



Diputación
de Burgos

Cultura



PLAN DIRECTOR 2025-2030

**DIPUTACIÓN DE BURGOS
CULTURA & PATRIMONIO**



PLAN DIRECTOR

INDICE CONTENIDOS

- Motivaciones del Plan
- Análisis interno
 - Modelo de negocio Cultura & Patrimonio
 - Propuesta de Valor
- Análisis externo
- Análisis DAFO
- Visioning Estratégico:
 - Misión, Visión, Valores
 - Visión pormenorizada del cambio
- Líneas estratégicas
- Mapa de Objetivos Estratégicos
- KPI´s /Indicadores de gestión / Observatorio
- Planes de Acción
- Presupuesto
- Próximos pasos



PLAN DIRECTOR

INDICE CONTENIDOS

- **MOTIVACIONES DEL PLAN**
- Análisis interno
 - Modelo de negocio Cultura & Patrimonio
 - Propuesta de Valor
- Análisis externo
- Análisis DAFO
- Visioning Estratégico:
 - Misión, Visión, Valores
 - Visión pormenorizada del cambio
- Líneas estratégicas
- Mapa de Objetivos Estratégicos
- KPI´s /Indicadores de gestión / Observatorio
- Planes de Acción
- Presupuesto
- Próximos pasos



- Establecer una **hoja de ruta para el periodo 2025 - 2030**, desde la situación actual a través de un diagnóstico establecer los principales objetivos y planes de actuación.
- **Sostenibilidad de la inversión**, logrando un **efecto multiplicador del presupuesto** a través de grandes proyectos sostenibles que **pongan en valor los recursos culturales y patrimoniales** de la provincia.
- Partiendo del modelo actual abordar los **cambios oportunos** en el **modelo de gestión buscando un alineamiento integral con la estrategia regional** impulsada por la Dirección General de Patrimonio JCYL.
- Alineación total del triángulo de acción **Cultura, Patrimonio (material e inmaterial) y Turismo**
- Lograr una **involucración del ecosistema cultural y patrimonial** de la provincia de Burgos con impacto positivo en la **profesionalización del sector**.
- Creación de un **Observatorio** que mida la evolución de los objetivos y resultados del plan estratégico





En el desarrollo del Plan Director se ha contado con la participación de las siguientes entidades, a través de sesiones conjuntas de trabajo y entrevistas individuales con el objetivo de conocer su visión y la puesta en común de la estrategia de la Diputación.



EXCMA. DIPUTACIÓN
PROVINCIAL DE BURGOS
Unidad de Educación y Cultura.



Ayuntamiento
de Burgos



Diputación de Burgos

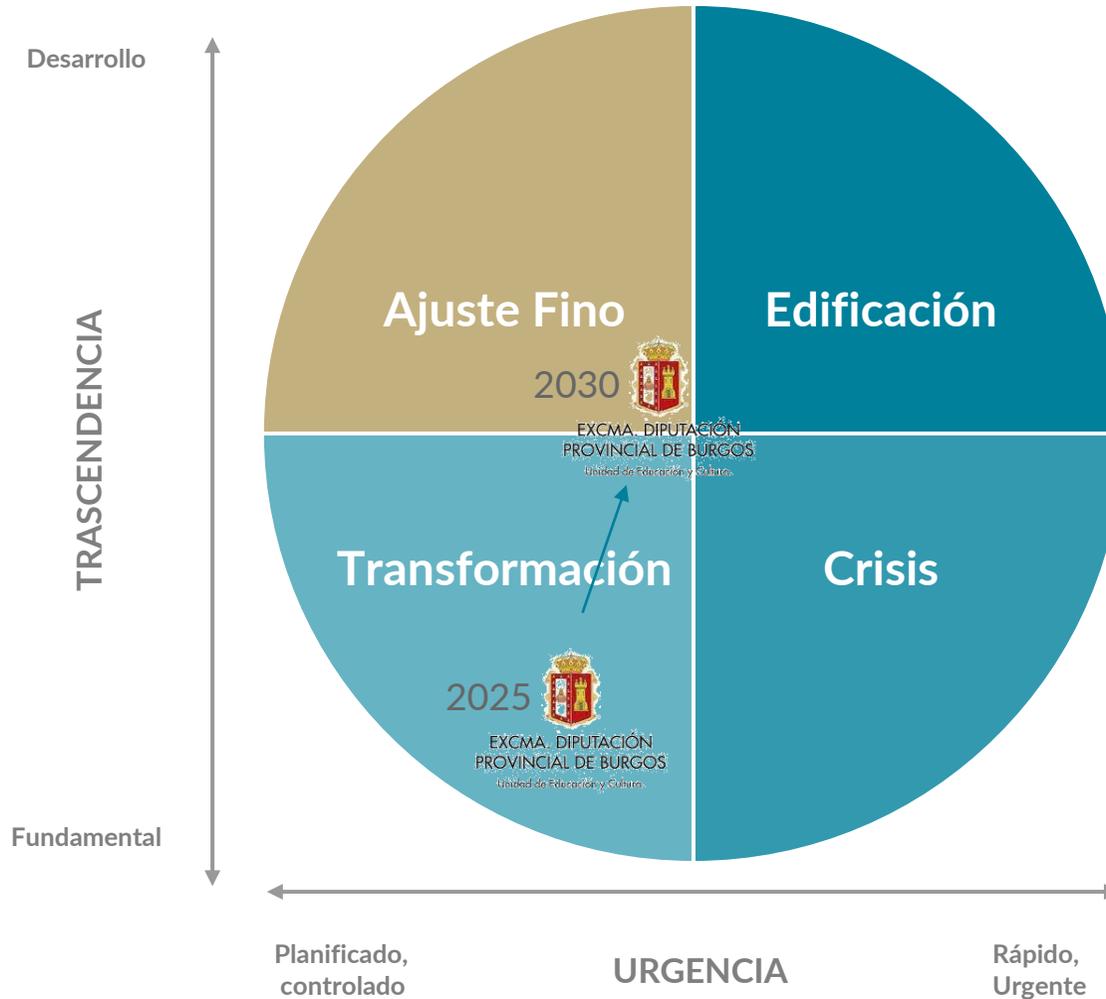


■ CLVNIA ■





¿Qué modelo de plan abordamos?



El presente plan director aborda un **proceso de transformación** durante los primeros años del mismo sobre la operativa liderada por la Diputación de Burgos en la gestión de la cultura, patrimonio y turismo de la provincia de Burgos.

La transformación ya iniciada dará a un proceso de **ajuste fino** de las líneas de trabajo e **iniciativas** en el año 2030, año de finalización del presente plan.



PLAN DIRECTOR

INDICE CONTENIDOS

- Motivaciones del Plan
- **ANÁLISIS INTERNO**
 - Modelo de negocio Cultura & Patrimonio
 - Propuesta de Valor
- Análisis externo
- Análisis DAFO
- Visioning Estratégico:
 - Misión, Visión, Valores
 - Visión pormenorizada del cambio
- Líneas estratégicas
- Mapa de Objetivos Estratégicos
- KPI´s /Indicadores de gestión / Observatorio
- Planes de Acción
- Presupuesto
- Próximos pasos



Diseño del modelo de negocio

ANÁLISIS ESTRATÉGICO



ANÁLISIS EXTERNO
(Qué pasa fuera)

+

ANÁLISIS INTERNO
(Qué pasa dentro)



¿Qué **MODELO** de Gestión de Patrimonio Cultural queremos y necesitamos?



ALIANZAS

- Asociaciones, Fundaciones
- Entidades Locales
- Ayuntamientos
- DG Patrimonio / Cultura / Turismo JCYL
- Arzobispado
- SODEBUR
- Cultura Burgos (ciudad)
- Convenios con diferentes entidades

ACTIVIDADES CLAVE

- Gestión Integral: cultura turismo, educación
- Promoción / Comunicación
- Captación de Fondos

RECURSOS CLAVE

- Presupuesto
- Patrimonio Propio
- Recursos Internos

PROPUESTA DE VALOR

- Promoción / Difusión Valor Patrimonio
- Contacto directo
- Desarrollo Rural
- Financiación y apoyo a través de Convocatorias
- Convenios entidades
- Innovación / Digital
- Sostenibilidad

RELACIÓN

- Cercanía
- Presencialidad
- Convenios

CANALES

- Web
- RRSS
- Eventos, Exposiciones
- BOP

SEGMENTOS

- Ayuntamientos
- Asociaciones
- Sociedad
- Ciudadanos
- Turistas
- Teatro / Música / Circo / Recreaciones Históricas / Fiestas Patronales
- Municipios Provincia Burgos
- Madrid – País Vasco

ESTRUCTURA DE COSTES

- Personal
- Dotaciones Presupuesto

FUENTES DE INGRESOS

- Presupuesto
- Fondos Europeos
- Publicaciones / ventas entradas
- Otros modelos de ingresos (Patrocinios, Mecenazgo, ...)



ANÁLISIS INTERNO: SEGMENTACIÓN



SOCIEDAD

- Ciudadanos de la provincia, habitantes de los municipios de la provincia
- Turistas



8

- Ayuntamientos de la provincia de Burgos



ASOCIACIONES

- Entidades Asociativas vinculadas a a actividad cultural, patrimonial turística.



EMPRESAS

- Entramado empresarial
- Vinculación al sector y las industrias culturales/turismo



COMISIÓN EDUCACIÓN & CULTURA

CULTURA

- Entre otras líneas de actuación cabe destacar tres aspectos fundamentales:
 - **Velar, promover y potenciar el patrimonio histórico artístico de la Diputación** como Clunia, complejo San Salvador de Oña etc.;
 - Realizar **actividades de difusión cultural** a través, entre otros, del Festival de Clunia
 - **Apoyar a las asociaciones y artistas** de la provincia a través de certámenes, festivales de teatro, bailes, campaneros y corales, concentración de bandas de música, celebración de cursos y jornadas monográficas en la Academia Provincial de Dibujo, o a través de convocatorias de ayudas y subvenciones, para asociaciones y ayuntamientos



EXCMA. DIPUTACIÓN
PROVINCIAL DE BURGOS

Unidad de Educación y Cultura.

TURISMO

- La Diputación **fomenta**, en coordinación con la Sociedad de Desarrollo de Burgos (SODEBUR) las **potencialidades turísticas de la provincia de Burgos**.

EDUCACIÓN

- Realización de campañas de conocimiento de nuestra provincia con destino a nuestros **escolares** a través del programa "Acércate y Verás"
- Mantenimiento del programa "Aulas de la Naturaleza" en las instalaciones de la Diputación Provincial en Pineda de la Sierra.
- Fomenta la **educación artística**, a través de la programación del curso académico en la Academia provincial de dibujo, dirigida no solo a escolares, sino al público en general interesado en los cursos programados.
- Tutoría y supervisión del funcionamiento de la **Residencia Universitaria** de San Agustín, etc.





Diputación
de Burgos

Cultura

EVENTOS (artes
escénicas,
musicales,
artísticas, cultura
- tradición)

CONSERVACIÓN &
PROMOCIÓN
PATRIMONIO

CONSORCIOS,
PATRONATOS,
FUNDACIONES
, CONVENIOS.

SUBVENCIONES

PROGRAMAS
EDUCATIVOS,
ACADEMIA,
RESIDENCIA

PUBLICACIONES

EXPOSICIONES



EXCMA. DIPUTACIÓN
PROVINCIAL DE BURGOS

Unidad de Educación y Cultura.



PEBUR

• 2025 •

Eje estratégico 4:
Desarrollo turístico y
patrimonial

Línea 4.1.

Adecuación de infraestructuras
turísticas



Línea 4.2.

Impulso de la cultura
empresarial y de gestión en el
sector turística



Línea 4.3.

Fomento del trabajo colaborativo
para la diferenciación del destino



Línea 4.4.

Fomento de la promoción
turística del medio rural de la
provincia



*El presente plan director se
integra dentro de las
actuaciones del Plan
Estratégico Burgos Rural 2025
en su eje estratégico
“Desarrollo turístico y
patrimonial”*



PLAN DIRECTOR

INDICE CONTENIDOS

- Motivaciones del Plan
- Análisis Interno
 - Modelo de negocio Cultura & Patrimonio
 - Propuesta de Valor
- Análisis externo
- **ANÁLISIS DAFO**
- Visioning Estratégico:
 - Misión, Visión, Valores
 - Visión pormenorizada del cambio
- Líneas estratégicas
- Mapa de Objetivos Estratégicos
- KPI´s /Indicadores de gestión / Observatorio
- Planes de Acción
- Presupuesto
- Próximos pasos



ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES

- Deterioro numerosos bienes patrimoniales por **insuficiencia de fondos** para su mantenimiento y conservación
- Falta de **coordinación entre diferentes agentes de la provincia de Burgos**. Fallos en la comunicación. Falta de **oferta turística estructurada y coordinada**.
- Falta de interacción (acción) entre iniciativas **Cultura - Turismo**
- Modelos de **financiación clásicos dependientes de la Administración Pública**
- Escasa interacción entre agentes promotores del **patrimonio material, natural e inmaterial** de provincia, sin un modelo de gobernanza vertebrador.
- Escasa **digitalización de la oferta**
- Falta de **visibilidad y reconocimiento del patrimonio inmaterial (baja promoción)**
- Falta de **profesionales especialistas** en gestión cultural y patrimonial.
- Bajos índices de **emprendimiento y de formación** especializada
- Falta de **Estructura interna para la ejecución de actuaciones**.
- Convenios de colaboración históricos continuistas.
- Convenios de colaboración con **poca aportación de valor**.
- **Ausencia de agentes de enlace** entre la Administración y municipios de la provincia

AMENAZAS

- Despoblación, envejecimiento, baja densidad demográfica municipios (sin relevo generacional transmisión patrimonio cultural inmaterial)
- Falta de compromiso población, reducción del orgullo de pertenencia e identidad especialmente población más joven (derivado de la globalización y homogeneización cultural)
- Fuerte competencia con otros destinos turísticos
- Concentración de actividades en periodo veraniego / fines de semana, impacto cambio climático en actividades culturales
- Falta de identificación / reconocimiento externo de los recursos culturales / patrimoniales singulares de la provincia de Burgos
- Poca interacción entre entes asociativos (con proyectos pequeños no colaborativos)
- PEBUR hace referencia únicamente en uno de sus ejes al desarrollo turístico y patrimonial (sin alcance de actuaciones centradas en patrimonio)



ANÁLISIS DAFO

FORTALEZAS

- **Riqueza, variedad y singularidad del Patrimonio**, tradiciones y eventos únicos que atraen turismo, cultura y actividad económica
- Bienes tructores como pueden ser la Catedral, Camino de Santiago, Atapuerca, Santo Domingo de Silos.
- Compromiso y participación activa de asociaciones, comunidades con su patrimonio (sentimiento de pertenecía e identidad)
- Entornos naturales únicos y diferenciales (importancia de integración patrimonio paisaje paisanaje). Rutas turísticas transversales que permiten disfrutar de experiencias exclusivas (no masivas)

OPORTUNIDADES

- Fomento del **turismo sostenible y experiencias culturales** a través de rutas culturales, patrimoniales, gastronómicas. Vías verdes como elementos vertebradores de la provincia. Creación de un territorio turístico inteligente
- Puesta en valor de la cultura y el patrimonio ligada al turismo interior (**Patrimonio-Cultura- turismo**)
- **Público objetivo más maduro** con tiempo y recursos económicos con interés cultural patrimonial. Foco en **Madrid y País Vasco**
- Impulso de productos turísticos no suficientemente explotados (románico / romano)
- Fomento de la Promoción sobre la importancia del patrimonio y cultura que impacte en el aumento de la **identidad, pertenencia y conciencia social**
- **Digitalización** como herramienta de fomento de todos los recursos patrimoniales (materiales e inmateriales) y de conservación de los mismos.
- Proyectos de digitalización y fomento del Románico en lanzamiento (GAL)
- **Nuevas formas de financiación:** patrocinios, colaboraciones, público-privadas, fondos europeos
- **Redes de colaboración** entre la cultura de la provincia y la ciudad aunar esfuerzos
- Figura del **coordinador cultural** como agente en contacto con el ciudadano y municipio



CONCLUSIONES



- Necesidad de impulsar gestión profesional por todos los agentes implicados en cultura y patrimonio.
- Falta de **Estructura interna** para la ejecución (rigidez, poca flexibilidad)
- **Presupuesto destinado a actividades continuistas con poca aportación de valor.**
- **Administración lejana del territorio**, falta de cercanía con los municipios (falta de recurso)
- Comunicación y difusión (cultura como valor de transformación social)
- Necesidad de **impulso y mejora de la digitalización y comunicación**
- Eliminación de determinados Convenios y Subvenciones sin aportación de valor.
- Falta de análisis y métricas que evidencien lo que funciona y lo que no.
- Necesidad de transformación del modelo de subvenciones actual de pocos importes y de poco valor (no proyectos pequeños)
- Optimizar gestión interna, mayor flexibilidad y coordinación en la gestión de subvenciones (tramitación y justificación) entre diferentes departamentos de la institución provincial.



- Fomento de **nuevos sistemas de financiación**:
 - Préstamos liquidez sin aval (emprendedores culturales)
 - Modelos de Cofinanciación
 - Crowdfunding
 - Programas Europeos
- Presupuesto **Patrimonio Inmaterial** (Sí recursos no presupuestos). Investigación y potenciación del Patrimonio Inmaterial
- Ayudas **proyectos cinematográficos**
- Ejes vertebradores del plan: **Lengua Patrimonio Inmaterial, Patrimonio Natural, Románico y Romano**
- Ejes **Románico y romano tractores de otras iniciativas** (Camino, Ribera Duero, Lengua ..)
- Recreaciones históricas (teatro - turismo)
- Mayor esfuerzo en la **promoción, difusión y comunicación.**
- **Reforzar Alianzas** (Grandes Fundaciones, Aytos, Universidad)
- Fomentar **compromiso de ciudadanos, asociaciones**, buscar unidad de pueblos.
- Impulso del apoyo de agentes privados.
- **Modelos colaborativos (red, cooperación, proyectos de comarca)**
- Fomento de programas de **emprendimiento, industrias culturales**



PLAN DIRECTOR

INDICE CONTENIDOS

- Motivaciones del Plan
- Análisis Interno
 - Modelo de negocio Cultura & Patrimonio
 - Propuesta de Valor
- Análisis externo
- Análisis DAFO
- **VISIONING ESTRATÉGICO:**
 - Misión, Visión, Valores
 - Visión pormenorizada del cambio
- Líneas estratégicas
- Mapa de Objetivos Estratégicos
- KPI´s /Indicadores de gestión / Observatorio
- Planes de Acción
- Presupuesto
- Próximos pasos



Visioning estratégico

VISIÓN

Dónde vemos y posicionamos nuestro proyecto de gestión del patrimonio cultural en un medio-largo plazo



VALORES

Atributos, principios, características a transmitir como ejes de la Diputación



MISIÓN

Razón de ser





Objetivo global del plan: clarificar y contextualizar decisiones estratégicas.

Puesta en valor la cultura y patrimonio de la provincia de Burgos para el **ciudadano**; **servir de fuente de desarrollo** (local, social y económico) de los municipios y fomento del turismo

- *Patrimonio & Cultura como **eje de transformación** de la sociedad* (derechos culturales)
- *PEBUR: Desarrollo turístico y patrimonial*



Priorizar actuaciones y presupuesto en base a las aspiraciones estratégicas.

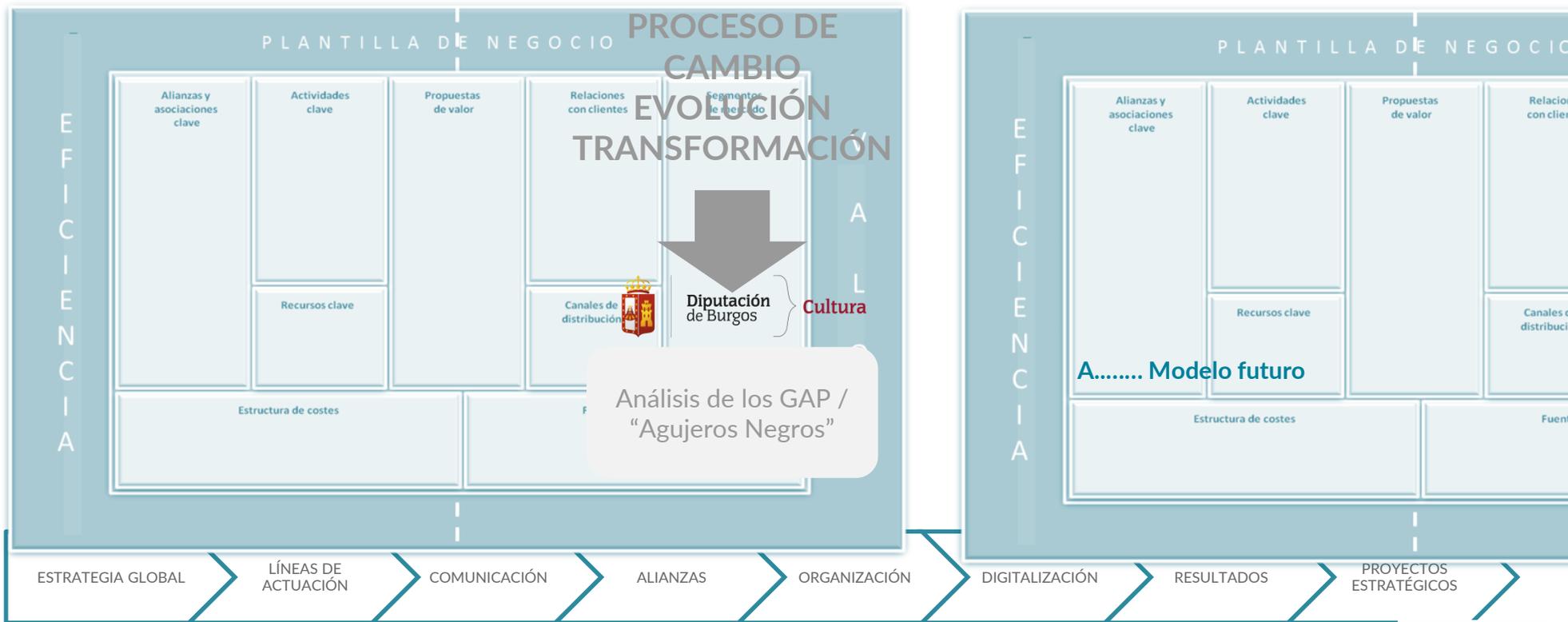
Lograr un **efecto multiplicador del presupuesto** a través de **proyectos culturales/patrimoniales estratégicos** que **aporten valor** al ciudadano y al **desarrollo y visibilidad** de la provincia de Burgos.

Motor económico y de transformación



Visioning estratégico: Modelo Patrimonio Cultural Diputación de Burgos from... to

De..... Modelo actual





ESTRATEGIA GLOBAL

DE...

- De un modelo centrado en la operativa/presupuesto anual **sin una estrategia planificada y** sin la integración de las diferentes unidades y actores principales del sector.
- De una situación previa sin un análisis y reflexión sobre el pasado y presente de la estrategia cultural de la provincia de Burgos
- De un modelo de gestión de “reparto” de subvenciones
- De una estrategia sin foco en líneas de actuación vertebradoras de las actuaciones.

A...

- A un Plan director con una visión global que recoge las líneas, objetivos y planes de acción para los próximos 5 años con interacción entre las diferentes unidades y con foco puesto en el ciudadano
- A una estrategia hacia el futuro con un diagnóstico inicial de partida con la involucración de agentes.
- A un modelo de gestión sostenible con foco en la sostenibilidad social y económica de los proyectos subvencionados.
- A un modelo de prioridad en la gestión del patrimonio propio de la Diputación.

LINEAS DE ACTUACIÓN

DE...

- De un conjunto de actuaciones que vienen desarrollándose por parte de Diputación desde hace años, sin cuestionarse el valor añadido aportado
- Ejes de actuación tradicionales de la provincia: Lengua, Camino de Santiago, Ribera del Duero, Camino del Cid, Atapuerca...
- De una baja interacción turismo & cultura – patrimonio
- De una separación entre las estrategias y actuaciones entre el patrimonio materia e inmaterial
- De una importante estacionalidad en las líneas de actuación

A...

- A una estrategia centrada en aquellas líneas de actuación que aporten valor al ciudadano: diferenciando entre actuaciones tradicionales y nuevas líneas de actuación estratégicas.
- Nuevas líneas de actuación objetivo centradas en el patrimonio propio de Diputación, ejes vertebradores e integradores del conjunto de patrimonio de la provincia: Norte – Sur // Oña & Clunia // Románico – Romano
- A un modelo integral que fomenta el desarrollo y la promoción turística de las líneas de actuación del plan director.
- A un modelo con una estrategia clara y definida de actuación en torno al patrimonio inmaterial y su alcance.
- A un programa de actuaciones planificado durante todo el año.



PRESUPUESTO. FINANCIACIÓN

DE...

- De un “reparto” del presupuesto entre los diferentes proyectos culturales y patrimoniales / Ayuntamientos de la provincia
- De un alcance elevado de beneficiarios receptores de subvenciones de pequeñas cuantías
- De un modelo de financiación de proyectos 100% Diputación
- De un modelo de financiación basado en el presupuesto público de la Administración sin otras vías de entrada de flujos económicos

A...

- A un modelo de presupuesto basado en la aportación de valor de las actuaciones y proyectos con un modelo de gestión sostenible en el tiempo.
- A una estrategia de subvenciones enfocada en la búsqueda del efecto Multiplicador del presupuesto, a través de subvencionar menos proyectos de mayor impacto.
- A un modelo colaborativo centrado en la cofinanciación de proyectos por parte del conjunto de agentes beneficiarios
- A un modelo con foco en la captación de nuevas fuentes de financiación
 - Fondos Europeos Proyectos conjuntos
 - Entidades empresariales & Fundaciones
 - Patrocinios & Mecenazgo
 - Crowdfunding

DIGITALIZACIÓN

DE...

- De un bajo nivel de digitalización del patrimonio material e inmaterial
- De una Web de Diputación muy tradicional sin vínculos directos con los diferentes proyectos existentes culturales & patrimoniales
- De una gestión de Redes Sociales incipiente en cultura, consolidada en turismo si bien independientes.
- De proyectos ya desarrollados en la provincia entorno al Románico en alguna de las Asociaciones (GAL)

A...

- A proyectos estratégicos de digitalización de la oferta (integración patrimonio material, inmaterial y natural)
- A una nueva Web de Diputación más moderna, actualizada e integradora del conjunto de actuaciones
- A un enfoque de redes sociales muy segmentado, poniendo el foco en nuevos segmentos de población objetivo , con interacción entre cultura y turismo.
- A una estrategia conjunta de proyectos de digitalización en torno a las principales líneas de actuación.



COMUNICACIÓN

DE...

- De un modelo de comunicación sin visibilidad, que no traslada el conjunto de actividades culturales que se desarrollan en los municipios de la provincia (con más de 650 proyectos/año)
- De una estrategia clara de comunicación en Sodebur con impacto del conjunto de actuaciones
- De iniciativas recientes con éxito como es el perfil de Cultura Rural Burgos

A...

- A una estrategia de comunicación integral enfocada en la involucración de la población y el conjunto de municipios de la provincia y la puesta en valor del alto número de actuaciones y proyectos.
- A una estrategia de comunicación vinculada al plan director, con un enfoque doble: Provincia de Burgos ORIGEN DESTINO y las líneas de actuación estratégicas vertebradoras, con la dualidad de CANTIDAD de patrimonio de la provincia y EJES VERTEBRADORES (Románico – Romano)
- Al refuerzo de la iniciativa Cultura Rural Burgos
- A un plan de marketing y comunicación con mayor presencia directa en territorio y ubicaciones clave (Madrid , País Vasco)

ESTRUCTURA. ORGANIZACIÓN

DE...

- De un modelo interno que cuenta con limitaciones de recursos de personal para la gestión de las actuaciones
- De una falta de presencia en territorio, cercanía al ciudadano, entidades asociativas
- De un modelo sin integración entre las diferentes áreas de Diputación vinculadas a la cultura, patrimonio y turismo; falta de comunicación entre áreas

A...

- A una estructura/ modelo de gobernanza eficiente del conjunto de recursos / actividades tanto en interno como externo.
- A un modelo de gestión que cuente con el apoyo la participación y profesional del conjunto de gestores culturales como actores tractores de las actuaciones en cada territorio.
- A un modelo de Gobernanza que fomente la involucración de todos los agentes: Diputación, Asociaciones, Ayuntamientos, Iglesia, Gestores Culturales, Ciudadanos...



ALIANZAS

DE...

- De una situación de partida con un alto número de Convenios históricos con diferentes entidades
- De una baja vinculación entre la Ciudad de Burgos y su provincia
- De un volumen reducido de proyectos en colaboración entre municipios y entidades asociativas.
- De una buena gestión en las alianzas con la Junta de Castilla y León y el Arzobispado a través de Convenios
- De un nivel reducido de alianzas con entidades empresariales tractoras o vinculadas a la industria verde.

A...

- A un Modelo de cooperación-colaboración entre agentes que fomente las sinergias y efecto multiplicador vía proyectos de gestión sostenible.
- A una mayor interacción entre los proyectos culturales, patrimoniales y turísticos en Burgos (capital y provincia)
- Al fomento de la cooperación y mancomunidades que permita el desarrollo de proyectos de mayor envergadura (aprovechamiento de sinergias) que tengan un impacto positivo en la profesionalización y crecimiento del sector
- A una mayor cercanía con el segmento de empresas, (mayor peso de las Industrias verdes)
- A una interacción con universidades, asociaciones, ayuntamientos, capital, JCYL, arzobispado, grandes Fundaciones

PROYECTOS ESTRATÉGICOS

DE...

- De una falta de planificación estratégica y priorización tácita de proyectos estratégicos en el pasado
- De un modelo sin alta interacción CULTURA-PATRIMONIO - TURISMO

A...

- A una priorización de líneas de actuación como ejes vertebradores en torno al Románico y Romano
- A un modelo donde Burgos Origen y Destino aglutina el inmenso patrimonio de la provincia de Burgos
- A una estrategia definida con un mayor protagonismo del Patrimonio Inmaterial
- A un modelo que combina las líneas de actuación tradicionales con los nuevos ejes de transformación.



PLAN DIRECTOR

INDICE CONTENIDOS

- Motivaciones del Plan
- Análisis Interno
 - Modelo de negocio Cultura & Patrimonio
 - Propuesta de Valor
- Análisis externo
- Análisis DAFO
- Visioning Estratégico
 - Misión, Visión, Valores
 - Visión pormenorizada del cambio
- **LÍNEAS ESTRATÉGICAS**
- Mapa de Objetivos Estratégicos
- KPI´s /Indicadores de gestión / Observatorio
- Planes de Acción
- Presupuesto
- Próximos pasos



ASPIRACIONES

Implantar un Modelo de gestión sostenible del Patrimonio tanto a nivel interno como con el conjunto de agentes objetivo

Mejorar el posicionamiento de "marca territorio" tanto en interno como en externo que potencie el valor del patrimonio cultural de la provincia

Fomentar la colaboración como eje de crecimiento; multiplicar el efecto de las actuaciones e inversiones

Estructura eficiente para liderar el cambio en el modelo de gestión sostenible



LÍNEAS ESTRATÉGICAS

GESTIÓN SOSTENIBLE

IDENTIDAD VISIBILIDAD CULTURAL PATRIMONIAL PROVINCIA

MODELO COOPERACIÓN MULTIPLICADOR

EFICIENCIA OPERATIVA



TRADICIONAL - CONTINUISTA



TRANSFORMACIÓN,
ESPECIALIZACIÓN



Patrimonio propio Diputación Burgos



INTERACCIÓN CULTURA-PATRIMONIO -TURISMO



GESTIÓN SOSTENIBLE

IDENTIDAD/VISIBILIDAD CULTURAL PATRIMONIAL PROVINCIA

MODELO COOPERACIÓN MULTIPLICADOR

EFICIENCIA OPERATIVA

ASPIRACIONES DEL PLAN DIRECTOR

TRADICIONAL - CONTINUISTA

LENGUA CAMINO SANTIAGO ATAPUERCA RIBERA DEL DUERO CAMINO DEL CID

TRANSFORMACIÓN, ESPECIALIZACIÓN

PATRIMONIO NATURAL **BURGOS** PATRIMONIO INMATERIAL

ORIGEN y DESTINO

Actuaciones integradoras & transversales

OÑA, TEJUELA...



CLUNIA

DESARROLLO - PROMOCIÓN TURÍSTICA

INTERACCIÓN CULTURA-PATRIMONIO - TURISMO



PLAN DIRECTOR

INDICE CONTENIDOS

- Motivaciones del Plan
- Análisis Interno
 - Modelo de negocio Cultura & Patrimonio
 - Propuesta de Valor
- Análisis externo
- Análisis DAFO
- Visioning Estratégico
 - Misión, Visión, Valores
 - Visión pormenorizada del cambio
- Líneas Estratégicas
- **MAPA DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**
- KPI´s /Indicadores de gestión / Observatorio
- Planes de Acción
- Presupuesto
- Próximos pasos



LÍNEAS ESTRATÉGICAS

FINANCIERA VALOR

SEGMENTO/ CIUDADANO

PROCESOS

INFRAESTRUCTURAS RECURSOS

GESTIÓN SOSTENIBLE

IDENTIDAD / VISIBILIDAD CULTURAL PATRIMONIAL

MODELO COOPERACIÓN MULTIPLICADOR

EFICIENCIA OPERATIVA

F1 Sostenibilidad del presupuesto: proyectos estratégicos

F2 Aportación de Valor elemento clave en asignación de presupuestos

F3 Implantación nueva estrategia subvenciones

F4 Conseguir nuevas vías de financiación de proyectos

Reducción progresiva en actividades sin aportación de valor

C1 Fomentar una implicación, arraigo total del ciudadano al patrimonio

C2 Priorización de las líneas de actuación estratégicas: Románico, Romano, Cultura local

C3 Mayor difusión del conjunto de actuaciones que se desarrollan en la provincia

C4 Impulso marca común en actividades culturales turísticas

C5 Posicionamiento en CCAA clave (Madrid, País Vasco)

P1 Mejorar la inter-ACCION entre cultura y turismo

P2 Mejorar la eficiencia de los procesos/gestión internos

P3 Fomento proyectos cooperación, sinergias

P4 Impulsar el desarrollo de las industrias culturales

P5 Integración Patrimonio Material - Inmaterial

P6 Estrategia clara de comunicación segmentada

CAPITAL HUMANO

ORGANIZACIÓN

DIGITALIZACIÓN/ TECNOLOGÍA

ALIANZAS

R1 Dimensionamiento eficiente de la estructura interna

R2 Definir Modelo de Gobernanza

R3 Mayor digitalización de la oferta patrimonial / cultural

R4 Desarrollo de una nueva página Web integral de proyectos culturales

R5 Mayor presencia en territorio y profesionalización a través de los gestores culturales

R6 Optimizar Convenios y alianzas estratégicas**

R7 Fomento de la participación activa de empresas tractoras y de la industria verde.



PLAN DIRECTOR

INDICE CONTENIDOS

- Motivaciones del Plan
- Análisis Interno
 - Modelo de negocio Cultura & Patrimonio
 - Propuesta de Valor
- Análisis externo
- Análisis DAFO
- Visioning Estratégico
 - Misión, Visión, Valores
 - Visión pormenorizada del cambio
- Líneas Estratégicas
- Mapa de objetivos estratégicos
- KPI´s /Indicadores de gestión / Observatorio
- **PLANES DE ACCIÓN**
- Presupuesto
- Próximos pasos



Plan de Estructura Interna / Modelo de Gobernanza

Plan de promoción y puesta en valor del Románico en la provincia de Burgos

Plan de promoción y puesta en valor de los vestigios romanos en la provincia de Burgos

Plan de puesta en valor y promoción de la cultura local: tradiciones y artistas burgaleses

Plan de Marketing & Comunicación

Plan de apoyo a la Educación

Plan Financiero / Presupuesto / Subvenciones

Plan Patrimonio Inmaterial



MATRIZ LÍNEAS ESTRATÉGICAS – PLANES DE ACCIÓN

MATRIZ IMPACTO PLANES DE ACCIÓN & LÍNEAS ESTRATÉGICAS		PLAN DE ESTRUCTURA INTERNA / MODELO DE GOBERNANZA	PLAN DE PROMOCIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL ROMÁNICO EN LA PROVINCIA DE BURGOS	PLAN DE PROMOCIÓN Y PUESTA EN VALOR DE LOS VESTIGIOS ROMANOS EN LA PROVINCIA DE BURGOS	PLAN DE PUESTA EN VALOR Y PROMOCIÓN DE LA CULTURA LOCAL: TRADICIONES Y ARTISTAS BURGALESES	PLAN DE MARKETING & COMUNICACIÓN	PLAN DE APOYO A LA EDUCACIÓN	PLAN FINANCIERO / PRESUPUESTO / SUBVENCIONES	PLAN PATRIMONIO INMATERIAL
L1	GESTIÓN SOSTENIBLE								
L2	IDENTIDAD / VISIBILIDAD CULTURAL PATRIMONIAL								
L3	MODELO COOPERACIÓN MULTIPLICADOR								
L4	EFICIENCIA OPERATIVA								



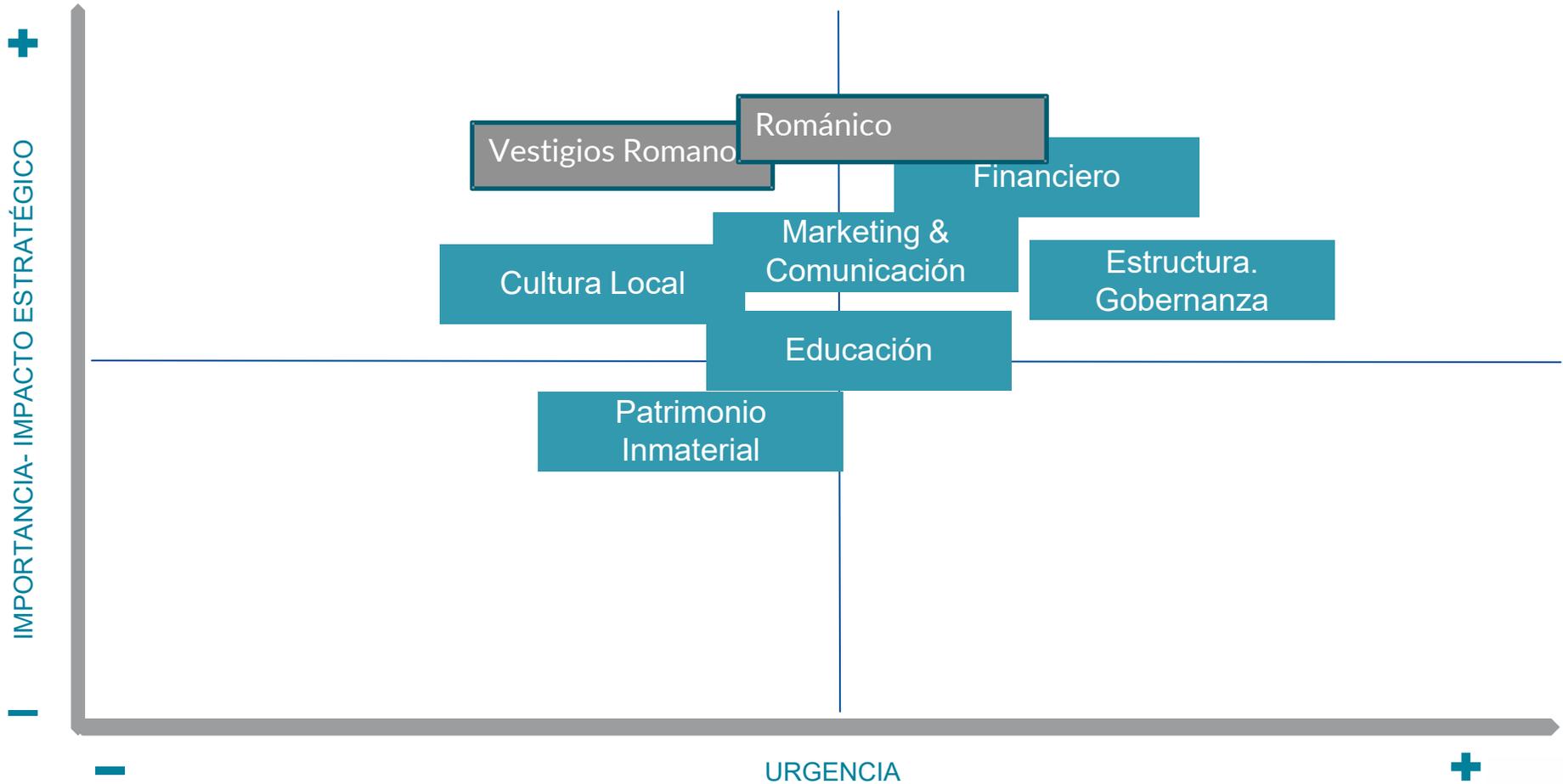
MATRIZ OBJETIVOS ESTRATÉGICOS- PLANES DE ACCIÓN

MATRIZ IMPACTO PLANES DE ACCIÓN & OBJETIVOS ESTRATÉGICOS		PLAN DE ESTRUCTURA INTERNA / MODELO DE GOBERNANZA	PLAN DE PROMOCIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL ROMÁNICO EN LA PROVINCIA DE BURGOS	PLAN DE PROMOCIÓN Y PUESTA EN VALOR DE LOS VESTIGIOS ROMANOS EN LA PROVINCIA DE BURGOS	PLAN DE PUESTA EN VALOR Y PROMOCIÓN DE LA CULTURA LOCAL: TRADICIONES Y ARTISTAS BURGALÉSES	PLAN DE MARKETING & COMUNICACIÓN	PLAN DE APOYO A LA EDUCACIÓN	PLAN FINANCIERO / PRESUPUESTO / SUBVENCIONES	PLAN PATRIMONIO INMATERIAL
F1	Sostenibilidad del presupuesto: proyectos estratégicos								
F2	Aportación de Valor elemento clave en asignación de presupuestos								
F3	Implantación nueva estrategia subvenciones								
F4	Conseguir nuevas vías de financiación de proyectos								
C1	Fomentar una implicación, arraigo total del ciudadano al patrimonio								
C2	Priorización de las líneas de actuación estratégicas: Románico, Romano, Cultura local								
C3	Mayor difusión del conjunto de actuaciones que se desarrollan en la provincia								
C4	Impulso marca común en actividades culturales turísticas								
C5	Posicionamiento en CCAA clave (Madrid, País Vasco)								



MATRIZ OBJETIVOS ESTRATÉGICOS- PLANES DE ACCIÓN

MATRIZ IMPACTO PLANES DE ACCIÓN & OBJETIVOS ESTRATÉGICOS		PLAN DE ESTRUCTURA INTERNA / MODELO DE GOBERNANZA	PLAN DE PROMOCIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL ROMÁNICO EN LA PROVINCIA DE BURGOS	PLAN DE PROMOCIÓN Y PUESTA EN VALOR DE LOS VESTIGIOS ROMANOS EN LA PROVINCIA DE BURGOS	PLAN DE PUESTA EN VALOR Y PROMOCIÓN DE LA CULTURA LOCAL: TRADICIONES Y ARTISTAS BURGALÉSES	PLAN DE MARKETING & COMUNICACIÓN	PLAN DE APOYO A LA EDUCACIÓN	PLAN FINANCIERO / PRESUPUESTO / SUBVENCIONES	PLAN PATRIMONIO INMATERIAL
P1	Mejorar la inter-ACCION entre cultura y turismo								
P2	Mejorar la eficiencia de los procesos/gestión internos								
P3	Fomento proyectos cooperación, sinergias								
P4	Impulsar el desarrollo de las industrias culturales								
P5	Integración Patrimonio Material - Inmaterial								
P6	Estrategia clara de comunicación segmentada								
R1	Dimensionamiento eficiente de la estructura interna								
R2	Definir Modelo de Gobernanza								
R3	Mayor digitalización de la oferta patrimonial / cultural								
R4	Desarrollo de una nueva página Web integral de proyectos culturales								
R5	Mayor presencia en territorio y profesionalización a través de los gestores culturales								
R6	Optimizar Convenios y alianzas estratégicas**								
R7	Fomento de la participación activa de empresas tractoras y de la industria verde.								





Planes de Acción: definición

#	PLAN DE ACCIÓN	Definición
1	PLAN DE ESTRUCTURA INTERNA / MODELO DE GOBERNANZA	Establecer un modelo de estructura/organización tanto interna en las diferentes unidades de la Diputación como externo con el conjunto de agentes que posibilite la ejecución de la estrategia, una mayor eficiencia y alcance, y una interacción directa con los principales beneficiarios (ciudadanos) a través de un ente gestor que fomente el alineamiento sectorial.
2	PLAN DE PROMOCIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL ROMÁNICO EN LA PROVINCIA DE BURGOS	Desarrollo de un plan de promoción del románico burgalés, estableciendo un conjunto de actuaciones estratégicas, replanificación de rutas e incluyendo otras posibles localidades y/o estilos en la zona norte de la provincia, tomando como elemento vertebrador San Salvador de Oña.
3	PLAN DE PROMOCIÓN Y PUESTA EN VALOR DE LOS VESTIGIOS ROMANOS EN LA PROVINCIA DE BURGOS	Diseñar una estrategia de puesta en valor de toda la riqueza de la herencia cultural y material romana desde el siglo XVI existente en la provincia de Burgos en su zona sur, definiendo un conjunto de rutas/paquetes, contenidos/proyectos digitales, tomando como eje vertebrador Clunia y el desarrollo de actividades culturales y turísticas durante toda la anualidad.
4	PLAN DE PUESTA EN VALOR Y PROMOCIÓN DE LA CULTURA LOCAL: TRADICIONES Y ARTISTAS BURGALESES	Fomentar una mayor y más fluida interacción del conjunto de grupos y artistas de la provincia de Burgos con los Ayuntamientos durante todo el año (al margen de las fiestas patronales) , a través de líneas de actuación que favorezcan el origen local
5	PLAN DE MARKETING & COMUNICACIÓN	Definir e implantar un conjunto de actuaciones segmentadas hacia los diferentes públicos objetivos (ciudadanos, turistas, entidades asociativas, empresas) poniendo en valor (mayor visibilidad e impacto) la riqueza patrimonial y el conjunto de actividades culturales desarrolladas en los diferentes municipios de la provincia de Burgos
6	PLAN DE APOYO A LA EDUCACIÓN	Fortalecer y reforzar la cultura y patrimonio con el objetivo de lograr una mayor penetración y llegada a los segmentos más jóvenes tanto a nivel comunicativo como en el modelo educativo y formativo reglado, apoyo al emprendimiento, así como desde un punto de vista lúdico fomentando el desarrollo de las industrias creativas culturales.
7	PLAN FINANCIERO / PRESUPUESTO / SUBVENCIONES	Distribuir un presupuesto que permita abordar el conjunto de actividades con mayor aportación de valor para la provincia de Burgos, a través de una nueva política de subvenciones que aborde proyectos estratégicos conforme a los ejes de trabajo del plan director, fomentando nuevas vías de ingresos a través de proyectos (fondos europeos) y alianzas (entidades empresariales y otros).
8	PLAN PATRIMONIO INMATERIAL	



PLAN ESTRUCTURA INTERNA . MODELO DE GOBERNANZA

Sponsor: Presidencia

Responsable: Víctor

Líneas estratégicas:

- L1-L4

Objetivos:

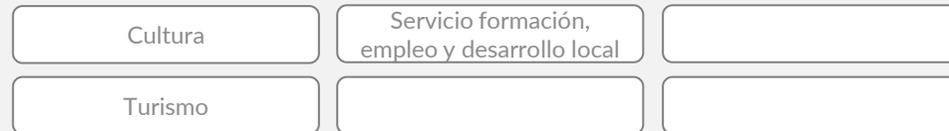
- F2, F4
- C1
- P1, P2, P5
- R1, R2, R5, R6, R7

Planes asociados:

- ✓ TODOS

Descripción y Objetivos: Establecer un modelo de estructura/organización tanto interna en las diferentes unidades de la Diputación como externo con el conjunto de agentes que posibilite la ejecución de la estrategia, una mayor eficiencia y alcance, y una interacción directa con los principales beneficiarios (ciudadanos) a través de un ente gestor que fomente el alineamiento sectorial.

Equipo de trabajo



Factores críticos de éxito

- Agilidad en la Administración Pública en las contrataciones / movilidad de recursos
- Organigrama claro de funciones
- Sistemáticas de interacción entre agentes (Comités de trabajo inter unidades de Diputación + Comités de Trabajo con sector)
- Eficiencia de los procesos internos.

ETAPAS

Actividades o Hitos	% Avance	Comienzo	Fin	Entregable	Responsable
Identificación de otros modelos de referencia a nivel de estructuras eficientes en la gestión del patrimonio & cultura					
Planteamiento de actuaciones internas para la gestión del compromiso / gestión del tiempo / propósito y valores compartidos.					
Análisis de capacidades/necesidades en las diferentes unidades internas en Diputación, fomento de comités de trabajo inter- unidades.					
Valoración de incorporación de recursos internos (adecuación del organigrama) Vs subcontratación de recursos / actuaciones					
Creación de una RED, definiendo los diferentes perfiles / agentes intervinientes y sus funciones (públicos, privados...). Comité / Consejo responsabilidades.					
Revisión del mapa de procesos interno / análisis de ineficiencias.					
Generación de sistemáticas de reuniones/ interacción para la generación de proyectos colaborativos					
Analizar el conjunto de alianzas y agentes objetivo a integrar en el modelo de gobernanza.					



PLAN PROMOCIÓN Y PUESTA EN VALOR ROMÁNICO



Sponsor:

Responsable:

Líneas estratégicas:

- L2, L3

Objetivos:

- F1 - F4
- C1, C2, C5
- P1, P3, P4
- R3, R6, R7

Planes asociados:

- ✓ Plan Estructura
- ✓ Plan Marketing
- ✓ Plan Financiero
- ✓ Plan Inmaterial

Descripción y Objetivos: desarrollo de un plan de promoción del románico burgalés, estableciendo un conjunto de actuaciones estratégicas, replanificación de rutas /paquetes, digitalización, fomento de la marca, **incluyendo otras posibles localidades y/o estilos en la zona norte de la provincia, tomando como elemento vertebrador San Salvador de Oña**

Equipo de trabajo



Factores críticos de éxito

- Creación de un Comité de Trabajo del Románico (involucraciones agentes)
- Fomento de la Web y la marca Burgos Románico
- Campaña de promoción, interacción cultura & turismo
- Digitalización de la oferta

ETAPAS	Actividades o Hitos	% Avance	Comienzo	Fin	Entregable	Responsable
	Identificación y análisis de buenas prácticas de promoción del Románico y otros estilos de promoción exitosos en otras provincias y posibles colaboraciones futuras.					
	Creación de un Comité de Gestión experto del Románico, involucrando agentes internos y externos					
	Identificación de los ejes de referencia del patrimonio románico de la provincia de Burgos, así como necesidades de restauración, accesibilidad, conservación de proyectos estratégicos del Románico					
	Análisis y adecuación de iniciativas propias o de terceros en desarrollo. Mayor dinamización 14 rutas Románico Burgos y conexión con el conjunto de rutas/ líneas de actuación estratégicas de la provincia					
	Estrategia de contenidos digitales interactivos a abordar en torno al Románico Buralés / acciones de sensibilización en los diferentes públicos objetivos					
	Fomento de la Web y la marca Burgos románico, así como de las redes sociales (contenidos segmentados, elementos multimedia..)					
	Creación de un centro de interpretación en torno a San Salvador de Oña (referencia de la Diputación en la zona norte de la provincia)					
Vías de financiación de proyectos estratégicos en torno al Románico (fondos europeos Convocatorias)						



PLAN PROMOCIÓN Y PUESTA EN VALOR VESTIGIOS ROMANOS

■ CLVNIA ■

Sponsor: Miguel Ángel de la Iglesia

Responsable:

Líneas estratégicas:

- L2, L3

Objetivos:

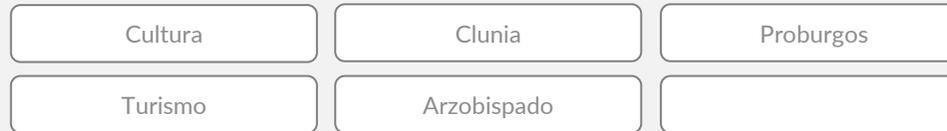
- F1 - F4
- C1, C2, C5
- P1, P3, P4
- R3, R6, R7

Planes asociados:

- ✓ Plan Estructura
- ✓ Plan Marketing
- ✓ Plan Financiero
- ✓ Plan Inmaterial

Descripción y Objetivos: diseñar una estrategia de puesta en valor de toda la riqueza de la herencia cultural y material romana desde el siglo XVI existente en la provincia de Burgos en su zona sur, definiendo un conjunto de rutas/paquetes, contenidos/proyectos digitales, tomando como eje vertebrador Clunia y el desarrollo de actividades culturales y turísticas durante toda la anualidad.

Equipo de trabajo



Factores críticos de éxito

- Concienciación de los municipios
- Estrategia de comunicación y marketing. Campaña de promoción, interacción cultura & turismo
- Acabar con la estacionalidad de Clunia

ETAPAS

Actividades o Hitos	% Avance	Comienzo	Fin	Entregable	Responsable
Realizar un inventario de vestigios romanos en la provincia, oferta turística actual, estado de conservación y necesidades de restauración, accesibilidad, digitalización...					
Creación de un Comité de Gestión de la herencia romana, involucrando agentes internos y externos					
Lanzamiento de una campaña de promoción y una marca Burgos Origen Destino Herencia Romana / Ruta Romana de Burgos, integrar en una app, realidad virtual, espacio digital que recree la vida en esa época					
Convertir a Clunia como foco de recepción de actividades culturales con un calendario de eventos planificado (desestacionalizar y dotar de mayor contenido cultural como referencia de la Diputación en la provincia en su zona centro sur)					
Integrar los vestigios romanos en las rutas turísticas de Burgos / enlace con las rutas Románicas y el resto de las rutas de la provincia y la capital					
Estrategia de contenidos digitales a abordar en torno a la herencia romana / acciones de sensibilización hacia los públicos objetivos (turistas, escolares, ciudadanos locales...)					
Colaboraciones con otras provincias para crear una red cultural en torno al patrimonio romano. Posibles proyectos y financiación de fondos europeos...					



PLAN CULTURA LOCAL: TRADICIONES Y ARTISTAS BURGALESES

Sponsor:

Responsable:

Líneas estratégicas:

- L2, L3

Objetivos:

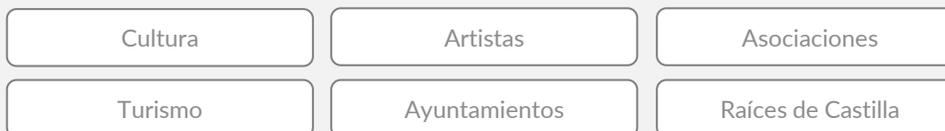
- F1 - F4
- C1, C2, C5
- P1, P3, P4
- R3, R7

Planes asociados:

- ✓ Plan Estructura
- ✓ Plan Marketing
- ✓ Plan Financiero

Descripción y Objetivos: fomentar y visibilizar el talento artístico de Burgos, promoviendo un entorno en el que los artistas locales sean los principales protagonistas de la oferta cultural de la provincia. Este plan busca conectar a grupos musicales, artistas escénicos y creadores burgaleses con los ayuntamientos de la provincia, diversificando las actividades culturales más allá de las tradicionales orquestas y fortaleciendo la identidad cultural de Burgos.

Equipo de trabajo



Factores críticos de éxito

- Proyectos integrales, interacción entre artistas de diferentes géneros artísticos
- Interacción con Ayuntamientos, mayor flujo de información y de comunicación
- Compromiso de los ayuntamientos en la contratación de artistas locales y en la organización de eventos culturales
- Propuestas culturales atractivas y variadas que fomenten la asistencia y participación del público
- Involucración de la población local en la planificación y ejecución de actividades, reforzando el sentido de pertenencia cultural

ETAPAS

Actividades o Hitos	% Avance	Comienzo	Fin	Entregable	Responsable
Programación cultural por temporadas, evitando la estacionalidad de actividades					
Actualización del Registro de Artistas e identificación de necesidades por parte de los Ayuntamientos					
Actualización de la Web grupos artísticos de Burgos / contenidos de las Redes Sociales / catálogo / video. Lanzar una campaña de comunicación para destacar la importancia de apoyar a los artistas locales y difundir las actividades del plan.					
Organización de festivales temáticos de tradiciones, artistas.. / evento de artistas PRIORITARIAMENTE burgaleses...					
Establecer una agenda de eventos itinerantes que permita llevar actuaciones a pueblos más pequeños y zonas rurales					
Impulso y fomento del mecenazgo cultural como vías de financiación de artista					
Celebración de Premios anuales???					
Promover actividades en colegios e institutos donde artistas locales interactúen con los estudiantes,					



PLAN MARKETING & COMUNICACIÓN

Sponsor:

Responsable:

Líneas estratégicas:

- L2, L3, L4

Objetivos:

- F2, F4
- C1, C3, C4, C5
- P1, P2, P3, P4, P6
- R1, R3, R4, R5, R7

Planes asociados:

Descripción y Objetivos: Definir e implantar un conjunto de actuaciones segmentadas hacia los diferentes públicos objetivos (ciudadanos, turistas, entidades asociativas, empresas) poniendo en valor (mayor visibilidad e impacto) la riqueza patrimonial y el conjunto de actividades culturales desarrolladas en los diferentes municipios de la provincia de Burgos

Equipo de trabajo

Cultura	Responsable Comunicación Diputación	
Turismo		

Factores de éxito

- Estructura interna / presupuesto para el mantenimiento y actualización de contenidos y actividades
- Involucración directa de agentes (Ayuntamientos, gestores culturales prioritariamente)
- Estrategia clara e interacción entre cultura & patrimonio

ETAPAS

Actividades o Hitos	% Avance	Comienzo	Fin	Entregable	Responsable
Análisis y revisión de iniciativas actuales (Cultura & Turismo) para su continuidad o reestructuración de contenidos para su integración / búsqueda de sinergias.					
Identificación de "agentes de referencia" impulsores de la actividad promovida por la Diputación					
Identificación de los principales canales por público objetivo y las actuaciones a desarrollar					
Adecuación de la página Web e integración de las diferentes iniciativas promovidas desde la Diputación					
Dotar de estructura y planificación de contenidos a las Redes Sociales de la Diputación , fomento de Cultura Rural Burgos					
Definición de actuaciones de refuerzo de las marcas de referencia vinculadas con Cultura + Burgos origen destino (integración turismo) Burgos origen destino Románico burgalés - Romano....					
Sensibilización con Ayuntamientos / agentes para la interacción permanente en la comunicación de actuaciones					



PLAN APOYO EDUCACIÓN

Sponsor:

Responsable:

Líneas estratégicas:

- L2, L3

Objetivos:

- F2, F4
- C1
- P1, P3, P4, P6
- R3, R4, R6

Planes asociados:

Descripción y Objetivos: fortalecer y reforzar la cultura y patrimonio con el objetivo de lograr una mayor penetración y llegada a los segmentos más jóvenes tanto a nivel comunicativo como en el modelo educativo y formativo reglado, apoyo al emprendimiento, así como desde un punto de vista lúdico fomentando el desarrollo de las industrias creativas culturales.

Equipo de trabajo

Cultura	Arzobispado	Servicio formación, empleo y desarrollo local
Turismo	JCYL Educación	

Factores críticos de éxito

- Utilización de los canales adecuados, digitalización de contenidos
- Alianzas y sinergias con los agentes clave locales y regionales con alto impacto en educación

ETAPAS

Actividades o Hitos	% Avance	Comienzo	Fin	Entregable	Responsable
Identificar actuaciones que se estén abordando en la actualidad y medir su impacto y aportación de valor.					
Fomentar reunión con: Consejería de Educación, Dirección provincial de educación, Arzobispado,					
Desarrollo de actividades / jornadas / eventos de fomento del patrimonio / cultura coordinadas junto a los agentes responsables de la labor educativa					
Definir en el plan de comunicación una estrategia clara de contenidos de fomento cultural/patrimonial hacia el público escolar					
Coordinar junto al sector eventos / formaciones / programas de fomento del emprendimiento cultural					
Diseñar acciones de sensibilización y divulgación sobre el patrimonio burgalés con ejes del románico, romano, cultura tradicional y patrimonio inmaterial					
Digitalización de la oferta cultural (priorización y selección de actuaciones estratégicas)					



PLAN FINANCIERO. PRESUPUESTOS. SUBVENCIONES

Sponsor: Presidencia

Responsable: Concejala de Cultura

Líneas estratégicas:

- L1 a L4

Objetivos:

- F1 - F4
- C1, C2
- P1, P2
- R1, R3, R5, R6, R7

Planes asociados:
TODOS

Descripción y Objetivos: Distribuir un presupuesto que permita abordar el conjunto de actividades con mayor aportación de valor para la provincia de Burgos, a través de una nueva política de subvenciones que aborde proyectos estratégicos conforme a los ejes de trabajo del plan director, fomentando nuevas vías de ingresos a través de proyectos (fondos europeos) y alianzas (entidades empresariales y otros).

Equipo de trabajo

Cultura	GAL	
Sodebur	Servicio formación, empleo y desarrollo local	

Factores críticos de éxito

- Aportación de valor como elemento diferencial y restrictivo de las políticas de presupuestos / subvenciones
- Desinversión en actividades "históricas" sin aportación de Valor
- Convenios de cooperación y cofinanciación
- Formación en Modelos de gestión / aproximación a agentes culturales

ETAPAS

Actividades o Hitos	% Avance	Comienzo	Fin	Entregable	Responsable
Análisis de presupuestos anteriores y toma de decisión sobre aportaciones en proyectos / actividades previas sin aportación de valor					
Aprobación de la nueva estrategia de subvenciones enfocada en proyectos estratégicos conforme a las nuevas líneas estratégicas y de actividad del plan director.					
Adecuación de convenios a la nueva política y búsqueda de modelos colaborativos -coparticipativos en la financiación / inversión					
Reuniones con los principales agentes / interlocutores de la Diputación					
Análisis de proyectos estratégicos con el área de innovación / desarrollo de proyectos europeos., evaluación de viabilidad económico financiera					
Actuaciones de acercamiento a entidades empresariales, obras sociales de entidades					
Mayor difusión de acuerdos y colaboraciones estratégicas.					



PLAN PATRIMONIO INMATERIAL

Sponsor: José Antonio Gómez

Responsable: Alba Díez

Líneas estratégicas:

- L2, L3

Objetivos:

- F1 - F4
- C1
- P1, P2, P3, P5
- R3, R7

Planes asociados:

Descripción y Objetivos: Identificar, preservar, proteger y promover el patrimonio cultural inmaterial (PCI) de la región. El objetivo es posicionar el PCI como un elemento clave para el desarrollo cultural, social y económico del territorio, al tiempo que se garantiza su transmisión a futuras generaciones. Se busca involucrar activamente a las comunidades portadoras, las administraciones públicas y los agentes sociales mediante modelos participativos que aseguren su gestión sostenible.

Equipo de trabajo

Cultura		
Servicio formación, empleo y desarrollo local		

Factores críticos de éxito

- Participación activa de las comunidades portadoras: implicación directa de las personas y grupos que practican y recrean las manifestaciones del PCI, asegurando su compromiso en la gestión y salvaguarda del patrimonio
- Colaboración público-privada: coordinación efectiva entre instituciones públicas, privadas y agentes sociales que potencien el impacto de las acciones y fortalezcan la sostenibilidad del PCI

ETAPAS	Actividades o Hitos	% Avance	Comienzo	Fin	Entregable	Responsable
	Creación de inventario del PCI con las manifestaciones culturales más representativas de la provincia, incluyendo la memoria oral					
	Educación y sensibilización sobre el PCI diseñando programas educativos y unidades didácticas enfocados en la difusión del PCI					
	Implementación de un plan de marketing y difusión para visibilizar el PCI					
	Fomentar la colaboración público-privada creando sinergias con empresas, artesanos y gremios para integrar el PCI en el desarrollo local sostenible					
	Elaboración y aplicación de estrategias para proteger las manifestaciones del PCI en riesgo.					
	Involucramiento de comunidades fomentando la participación activa de las comunidades portadoras en la gestión del PCI					
	Promover rutas y eventos vinculados al PCI como parte del turismo cultural					
Aplicación de enfoques actualizados y transversales que integren diferentes perspectivas, como la etnohistoria, el turismo y la economía local						



Resultados del Plan Estratégico



Visión estratégica única y consensuada

Nuevo Modelo de negocio de Gestión Patrimonio Cultural para los próximos 5 años



Stakeholders alineados con la estrategia

Plan estratégico traducido a objetivos para todo el ecosistema cultural



Objetivos estratégicos traducidos a planes de acción e iniciativas estratégicas

Conocimiento de la estrategia a todos los niveles y su aportación



Dinámica estratégica implantada como soporte a presupuestos y financiación