i> con agencias de viaje y operadores especializados				
8. Plan de formación	s. Definición de propuesta de Plan de Formación (punto 9.3.2)				

## 10.2 Fase de consolidación (2024)

		AÑO 2024			
Objetivos	Actuaciones	Calendario			
		T1	T2	T3	T4
1. Consolidación de la asistencia técnica	a. Realización de un Plan Operativo Anual				
2. Diseño del Plan de Promoción y Comercialización 2024	b. Contar con un calendario de ferias comerciales nacionales e internacionales dirigidas a este segmento				
	c. Contar con un calendario de campañas publicitarias				
	d. Realización de Famtrips y workshops con operadores y agencias de viaje especializadas, nacionales e internacionales				
	e. Realización de materiales promocionales online y papel				
3. Desarrollo de las herramientas y soportes promocionales	f. Creación de material audiovisual promocional para eventos, RRSS, presentaciones...				
	g. Creación y gestión de perfiles Navarra en Bici en Redes Sociales (especialmente Instagram, Facebook y Youtube)				
4. Desarrollo de herramientas y soportes comerciales	h. Creación, redacción y envío de Newsletter (2 al año) dirigido a aa.vv. y operadores, nacionales e internacionales				
	i. Creación de BBDD de contactos comerciales: aa.vv, operadores y clubes de ciclismo				
5.	t. Labores de captación de socios/as y asesoramiento				

Consolidación del número de socios/as y aseguramiento de la calidad	u. Realización de auditorías en los procesos de adhesión				
	v. Implantación y seguimiento de medidas de mejora continua				
6. Contar con un sistema de medición y valoración de resultados	w. Realización de informe de valoración de resultados y memoria de actividad				
	x. Creación de un sistema de indicadores para la medición de resultados, ejecución y desempeño				
8. Plan de formación	y. Definición de propuesta de Plan de Formación (punto 9.3.2)				

### 10.3 Fase de crecimiento y desarrollo (2025 en adelante)

AÑO 2025					
Objetivos	Actuaciones	Calendario			
		T1	T2	T3	T4
1. Consolidación de la gestión del Club	a. Definición y puesta en marcha de la figura de gerente del Club				
2. Diseño del Plan de Promoción y Comercialización 2025-2027	b. Elaboración de plan de promoción a 3 años				
	c. Elaboración de calendario de Ferias				
	d. Elaboración de calendario de famtrips y presstrips				
	e. Creación de un evento cicloturista de repercusión nacional				
3. Herramientas promocionales	f. Continuación con los trabajos y mejora de página web y redes sociales				
	g. Elaboración de fotografías y videos de cara a disponer de materiales para redes y otros soportes promocionales				
	h. Elaboración de material promocional impreso				
	i. Programa de embajadores				
4. Herramientas de comercialización	j. Continuación con la newsletter				
	k. Plan de fidelización				
5.	l. Continuar la labor captación de nuevos socios/as				

Consolidación de la asociación	m. Consolidación de la estructura asociativa y los grupos de trabajo				
	n. Desarrollo de auditorías				
	o. Revisión y mejora del Plan de Calidad				
8. Plan de formación	z. Definición de propuesta de Plan de Formación (punto 9.3.2)				

## Anexo I. Estatutos de la Asociación Navarra en Bici

---

\*NOTA: Este anexo incluye un modelo de estatutos para su revisión, para la creación de una asociación sin ánimo de lucro para el Club de Producto de Cicloturismo: Asociación Navarra en Bici.

### TÍTULO I. DENOMINACIÓN Y RÉGIMEN DE LA ASOCIACIÓN

---

#### Artículo 1. Denominación

Con la denominación de ASOCIACIÓN CLUB DE PRODUCTO NAVARRA EN BICI se constituye una entidad sin ánimo de lucro, al amparo del artículo 22 de la Constitución Española, que se registrará por la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora de Derecho de Asociación, normas concordantes y de desarrollo y por los presentes Estatutos.

La Junta Directiva podrá redactar las Normas de Régimen Interior que estime necesario, para su posterior aprobación por la Asamblea General, sin que en su contenido se pueda disponer nada contrario a los Estatutos y demás normas legales de obligado cumplimiento.

Los principios que deben presidir la elaboración, en su caso, de las Normas de Régimen Interior serán los necesarios para configurar un funcionamiento abierto, transparente, participativo y dinámico de la Asociación, que permita dar respuesta conveniente a las iniciativas de sus socios/as y a las de cualquier persona o entidad interesada en contribuir al cumplimiento de los fines sobre los que se fundamenta su existencia.

#### Artículo 2. Personalidad jurídica

La Asociación tiene personalidad jurídica propia y goza de plena capacidad jurídica y de obrar y se constituye por tiempo indefinido.

En consecuencia, puede, con carácter enunciativo y no limitativo, adquirir, conservar, poseer, disponer, enajenar por cualquier medio y gravar toda clase de bienes, muebles o inmuebles, y derechos; realizar todo tipo de actos y contratos; transigir y acudir a la vía administrativa o judicial ejercitando toda clase de acciones y excepciones ante Juzgados, Tribunales y Organismos públicos y privados.

### TÍTULO II. FINES Y ACTIVIDADES DE LA ASOCIACIÓN

---

#### Artículo 3. Objeto y fines.

Es objeto general de la Asociación desarrollar las acciones y actividades para la promoción, comercialización y difusión del cicloturismo como recurso turístico e impulsar el desarrollo de la actividad turística relacionada con la misma, así como el fomento del cicloturismo en la Comunidad Foral de Navarra.

Los fines de la asociación son los siguientes:

- a) Defender, promover y difundir la movilidad sostenible en la Comunidad Foral de Navarra y, especialmente, el uso de la bicicleta como vehículo de transporte y de ocio.
- b) Impulsar el desarrollo de la actividad turística relacionada con el mundo de la bicicleta.
- c) Impulsar la creación, señalización, difusión y mantenimiento de rutas de cicloturismo y caminos y carriles para bicicleta.
- d) Mejorar la cualificación de los agentes implicados en el cicloturismo.
- e) Favorecer el desarrollo y la mejora continua de las empresas implicadas en el cicloturismo y, en general, relacionadas directa o indirectamente con el mundo de la bicicleta.
- f) Promover la cohesión de los sectores de la producción y comercialización del producto de cicloturismo, así como promover redes colaborativas entre los diferentes agentes.
- g) Mejorar la calidad de productos y servicios de este segmento.
- h) Impulsar el estudio y la investigación de la actividad cicloturista y del uso de la bicicleta en general.
- i) Luchar contra la despoblación rural y favorecer el desarrollo equilibrado y sostenible de los espacios rurales a través de la actividad turística relacionada con la bicicleta.

#### **Artículo 4. Actividades.**

Para el logro de sus fines, la Asociación podrá desarrollar, entre otras, las siguientes actividades:

- a) Acciones de promoción del turismo en general y del turismo relacionado con el mundo del cicloturismo en particular tanto en Navarra como fuera de la región.
- b) Desarrollar cursos y acciones formativas destinadas a la mejora de la cualificación de los asociados, y en general de todos los agentes implicados en el mundo del cicloturismo y en el sector turístico y, en general de cualquier agente público o privado interesado en el mundo del cicloturismo y el turismo.
- c) Organización de eventos y actividades temáticas relacionadas con el cicloturismo y el turismo.
- d) Realización de publicaciones de carácter divulgativo, temático o científico.
- e) Participar en foros sobre aspectos relacionados con el turismo en general y con el cicloturismo en particular.
- f) Gestionar la marca Navarra en Bici.
- g) Impulsar y/o participar en proyectos regionales, nacionales e internacionales que en su temática aborden el tema del cicloturismo y/o el turismo.
- h) Suscribir acuerdos que favorezcan la cooperación y la búsqueda de líneas de actuación conjunta con entidades análogas.
- i) Facilitar la comercialización del producto cicloturismo tanto de manera directa como en colaboración con terceros.

Los beneficios obtenidos por la Asociación, derivados del ejercicio de actividades económicas que pudieran producirse, incluidas las prestaciones de servicios, deberán destinarse, exclusivamente, al cumplimiento de sus fines, sin que quepa en ningún caso su reparto entre los socios/as ni entre sus cónyuges o personas que convivan con aquéllos con análoga relación de afectividad, ni entre sus parientes, ni su cesión gratuita a personas físicas o jurídicas con interés lucrativo.

La Asociación, atendidas las circunstancias de cada momento, tendrá plena libertad para proyectar su actuación hacia cualesquiera de las finalidades y actividades expresadas en este artículo, según los objetivos concretos que, a juicio de sus órganos resulten prioritarios.

El cumplimiento de los fines de la Asociación podrá alcanzarse, entre otros modos posibles, por la Asociación, directamente; creando o cooperando a la creación de otras entidades o mediante acuerdos de colaboración con otras entidades, organismos, instituciones o personas de cualquier clase, físicas o jurídicas, públicas o privadas, incluso sociedades mercantiles u órganos dependientes de otros Estados, de la Unión Europea, la Administración Central, Autonómica, Provincial o Local.

### TITULO III. DOMICILIO Y ÁMBITO TERRITORIAL

---

#### **Artículo 5. Domicilio y ámbito territorial**

El domicilio social se fija en Pamplona, en el parque Tomás Caballero, 2, 1ª planta, C.P. 31006, sin perjuicio de ser trasladado a cualquier lugar dentro de su ámbito territorial, traslado que será notificado al Registro de Asociaciones.

Los traslados del domicilio social que no supongan un cambio de localidad serán acordados por la Junta Directiva, la cual comunicará al Registro de Asociaciones la nueva dirección.

El ámbito territorial de actuación en el que la Asociación desarrollará, principalmente, sus actividades es todo el territorio de la Comunidad Foral de Navarra.

#### **Artículo 6. Ámbito**

La Asociación se crea con duración indefinida, salvo su disolución conforme a los presentes Estatutos y a las leyes de aplicación.

### TITULO IV. ÓRGANOS DE LA ASOCIACIÓN

---

#### CAPITULO I. CLASES Y DENOMINACIÓN

#### **Artículo 7. Clases y denominación de los órganos**

Los órganos de la Asociación son:

- a) Órgano de gobierno: La Asamblea General



- b) Órganos de representación y gestión: La Junta Directiva.

## CAPITULO II. ASAMBLEA GENERAL

### Artículo 8. Carácter y composición

La Asamblea General, integrada por todas las socias, es el órgano de expresión de su voluntad y adopta sus acuerdos por el principio mayoritario o de democracia interna.

### Artículo 9. Clases de Asambleas

1. En la primera reunión de la Asamblea General se elegirá al/a la Presidente/a y Secretario/a y al resto de miembros de la Junta Directiva. Para ello se establecerá una mesa constituyente con la persona de mayor edad como presidente/a y la de más joven de secretario/a.

El/La Presidente/a y el/la Secretario/a de la Junta Directiva serán a su vez el/la Presidente/a y el/la Secretario/a de la Asamblea General.

2. Las reuniones de la Asamblea General serán Ordinarias y Extraordinarias.
  - a) La Asamblea General Ordinaria se celebrará, al menos, una vez al año dentro de los seis meses siguientes al cierre del ejercicio, para examinar y aprobar los presupuestos y las cuentas.
  - b) Las Asambleas Generales Extraordinarias se celebrarán cuando las circunstancias lo aconsejen, a juicio del/de la Presidente/a, cuando la Junta Directiva lo acuerde o cuando lo proponga por escrito una décima parte de las personas asociadas.

### Artículo 10. Convocatorias

1. Las convocatorias de las Asambleas Generales se realizarán por escrito expresando el lugar, día y hora de la reunión así como el orden del día con expresión concreta de los asuntos a tratar. Entre la convocatoria y el día señalado para la celebración de la Asamblea en primera convocatoria habrán de mediar al menos quince días.
2. La Asamblea General quedará constituida válidamente en primera convocatoria con la asistencia de Presidente/a y Secretario/a o de las personas que les sustituyan además de un tercio de las personas asociadas presentes o representadas con derecho a voto, y en segunda convocatoria, que se celebrará media hora después de la primera, cualquiera que sea el número de las mismas con derecho a voto.

### Artículo 11. Celebración de reuniones y adopción de acuerdos.

1. Para la aprobación del acta de la Asamblea General, ésta designará a tres personas como interventores de acta, que la aprobarán con la firma del/ de la secretario/a y visto bueno del/de la presidente/a.
2. Las reuniones se dirigirán por el/la Presidente/a y todos los asuntos se debatirán y votarán conforme figuren en el orden del día, y no podrá adoptarse ningún acuerdo

sobre asuntos que no consten en el mismo, salvo por unanimidad de todas las socias y socios integrantes de la Asamblea General.

Tienen derecho a voto todas las socias. Para ejercer el voto en la asamblea deberán estar al día del pago de cuota, salvo situaciones debidamente justificadas.

3. Los acuerdos se adoptarán por mayoría simple de las socias presentes o representadas cuando los votos afirmativos superen a los negativos, no siendo computables a estos efectos los votos nulos, en blanco, ni las abstenciones.
4. No obstante, requerirán mayoría cualificada de las socias presentes o representadas, que resultará cuando los votos afirmativos superen la mitad, los acuerdos relativos a:
  - a) Disolución de la Asociación.
  - b) Modificación de los Estatutos.
  - c) Disposición o enajenación de bienes.

#### **Artículo 12. Competencias**

Son competencias de la Asamblea General Ordinaria, los asuntos siguientes:

- a) Elegir a los miembros de la Junta Directiva y a su Presidente/a.
- b) Aprobar, en su caso, la gestión de la Junta Directiva en relación con las funciones que les encomiendan estos Estatutos.
- c) Examinar y aprobar el plan de actividades y el presupuesto, así como la memoria y las cuentas anuales, formuladas por la Junta Directiva.
- d) Constitución de Federaciones o integración en ellas.
- e) Acordar los gastos que haya que atenderse con cuotas extraordinarias y su establecimiento, así como los de las cuotas ordinarias, fijar la cuantía de éstas y su periodicidad.
- f) Aprobar, en su caso, las Normas de Régimen Interior.
- g) Acordar la enajenación y disposición de los bienes inmuebles de los que sea titular la Asociación.
- h) Solicitar la declaración de utilidad pública, para la Asociación.
- i) Acordar la remuneración, en su caso, de los miembros del órgano de representación.
- j) Cualquiera otra que no sea de la competencia exclusiva de la Asamblea General Extraordinaria.

Corresponde a la Asamblea General Extraordinaria:

- a) Modificación de los Estatutos.
- b) Disolución de la Asociación y, en su caso, nombramiento de liquidadores.

#### **Artículo 13. Obligatoriedad de los acuerdos**

Los acuerdos serán ejecutivos desde el momento en que se adopten por la Asamblea General y obligarán a todos los socios/as, incluso a los no asistentes, llevándose a un libro de actas que firmará el Presidente/a y el Secretario/a.

### CAPITULO III. JUNTA DIRECTIVA

#### **Artículo 14. Naturaleza y composición**

1. La Junta Directiva es el órgano que gestiona, administra y representa los intereses de la Asociación, de acuerdo con las disposiciones de la Asamblea General.
2. En concreto la Junta Directiva se compone de:
  - Presidente/a.
  - Secretario/a.
  - Vicepresidente/a.
  - Vocales, con un máximo de 9.
3. La elección de las personas que integran la Junta Directiva se hará por la Asamblea General, entre sus propios miembros, por sufragio libre y secreto.  
Únicamente podrán optar a la candidatura las socias que no se hallen incursas en los motivos de incompatibilidad establecidos en la legislación vigente.
4. Las personas que integran la Junta Directiva ejercerán sus funciones de forma gratuita.

#### **Artículo 15. Reglas y procedimientos para la sustitución de las y los miembros de la Junta Directiva.**

1. Las personas que integran la Junta Directiva ejercerán su mandato durante un periodo de cuatro años, pudiendo ser reelegidas al final del mismo. Si representan a una entidad, cambiará automáticamente la persona si cambia el cargo que ocupa dentro de la entidad.
2. Además de por la expiración de dicho mandato, el cese tendrá lugar por las siguientes causas:
  - a) Por fallecimiento o dimisión.
  - b) Por pérdida de la condición social.
  - c) Por incompatibilidad sobrevenida.
  - d) Por incapacidad judicial.
  - e) Por inasistencia a las reuniones de forma reiterada o sin causa justificada.
  - f) Incumplimiento de las funciones inherentes al cargo que se desempeña.
  - g) Cualquier causa debidamente motivada.

Las causas de cese en el cargo contempladas en las letras e), f) y g) deberán acordarse por la Asamblea General.

3. Las vacantes que se produzcan en la Junta Directiva se cubrirán en la primera Asamblea General que se celebre, para lo que reste del mandato que ostentaba la persona sustituida.

No obstante, la Junta Directiva podrá elegir, por mayoría absoluta de sus miembros, a una socia para que ocupe el puesto vacante con carácter provisional, hasta la reunión de la próxima Asamblea General.

4. En caso de ausencia o enfermedad, el/la Presidente/a será sustituido/a por el/la Vicepresidente/a si lo hubiera, y si no, por la persona de la Junta de mayor edad, y el/la Secretario/a por la de menor edad.

En iguales supuestos, quienes tuvieran asignadas funciones específicas en la Junta Directiva, se sustituirán por otra u otro integrante de la Junta mediante acuerdo adoptado por la misma por mayoría absoluta.

#### **Artículo 16. Sesiones**

1. La Junta Directiva se reunirá al menos dos veces al año, y cuantas veces sea preciso para la buena marcha de la Asociación, por convocatoria realizada por el/la Presidente/a, a iniciativa propia o de un tercio de sus miembros, con una antelación mínima de 48 horas a su celebración por escrito con medios telemáticos.

2. No podrá adoptarse acuerdo alguno que no figure en el orden del día, salvo que, estando presentes la totalidad de las personas que integran la Junta Directiva, lo acuerden por unanimidad.

3. La Junta Directiva quedará válidamente constituida cuando asistan más de la mitad de las personas que la integran, incluidas en esa proporción el/la Presidente/a y Secretario/a, o en su caso, de las personas que les sustituyan.

4. Las personas que integran la Junta directiva están obligadas a asistir a todas las reuniones que se convoquen salvo que, por causas justificadas, puedan excusar su asistencia.

5. Para que los acuerdos de la Junta Directiva sean válidos deberán ser tomados por mayoría de votos de quienes asistan. En caso de empate, el voto del/de la Presidente/a será de calidad.

6. Los acuerdos de la Junta Directiva se harán constar en el libro de actas, que habrá de firmarse por el/la Presidente/a y el/la Secretario/a. Para la aprobación del acta de la Junta Directiva, ésta designará a tres personas como interventores de acta, que la aprobarán con la firma del/ de la secretario/a y visto bueno del/de la presidente/a.

#### **Artículo 17. Competencias**

Las competencias de la Junta Directiva se extenderán con carácter general a todos los actos propios de las finalidades de la Asociación siempre que no correspondan a la Asamblea General y, en particular:

- a) Velar por el cumplimiento de estos Estatutos y de los acuerdos válidamente adoptados por los órganos de gobierno de la Asociación.
- b) Dirigir las actividades sociales y ejercer, en general, todas las funciones de disposición, administración, gestión, conservación, custodia y defensa de los bienes de la Asociación, acordando la realización de todos los contratos y actos que sean necesarios, sin perjuicio

de lo dispuesto en el artículo 12, en relación a la disposición y enajenación de los bienes de la Asociación.

- c) Ejecutar los acuerdos de la Asamblea General.
- d) Elaborar los Presupuestos Anuales y el Estado de Cuentas y someterlos a la aprobación de la Asamblea General.
- e) Acordar la realización de auditorías voluntarias y designar auditores.
- f) Elaborar las Normas de Régimen Interior y otros reglamentos o normas necesarios para el buen funcionamiento de la asociación y el cumplimiento de sus fines.
- g) Resolver sobre la admisión y la baja de los socios/as.
- h) Proponer a la Asamblea General las cuotas que hayan de satisfacer los socios/as.
- i) Nombrar delegados para alguna determinada actividad de la Asociación o crear comisiones de trabajo, para el mejor desarrollo de las actividades de la entidad.
- j) Nombrar apoderados generales o especiales. Interpretar los presentes Estatutos para la consecución del mejor funcionamiento de la Asociación y someter su reforma a la Asamblea General.
- k) Cualquier otra facultad que no sea de la exclusiva competencia de la Asamblea General.

#### **Artículo 18. Presidente/a. Competencias**

El Presidente/a tendrá las siguientes atribuciones:

- a) Velar por los fines de la Asociación y su cumplimiento.
- b) Representar, legalmente, a la Asociación, con plenos poderes, en todos los actos que sea preciso y ante toda clase de organismos y personas, físicas o jurídicas, públicas o privadas.
- c) Ejecutar los acuerdos de la Junta Directiva, sin perjuicio de que ésta pueda designar a otro u otros de sus miembros.
- d) Convocar, presidir y levantar las sesiones que celebre la Asamblea General, la Junta Directiva y el Consejo Asesor, dirigiendo sus deliberaciones.
- e) Ordenar los pagos, sin perjuicio de los apoderamientos que pueda acordar la Junta Directiva. En este sentido, podrá realizar toda clase de operaciones bancarias ante personas, organismos o entes públicos y entidades bancarias, así como abrir, seguir, cerrar o cancelar cuentas corrientes, de crédito y de ahorro, en cualquier entidad financiera, tanto pública como privada.
- f) Autorizar con su firma los documentos, actas y correspondencia.
- g) Adoptar cualquier medida urgente que la buena marcha de la Asociación aconseje o resulte necesaria o conveniente en el desarrollo de sus actividades, sin perjuicio de la obligación de dar cuenta, posteriormente, a la Junta Directiva.
- h) Cualesquiera otras funciones que le encomienden la Asamblea General, la Junta Directiva o estos Estatutos.

#### **Artículo 19. Vicepresidente/a. Competencias**

Son facultades del Vicepresidente/a:

- a) Sustituir al Presidente/a en caso de ausencia, enfermedad o cese.

- b) Las que le delegue el Presidente/a o le atribuya la Junta Directiva.

#### **Artículo 20. Secretario/a. Competencias**

Son facultades del secretario/a:

- a) Redactar y firmar las actas correspondientes a las reuniones que celebren la Asamblea General, la Junta Directiva y el Consejo Asesor.
- b) Custodiar el archivo de la Asociación y el libro de actas de las reuniones de sus órganos.
- c) Asistir al Presidente/a en la elaboración del orden del día de las reuniones de los órganos de la Asociación y remitir las convocatorias.
- d) Expedir certificaciones de los acuerdos adoptados por los órganos de la Asociación y recabar el visto bueno del Presidente/a. Llevar el control de las altas y las bajas de los socios/as mediante los libros y ficheros que legalmente sean exigibles y los demás que considere necesarios.
- e) Realizar las acciones de la gestión económica de la asociación y, en concreto
- f) Supervisar la contabilidad y su adecuación a las normas vigentes en cada momento y custodiar los fondos de la Asociación.
- g) Presentar los proyectos de presupuestos y de las cuentas anuales que hayan de someterse a la Junta Directiva, para su posterior aprobación por la Asamblea General y controlar la ejecución del presupuesto señalando, en su caso, las desviaciones.
- h) Dar cumplimiento a las órdenes de pago que expida el Presidente/a.
- i) Cualesquiera otras funciones que le fueran encomendadas por la Junta Directiva o el Presidente/a.

#### **Artículo 21. Tesorero/a**

Son facultades del tesorero/a:

- a) Velar por la correcta gestión económica de la sociedad.
- b) Llevar la contabilidad de la asociación y velar por la custodia de las cuentas.
- c) Realizar los pagos a realizar por orden del presidente.
- d) Elaborar las memorias económicas anuales para la presentación a la Asamblea.
- e) Elaborar los presupuestos anuales para su presentación a la Asamblea.

#### **Artículo 22. Vocales. Competencia**

Los vocales tendrán las obligaciones propias de su cargo, como miembros de la Junta Directiva, así como las que se deriven de las delegaciones o comisiones de trabajo que la propia Junta les encomiende.

### TITULO V. LAS PERSONAS ASOCIADAS

---

#### CAPÍTULO I. CONDICIÓN, ADMISIÓN Y CLASES DE SOCIAS Y SOCIOS

#### **Artículo 23. Condición**

Podrán formar parte de la Asociación, adquiriendo la plenitud de derechos y obligaciones en los términos recogidos en estos Estatutos, aquellas personas físicas o jurídicas que tengan interés en los fines de la Asociación. La condición de socia es intransmisible.

#### Artículo 24. Admisión

Quienes deseen adquirir la condición de socio/a, lo solicitarán a la Junta Directiva por escrito en el que conste, su identificación, la manifestación de voluntad de asociarse, unida al acatamiento de estos Estatutos y de las disposiciones por las que la Asociación se rija en cada momento y la invitación de al menos un socio de pleno derecho de la asociación.

En el supuesto de afiliación de personas físicas necesitarán tener capacidad de obrar y no estar sujetas a ninguna condición legal para el ejercicio de este derecho. En el supuesto de afiliación de una persona jurídica de carácter asociativo, la solicitud de admisión deberá ser suscrita por su representante legal, o persona habilitada para el ejercicio de esa representación, acompañando copia o testimonio del acuerdo que autoriza expresamente la adhesión emitida por su órgano gestor competente. Las personas jurídicas de naturaleza institucional presentarán una solicitud de admisión firmada por su representante legal o persona habilitada para esta función, acompañada de acuerdo de su órgano rector.

En la solicitud deberá figurar el nombre de la persona que ostentará la delegación de la entidad ante la asociación.

La Junta Directiva, en la primera sesión que celebre después de la presentación de la solicitud, la estudiará y, en su caso, aprobará la admisión del solicitante como socio/a, ordenando la inscripción en el Libro Registro de Socios/as y comunicándoselo al solicitante.

#### Artículo 25. Clases de **socias** y socios

Dentro de la Asociación existirán las siguientes clases:

- Tendrán la condición de socios fundadores aquellas personas y entidades que figuren en el momento de la constitución. A los efectos de derechos y deberes tendrán la consideración de socios de número.
- Socios/as de número, que serán todos los socios/as de pleno derecho de la Asociación, que ingresen tras su fundación.
- Socios/as honoríficos, los que por su prestigio o por haber contribuido de modo relevante a la dignificación y desarrollo de la Asociación o por su contribución personal y/o profesional a los fines de la misma, se hagan acreedores a tal distinción. El nombramiento de los socios/as de honor corresponderá a la Asamblea General a propuesta de la Junta Directiva.

**Comentado [ARM1]:** En la reunión con el sector público y privado, es preciso establecer aquí lo que se decida sobre el voto de las entidades locales. Se propone que las entidades públicas municipales, al margen de cuántas se asocien, estén representadas con un número fijo de votos por UGET, de manera que no se distorsione la representatividad y votos. Es una sugerencia a valorar.

## CAPÍTULO II. DERECHOS Y DEBERES DE LOS SOCIOS/AS

#### Artículo 26. Derechos

Son derechos de los socios/as:

- a) Participar en las actividades de la Asociación y en los órganos de gobierno y representación y ejercer el derecho de voto, así como a asistir a la Asamblea General, de acuerdo con los Estatutos.
- a) Participar en todas las actividades que promueva la Asociación
- b) Recibir las convocatorias de las Asambleas Generales y participar en las mismas con voz y voto, pudiendo conferir a tal efecto, su representación a otras y otros miembros.
- c) Participar en los órganos de dirección de la Asociación, siendo electora o elector y elegible para los mismos.
- d) Disponer de un ejemplar de estos Estatutos y, en su caso, del Reglamento de Régimen Interior.
- e) Recibir información sobre los acuerdos adoptados por los órganos directivos de la Asociación.
- f) Acceder a los Libros de Actas y de Cuentas.
- g) Recibir información acerca de la composición de los órganos de gobierno y representación de la Asociación, de su estado de cuentas y del desarrollo de su actividad. Esta información se facilitará en la Asamblea General o, fuera de ella si lo solicitan al menos el 10% de las socias.
- h) Recurrir los acuerdos de la Junta Directiva ante la Asamblea General, y los de ésta ante los órganos judiciales que legalmente correspondan.
- i) A presentar solicitudes, propuestas y quejas ante los órganos de la Asociación.
- j) A que se le oiga con carácter previo a la adopción de medidas disciplinarias contra su persona y a que se le informe de los hechos que den lugar a tales medidas, debiendo ser motivado el acuerdo que, en su caso imponga la sanción.
- k) Cualquier otro derecho que esté reconocido en la normativa aplicable.

#### **Artículo 27. Deberes**

Son deberes de los socios/as:

- a) Compartir los principios y fines de la Asociación y colaborar para la consecución de los mismos.
- b) Pagar las cuotas, derramas y otras aportaciones que, con arreglo a los Estatutos, puedan corresponder a cada socio/a.
- c) Cumplir el resto de las obligaciones que resulten de estos Estatutos.
- d) Acatar y cumplir los acuerdos válidamente adoptados por los órganos de gobierno y representación de la Asociación.
- e) En el caso de los socios/as que sean persona jurídica, comunicar por escrito a la Asociación los cambios de la persona que ostente la representación.
- f) Desempeñar los cargos para los que fueren designados y que hubieren aceptado fehacientemente.
- g) Comunicar por escrito a la Asociación, con quince días de antelación a la fecha en que haya de producirse el cese, su voluntad de causar baja como socio/a.



- h) Asistir de forma regular a las reuniones a las que se le convoque y participar con el papel y dedicación que se haya acordado en el desarrollo de proyectos y actividades consensuadas para la consecución de los fines de la asociación
- i) Cumplir cualesquiera otros deberes que les sean impuestos por estos Estatutos o por cualquier disposición legal.

Los socios/as honoríficos quedarán excluidos del régimen general de derechos y obligaciones establecido en los artículos anteriores, sin perjuicio de la obligación general de cumplir el contenido de los presentes Estatutos en aquellos aspectos que les afecten y de colaborar con los órganos de la Asociación al mejor cumplimiento de sus fines.

### CAPÍTULO III. BAJAS Y RÉGIMEN DISCIPLINARIO

#### Artículo 28. Bajas

Los socios/as causarán baja por algunas de las causas siguientes:

- a) Por renuncia voluntaria, comunicada por escrito a la Junta Directiva.
- b) Por extinción de la persona jurídica, en el caso de los socios/as que tengan esta condición.
- c) Por falta de pago de la cuota.
- d) Por acuerdo de la Junta Directiva basado en el incumplimiento de las obligaciones establecidas en los presentes Estatutos, o de las normas de aplicación.
- e) Por conducta contraria a la buena convivencia y a los fines de la Asociación.

La pérdida de la condición de socio/a se producirá de forma automática en los supuestos a) y b). Para los supuestos c), d) y e) se aplicará lo establecido en el artículo siguiente.

#### Artículo 29. Régimen Disciplinario

El socio/a que incumpliere sus obligaciones para con la Asociación o que, con su conducta, menoscabe la buena convivencia, los fines o el prestigio de la Asociación, será objeto del correspondiente expediente disciplinario por parte de la Junta Directiva, que resolverá lo que proceda, una vez recibido en audiencia al afectado.

Si la Junta Directiva estimara que existen causas suficientes para la expulsión del socio/a, lo propondrá a la Asamblea General, para su aprobación.

### TÍTULO VI. RÉGIMEN ECONÓMICO Y PATRIMONIAL

---

#### CAPÍTULO I. PATRIMONIO Y EJERCICIO ECONÓMICO

#### Artículo 30. Patrimonio

La Asociación no precisa de patrimonio fundacional inicial para la realización de sus fines.

No obstante, en la medida en la que la actividad de la Asociación avance, el patrimonio de la Asociación podrá estar constituido por toda clase de bienes y derechos susceptibles de valoración económica.

#### **Artículo 31. Ejercicio económico**

El ejercicio económico de la Asociación será anual y su cierre tendrá lugar el último día del año natural.

### CAPÍTULO II. RECURSOS ECONÓMICOS

#### **Artículo 32. Ingresos**

Los recursos previstos para el desarrollo de los fines y actividades de la Asociación serán los siguientes:

- a) Las cuotas de entrada, periódicas o extraordinarias que en cada momento establezca la Asamblea General.
- b) Los legados o herencias que pudiera recibir de forma legal por parte de los socios/as o de terceras personas.
- c) Las subvenciones, ayudas y auxilios que reciba de la Unión Europea, Administración estatal, regional, provincial o municipal, así como las que le concedan otras instituciones de carácter privado.
- d) Los provenientes de las actividades económicas o de la prestación de los servicios que promueva, organice o gestione la Asociación, por sí misma o en colaboración, para el mejor cumplimiento de sus fines.
- e) Los rendimientos del patrimonio propio.
- f) Cualquier otro recurso lícito.

#### **Artículo 33. Cuotas**

Las cuotas ordinarias o extraordinarias se establecerán por la Asamblea General, a propuesta de la Junta Directiva, y no son reintegrables en caso alguno.

Para la admisión de nuevos socios/as, podrá ser fijada por la Asamblea General, como aportación inicial, no reintegrable, una cuota de admisión.

### CAPÍTULO III. ADMINISTRACIÓN, CONTABILIDAD Y DOCUMENTACIÓN

#### **Artículo 34. Obligaciones documentales, contables y de gestión**

1. La Asociación tendrá las siguientes obligaciones documentales:
  - a) Dispondrá de una relación actualizada de sus socias
  - b) Llevará una contabilidad conforme a las normas específicas que le sean aplicables, que permita obtener la imagen fiel del patrimonio, del resultado y de la situación financiera de la entidad, así como de las actividades realizadas.

- c) Efectuará un inventario de sus bienes.
- d) Recogerá en un libro las actas de las reuniones de sus órganos de gobierno y representación.
  - 2. Las actas de las reuniones de los órganos de la Asociación reflejarán el extracto de las deliberaciones, el texto de los acuerdos que se hayan adoptado y el resultado numérico de las votaciones.
  - 3. Las socias podrán acceder a toda la documentación que se relaciona en el artículo anterior, a través de la Junta Directiva, en los términos previstos en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

## TITULO VII. DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA ASOCIACIÓN.

---

### Artículo 35. Disolución

La Asociación se disolverá por los siguientes supuestos:

- a) Por voluntad de los socios/as, expresada mediante acuerdo de la Asamblea General convocada al efecto a propuesta de un número de socios/as no inferior al 10 por 100. El acuerdo sobre la disolución requerirá mayoría cualificada de las personas presentes o representadas, en los términos establecidos en el artículo 11 de estos Estatutos.
- b) Por imposibilidad de cumplir los fines previstos en los Estatutos, apreciada por acuerdo de la Asamblea General, por mayoría cualificada.
- c) Por cualquier causa legal.
- d) Por sentencia judicial firme.

### Artículo 36. Proceso de liquidación

- 1. La disolución de la Asociación abrirá un periodo de liquidación durante el cual la Junta Directiva se convertirá en Comisión Liquidadora, salvo que la Asamblea General confiera esta función a una Comisión Liquidadora especialmente designada a tal efecto.
- 2. En todo caso la Comisión Liquidadora tendrá las competencias establecidas en el artículo 18, párrafos 3 y 4, de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo.
- 3. Una vez extinguidas las deudas, y si existiese remanente, éste se destinará para fines que no desvirtúen el carácter no lucrativo de la entidad, en concreto a proyectos públicos o privados de innovación social vinculados a Navarra

### Art. 37. Efectos registrales de la extinción

Culminado el proceso de liquidación del patrimonio asociativo y atribuido su remanente a terceros, se procederá a dar de baja a la Asociación en los correspondientes Registros.

## TITULO VIII. REFORMA DE LOS ESTATUTOS

---

### Artículo 38. Reforma de los Estatutos

Las modificaciones de los presentes Estatutos serán de competencia de la Asamblea General Extraordinaria, adoptándose el acuerdo por mayoría cualificada de las personas presentes o representadas, en los términos establecidos en el artículo 11 de estos Estatutos.

Las modificaciones que se realicen se comunicarán al Registro correspondiente.

#### DISPOSICIÓN ADICIONAL

En todo cuanto no esté previsto en los presentes Estatutos, se aplicará la vigente Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación, y las Disposiciones complementarias.

En \_\_\_\_\_ a \_\_ de \_\_\_\_\_ de 202\_

## Anexo II. Reglamento de uso de la marca Navarra en Bici

### INTRODUCCIÓN

Desde el Servicio de Planificación e Innovación Turística de Gobierno de Navarra, promotor de este proyecto, se propone el uso de la marca Navarra en Bici para el Club, como marca paraguas bajo la cual se agrupe y promocioe el conjunto de la oferta cicloturista foral.

Gobierno de Navarra procederá al registro de la marca y a la realización del Manual de Identidad Gráfica de la misma.

Esta propuesta deberá ser aprobada por la Asociación. En caso favorable, se firmará un acuerdo de cesión de la marca por parte de Gobierno de Navarra, para su uso según los términos establecidos en el presente reglamento de uso.

### REGLAMENTO

1. El presente reglamento se establece para regular la gestión de la marca Navarra en Bici y establecer de forma clara y transparente las condiciones, derechos y obligaciones, de todas aquellas personas físicas y jurídicas interesadas en la participación del Club y en la utilización de esta.
2. La marca Navarra en Bici es propiedad de Gobierno de Navarra, responsable de su gestión legal y administrativa, quien cede su uso en exclusiva a la Asociación.
3. La Asociación podrá autorizar el uso de la marca a sus asociados, en las condiciones y con las obligaciones recogidas en el presente reglamento. Los y las asociados y asociadas se entiende que, necesariamente, cumplen con los requisitos obligatorios establecidos en el plan de calidad y necesarios para adherirse al Club, así como con las obligaciones que ello implica.
4. Los asociados tienen el compromiso del correcto uso del manual de imagen corporativa y de las normas de utilización de la marca que se establecen en este reglamento.
5. Los asociados podrán utilizar la imagen de marca en sus soportes de comunicación.
6. Queda expresamente prohibido el uso de la marca para la utilización en productos de merchandising, salvo autorización expresa de la Junta Directiva de la Asociación.
7. Todos los miembros adheridos al Club mantendrán un especial cuidado en el manejo de la marca, tanto en sus aspectos formales gráficos, como en lo que se refiere a la buena imagen de la misma.
8. La marca dispone de un manual de uso de los aspectos gráficos de la misma que deberá respetarse en todo momento para ofrecer a los clientes y usuarios una imagen conjunta adecuada.
9. Los socios del Club se comprometen a la inclusión de la imagen de marca en su material de promoción y en las acciones de comunicación, ya sea digitales o analógicas. La marca no podrá utilizarse para el etiquetado de productos.
10. La Asociación velará por el correcto uso de la marca, realizando si fuera necesario las aportaciones necesarias para la mejora del uso de esta por parte de los miembros adheridos.
11. El uso inadecuado de la marca puede ser causa de la retirada del derecho de uso de la misma y, en consecuencia, de la participación en el Club.

12. Este reglamento es un documento dinámico, que podrá sufrir modificaciones en sus contenidos, cambios que se articularán según procedimiento a continuación:
- La propuesta de modificación deberá ser presentadas por escrito a la Junta o Comité, y serán compartidas con todos los agentes participantes para, en un plazo establecido, emitir aportaciones u opiniones.
  - Revisada la propuesta y las aportaciones recibidas, la Junta manifestará la aceptación o rechazo de la misma. La urgencia o trascendencia de la modificación, podrá requerir de junta extraordinaria.
13. El acuerdo final de aceptación (y por tanto incorporación al reglamento) o rechazo se elevará a la Junta Directiva de la asociación para su ratificación e incorporación al reglamento.

## Anexo IV. Formulario de solicitud de adhesión



Club de Producto Navarra en Bici

### FORMULARIO DE SOLICITUD DE ADHESIÓN PARA ENTIDADES Y EMPRESAS

D/D<sup>a</sup> \_\_\_\_\_, con DNI \_\_\_\_\_, representante legal de la empresa/entidad \_\_\_\_\_, con domicilio, a efectos de notificación en \_\_\_\_\_, teléfono \_\_\_\_\_, y correo electrónico \_\_\_\_\_

#### MANIFIESTA

La intención de la entidad a la que representa de participar en el proyecto Club de Producto Navarra en Bici para el impulso y desarrollo del producto de cicloturismo en Navarra, y

#### EXPONE

- Que la participación en el Club de Producto Navarra en Bici ha sido aprobada por [órgano de decisión que corresponda en cada caso] en la reunión celebrada el día \_\_\_\_\_ (Se adjunta certificado del acuerdo adoptado)
- Que cumple con los criterios de acceso establecidos en el Manual de Producto Navarra en Bici.
- Que cumple con los requisitos obligatorios establecidos en el Manual de Producto Navarra en Bici.
- Que permite a la Asociación Navarra en Bici realizar la auditoría pertinente para comprobar el cumplimiento de ellos requisitos obligatorios.
- Que asume las obligaciones y compromisos establecidos en el Manual de Producto Navarra en Bici:
  - i Respetar los principios del Club establecidos en el Manual de Producto Navarra en Bici.
  - ii Cumplir con el Plan de Calidad.
  - iii Hacer un uso responsable de la marca, según las condiciones establecidas en el reglamento y respetando el manual de identidad corporativa.
  - iv Fomentar el trabajo conjunto y la colaboración entre los socios del Club.
  - v Abonar las cuotas de participación que se establezcan en cada momento, definidas mediante consenso en los órganos de participación del Club.
  - vi Participar en la estructura de gestión del Club, acciones de creación o mejora de producto, reuniones y otras actividades que se desarrollen.
  - vii Facilitar información estadística, aplicación de encuestas de satisfacción o de otro tipo, sobre el desarrollo y efectos de las actuaciones del Club, que permitan medir y evaluar los resultados.

#### SOLICITA

Su adhesión como socio a la Asociación Club de Producto Navarra en Bici.

En \_\_\_\_\_, a \_\_\_\_\_, de \_\_\_\_\_, de 2023

Firma



## FORMULARIO DE SOLICITUD DE ADHESIÓN PARA AUTÓNOMOS Y PARTICULARES

D/D<sup>a</sup> \_\_\_\_\_, con DNI \_\_\_\_\_, y domicilio, a efectos de notificación en \_\_\_\_\_, teléfono \_\_\_\_\_, y correo electrónico \_\_\_\_\_,

### MANIFIESTA

La intención de la entidad a la que representa de participar en el proyecto Club de Producto Navarra en Bici para el impulso y desarrollo del producto de cicloturismo en Navarra, y

### EXPONE

- Que cumple con los criterios de acceso establecidos en el Manual de Producto Navarra en Bici.
- Que cumple con los requisitos obligatorios establecidos en el Manual de Producto Navarra en Bici.
- Que permite a la Asociación Navarra en Bici realizar la auditoría pertinente para comprobar el cumplimiento de ellos requisitos obligatorios.
- Que asume las obligaciones y compromisos establecidos en el Manual de Producto Navarra en Bici:
  - viii Respetar los principios del Club establecidos en el Manual de Producto Navarra en Bici.
  - ix Cumplir con el Plan de Calidad.
  - x Hacer un uso responsable de la marca, según las condiciones establecidas en el reglamento y respetando el manual de identidad corporativa.
  - xi Fomentar el trabajo conjunto y la colaboración entre los socios del Club.
  - xii Abonar las cuotas de participación que se establezcan en cada momento, definidas mediante consenso en los órganos de participación del Club.
  - xiii Participar en la estructura de gestión del Club, acciones de creación o mejora de producto, reuniones y otras actividades que se desarrollen.
  - xiv Facilitar información estadística, aplicación de encuestas de satisfacción o de otro tipo, sobre el desarrollo y efectos de las actuaciones del Club, que permitan medir y evaluar los resultados.

### SOLICITA

Su adhesión como socio a la Asociación Club de Producto Navarra en Bici.

En \_\_\_\_\_, a \_\_\_\_\_, de \_\_\_\_\_, de 2023

Firma