

2025

PLAN

2030

Director



Diputación
de Burgos

Cultura

- 1. Situación de partida
- 2. Motivaciones del Plan
- 3. Análisis estratégico
- 4. Análisis DAFO
- 5. Definición y formulación de la estrategia
- 6. Líneas estratégicas
- 7. Mapa de objetivos estratégicos
- 8. Planes de acción
- 9. Resultados



INTRODUCCIÓN

La Unidad de Educación y Cultura de la Diputación Provincial de Burgos es el área encargada de **diseñar, coordinar y ejecutar las políticas culturales y educativas que la Diputación desarrolla en todo el medio rural de la provincia**. Su principal objetivo es garantizar que **todos los municipios burgaleses, especialmente aquellos más pequeños o alejados, puedan acceder a la cultura y la educación**, superando las dificultades relacionadas con su tamaño o ubicación.

A través de esta unidad, la Diputación impulsa una amplia variedad de actividades, programas y ayudas que abarcan desde la organización de eventos culturales (muestras de teatro, música, danza, festivales, etc.) hasta la conservación del patrimonio, la gestión de publicaciones, el apoyo a bibliotecas rurales o la promoción de la investigación arqueológica. También coordina iniciativas educativas como becas, residencias universitarias, programas didácticos y escuelas de formación artística.



La Unidad de Educación y Cultura gestiona importantes equipamientos culturales como el yacimiento arqueológico de Clunia o la Red Provincial de Bibliotecas. Además, articula convocatorias de subvenciones para asociaciones, ayuntamientos, centros educativos y otros agentes culturales. Su papel es clave para la dinamización cultural del medio rural y para preservar y difundir el patrimonio material e inmaterial de la provincia.

Cultura

SITUACIÓN *de partida*

EVENTOS
CULTURALES

Jornadas de Estudio del
**ÓRGANO
BARROCO**

8 conciertos
1.150 espectadores

Encuentro de
**PENDONES
CONCEJILES**

34 localidades

CLUNIA
cerca de ti

12 localidades
4.800 asistentes

*Festival de
Verano en*
CLUNIA

*Muestra Provincial
de* **BAILES
BURGALESES**

41 agrupaciones
950 espectadores

*Certamen Provincial
de* **TEATRO**

20 compañías no profesionales
6.000 espectadores

*Ciclo Provincial
de* **TEATRO**

50 localidades
30.000 espectadores



@cultura_rural_burgos

Muestra de **CORALES
Y COROS**

18 coros
1.200 espectadores

MÚSICA
y Patrimonio

8 conciertos
1.400 espectadores

**FESTIVAL
GRECOLATINO**
en Clunia

4.000 estudiantes

10.000 espectadores

Encuentro Provincial de
**EMPRENDEDORES
CULTURALES**

45 asociaciones participantes

PUBLICACIONES

- **Edición y promoción de numerosas publicaciones** todas ellas relacionadas con diferentes temas de la provincia.
- **Apoyo a la edición:** Adquisición de **44 títulos para las bibliotecas provinciales**.
- Participación en todas las **ferias del libro** organizadas por la Asociación de Libreros de Burgos.
- **Convocatoria Publicaciones Burgalesas** encaminada a la edición de trabajos de investigación que tengan como objeto central contribuir al conocimiento de la Provincia de Burgos.
- Centro Coordinador de Bibliotecas: atiende **24 bibliotecas y 240 pueblos con 4 bibliobuses**.
- Inversión en **dos nuevos autobuses:** 642.000 €.

Publicaciones 2024

Burgos: Patrimonio gráfico.
Miguel Ángel Moreno Gallo

El Arte Románico Burgalés. Tomo IV
El Arte Románico Burgalés. Tomo V
El Arte Románico Burgalés. Tomo VI
Félix Palomero Aragón
Magdalena Ilardia Gállico

Retratos de la memoria
Elías Rubio Marcos

Tal como fuimos. Burgos, 1970
Manuel Cámara Moral

Historia del Monasterio de Santa María La Real de Tórtoles
Rafael Sánchez Domingo

El legado del CTV en Las Merindades
José Luis García Ruiz

La Topografía de Clímaco. Vivir, enfermar y morir en la Rioja Burgalesa a finales del sigo XIX
Juan José Martín García

Burgos, cuna del castellano
Rafael Pampliega Pampliega

La Heráldica e Hidalguía en la sierra de la demanda burgalesa
Francisco Oñate Gómez
Ramiro Camarero Camero

CONVOCATORIAS DE SUBVENCIONES

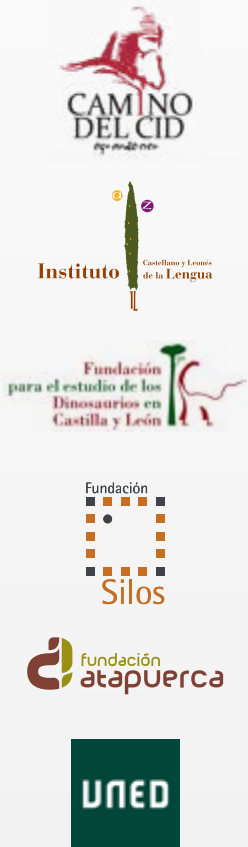
- **Asociaciones y centros burgaleses:** 289.000 €, 198 proyectos.
- **Proyectos culturales relevantes:** 405.000 €, 74 proyectos.
- **Reparación de centros educativos rurales:** 800.000 €, 68 centros.
- **Publicaciones Burgalesas**
- **Excavaciones arqueológicas:** 500.000 €, 65 proyectos.
- **Restauración de iglesias:** 2.000.000 €.
- Convocatoria de **subvenciones para la inversión en patrimonio con retorno:** 4.000.000 €.
- **Programas culturales y festejos:** 660.000 €.

Inversión total superior a:
7 M€

OTROS

La Diputación de Burgos colabora económicamente como patrono en:

- Camino del Cid
- Instituto Castellano y Leonés de la Lengua
- Fundación Dinosaurios
- Fundación Silos
- Fundación Atapuerca
- Patronato de la UNED



Convenios de colaboración suscritos con diversas entidades:

- Grupo Espeleológico Edelweiss: Exposición y archivo de cuevas.
- Geoparque de Las Loras
- Fundación Cultural Profesor Cantera
- Fundación Consulado del Mar
- Junta de Castilla y León



ÁREA DE EDUCACIÓN

Programas Educativos:

- **Experiencia Espacio Maker UBU–Diputación:** con 25 centros participantes.

Academia Provincial de Dibujo:

- **Clases ordinarias y cursos extraordinarios** (grabado, cerámica). **Experiencia Steam” y “Divulgoneta”.**

Residencia Universitaria San Agustín:

- **Becas, precios y selección** son gestionados por la Diputación, con 120 residentes por curso en 2023 y 2024. **Acogida de estudiantes refugiados.**

CLUNIA

- **Festival de Verano:** En cada una de sus ediciones se agotan las entradas.
- **Festival Juvenil de Teatro Grecolatino:** 2.580 asistentes (2023), 2.947 (2024).
- **Conciertos “Las Estrellas de Clunia”:** Con Miguel Poveda y Carla Bruni (1.500 asistentes).
- **Visitas arqueoteatralizadas:** 600 participantes.
- **Talleres arqueológicos:** 52 (2023), 75 (2024).
- **Actividades culturales en pueblos del entorno:** +40 actividades, 2.485 asistentes en total.
- **Cursos de Verano Clunia** (con UBU): 24 estudiantes (2023), 38 (2024).
- **Investigación Arqueológica:** Excavaciones en el Foro Romano (noreste y sureste): 12 alumnos por campaña. Restauración del foro. Visitas al yacimiento: 28.367 (2023), 31.744 (2024).





MOTIVACIONES

- **Diseñar un plan director para el periodo 2025-2030**, partiendo de un análisis de la situación actual, definiendo los objetivos clave y las acciones a implementar.
- 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 una **alineación 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.

Cultura

MOTIVACIONES *del plan*

Participación agentes

Para la elaboración del Plan Director, la Unidad de Educación y Cultura de la Diputación de Burgos ha colaborado con la **Junta de Castilla y León**, la **Archidiócesis de Burgos**, el **Ayuntamiento de Burgos**, entidades locales como **Raíces de Castilla** y la **Institución Fernán González**, además de otros actores como los **Grupos de Acción Local**, representados por **Adeco Bureba**.



Diputación
de Burgos



Junta de
Castilla y León



Ayuntamiento
de Burgos



SOCIEDAD PARA EL DESARROLLO
DE LA PROVINCIA DE BURGOS
sodebur



INSTITUCIÓN
FERNÁN GONZÁLEZ



Entidades
locales



Grupos de
Acción Local

Sesiones
conjuntas de
trabajo

+

Entrevistas
individuales

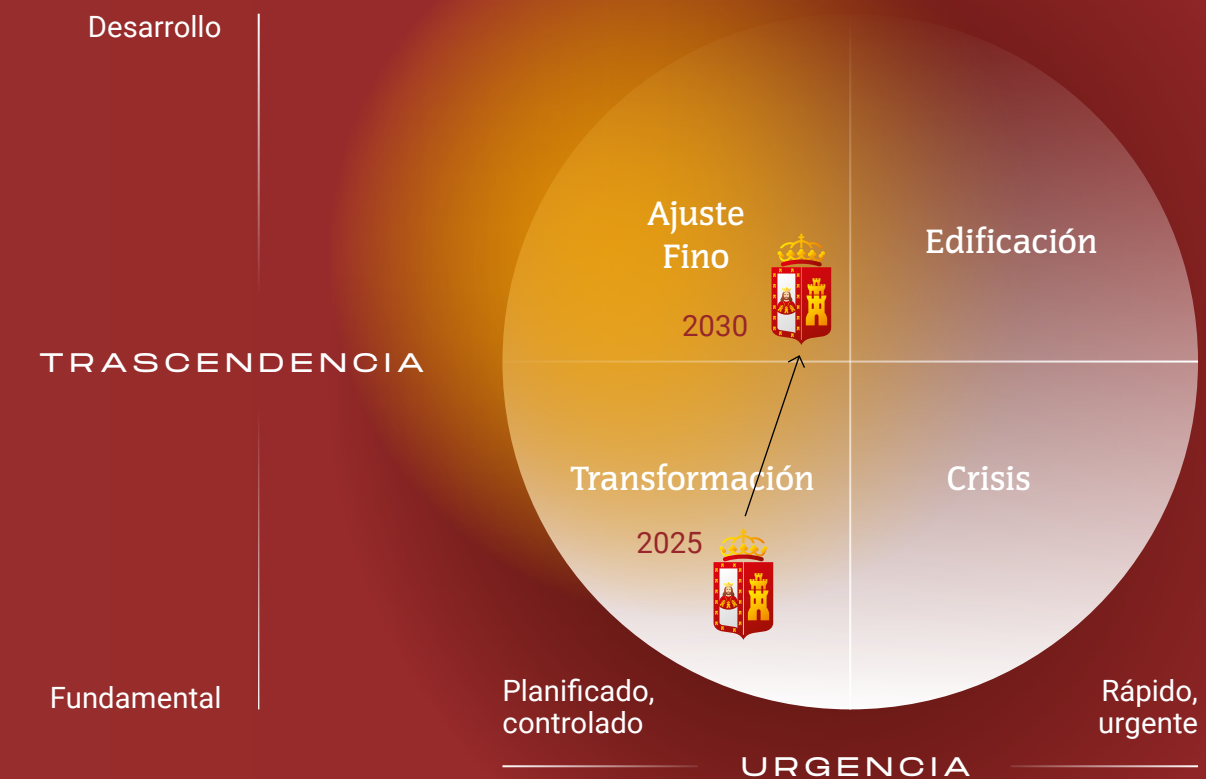
OBJETIVO:
CONOCER
SU VISIÓN
Y PUESTA
EN COMÚN
DE LA
ESTRATEGIA





¿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 Provincial de Burgos en la gestión de la cultura, patrimonio y turismo de la provincia de Burgos.
- La transformación ya iniciada dará lugar a un proceso de **ajuste fino de las líneas de trabajo e iniciativas en el año 2030**, año de finalización del presente Plan.



Cultura

ANÁLISIS *estratégico*

¿QUÉ MODELO
DE GESTIÓN
DE PATRIMONIO
CULTURAL
QUEREMOS Y
NECESITAMOS?

ALIANZAS

1. Asociaciones, fundaciones
2. Entidades locales
3. Ayuntamientos
4. DG Patrimonio, Cultura, Turismo JCYL
5. Arzobispado
6. SODEBUR
7. Cultura Burgos (ciudad)
8. Convenios con diferentes entidades

ACTIVIDADES
Clave

1. Gestión integral: cultura turismo, educación
2. Promoción, comunicación
3. Captación de fondos

RECURSOS
Clave

1. Presupuesto
2. Patrimonio propio
3. Recursos internos

Propuesta de
VALOR

1. Promoción, difusión valor patrimonio
2. Contacto directo
3. Desarrollo rural
4. Financiación y apoyo a través de convocatorias
5. Convenios entidades
6. Innovación, digitalización
7. Sostenibilidad

RELACIÓN

1. Cercanía
2. Presencialidad
3. Convenios

CANALES

1. Web
2. Redes sociales
3. Eventos, exposiciones
4. Boletín Oficial Provincia

SEGMENTOS

1. Ayuntamientos
2. Asociaciones
3. Sociedad
4. Ciudadanos
5. Turistas
6. Teatro, música, circo, recreaciones históricas, fiestas patronales
7. Municipios provincia de Burgos
8. Madrid, País Vasco

Estructura de
COSTES

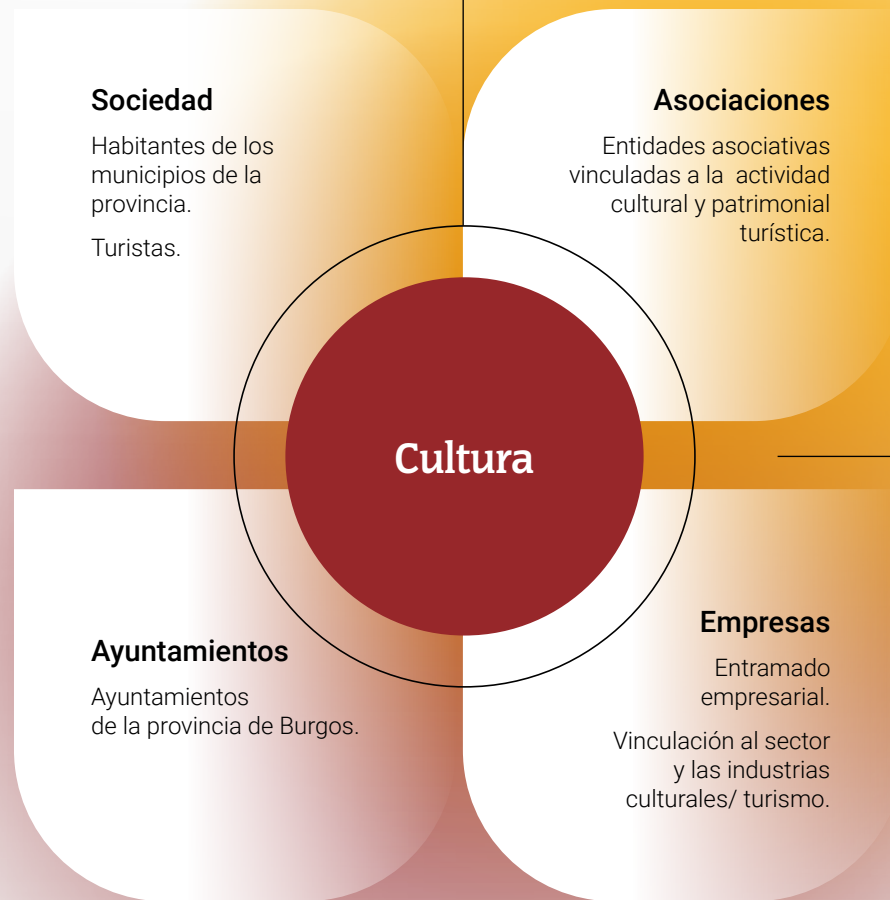
1. Personal
2. Dotaciones presupuesto

Fuentes de
INGRESOS

1. Presupuesto
2. Fondos europeos
3. Publicaciones, ventas entradas
4. Otros modelos de ingresos (patrocinios, mecenazgo, etc.)



Segmentos



COMISIÓN DE EDUCACIÓN Y CULTURA DE LA DIPUTACIÓN DE BURGOS

Líneas de actuación

CULTURA

Entre otras líneas de actuación cabe destacar tres aspectos fundamentales:

- **Velar, promover y potenciar el patrimonio histórico- artístico de la Diputación** como Clunia, el complejo San Salvador de Oña, etc.
- **Llevar a cabo actividades culturales**, entre ellas, **el 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.

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 a través de diferentes programas.
- Mantenimiento del programa "Aulas de la Naturaleza" en las instalaciones de la Diputación Provincial, en Pineda de la Sierra.
- Fomentar 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.
- Facilitación de becas y ayudas a los estudiantes de la provincia.

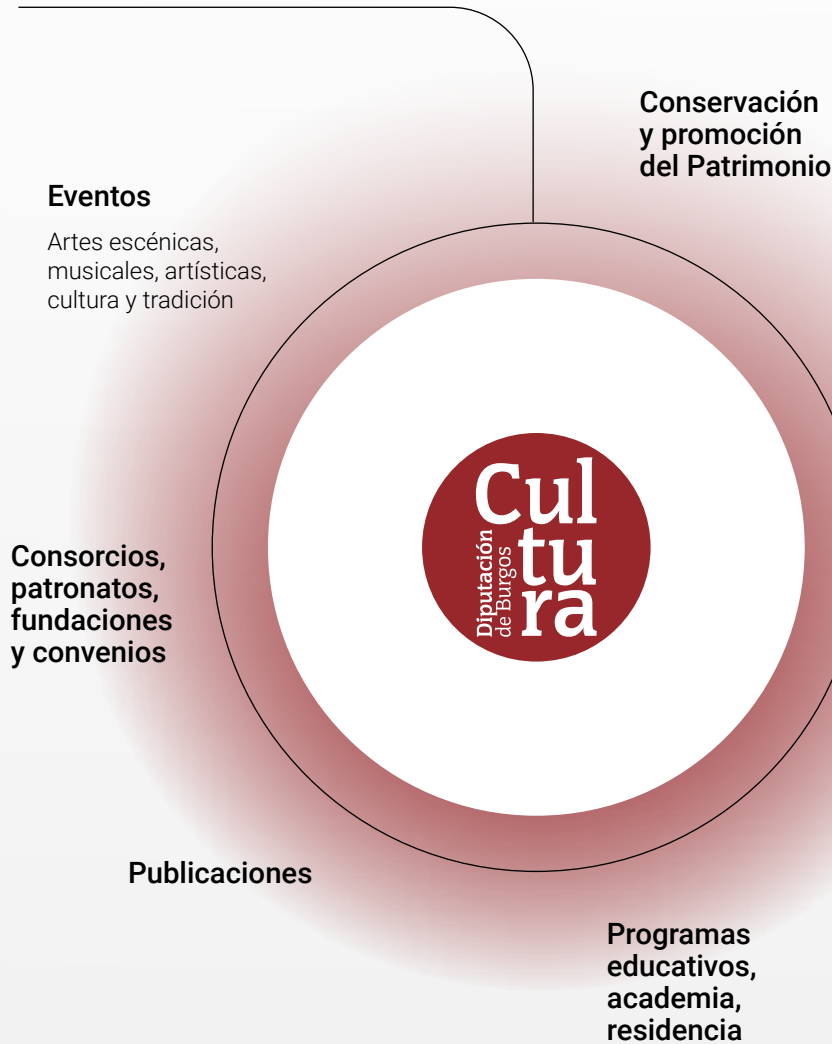


Diputación
de Burgos

Cultura



Actividades clave



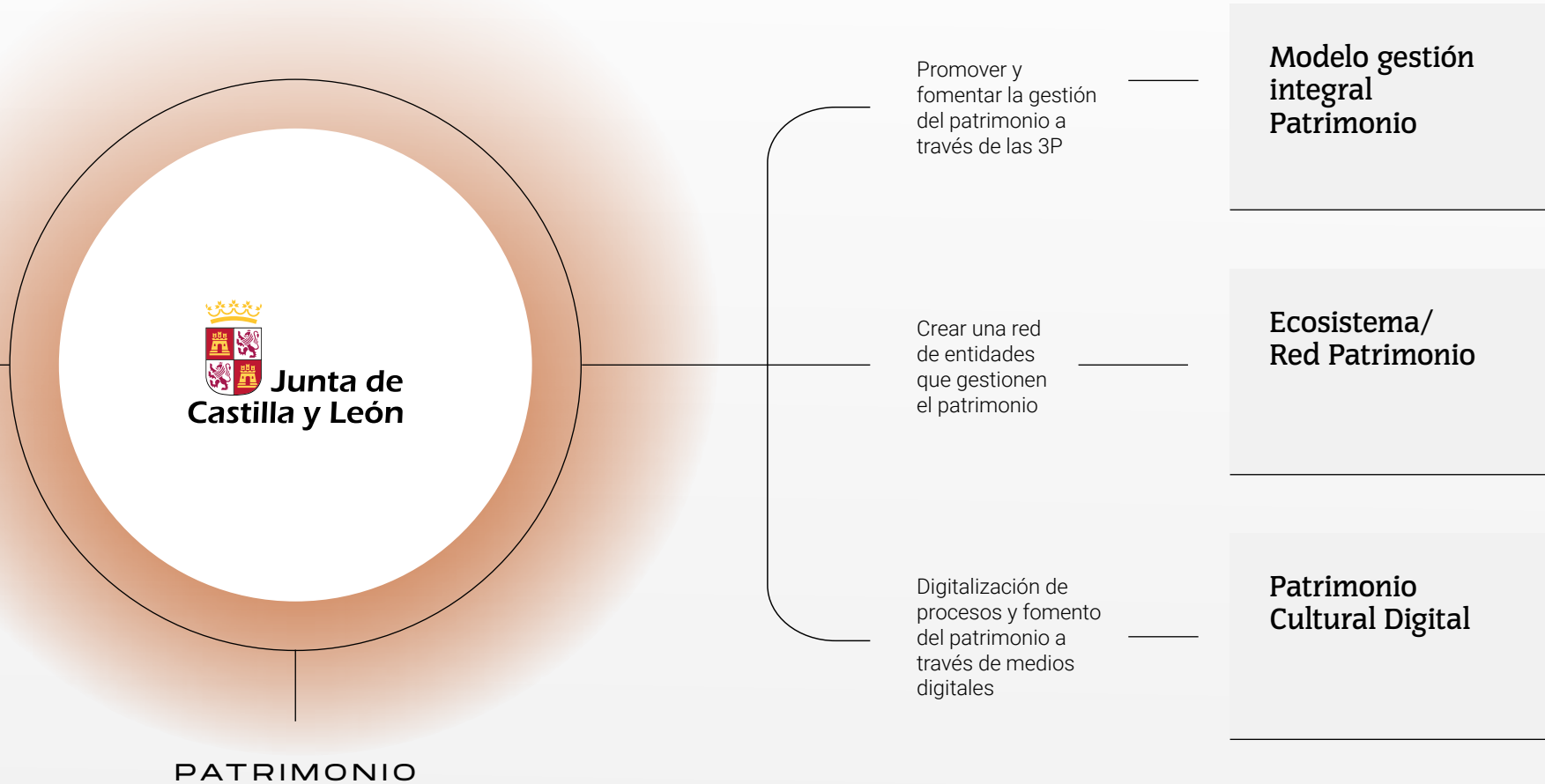
Integración en PEBUR 2025

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



Alineación con la Estrategia Regional

Búsqueda de una **alineación integral con la estrategia regional** impulsada por la Dirección General de Patrimonio de la Junta de Castilla y León.







DEBILIDADES

- Deterioro de numerosos bienes patrimoniales por insuficiencia de fondos para su mantenimiento y conservación.
- Falta de coordinación entre diferentes agentes de la provincia de Burgos. Falta de oferta turística estructurada y coordinada.
- Falta de coordinación (acción) entre iniciativas culturales y turísticas.
- Modelos de financiación clásicos dependientes de la Administración pública.
- Baja interacción entre los agentes que promueven el patrimonio material, natural e inmaterial de la provincia, sin un modelo de gobernanza que articule sus esfuerzos.

- Escasa digitalización de la oferta cultural.
- Falta de visibilidad y reconocimiento del patrimonio inmaterial (baja promoción).
- Bajos índices de emprendimiento y de formación especializada.
- Falta de estructura interna para la ejecución de actuaciones.
- Convenios de colaboración históricos continuistas con poca aportación de valor.
- Ausencia de agentes de enlace entre la Diputación de Burgos y municipios de la provincia.

AMENAZAS

- Despoblación, envejecimiento, baja densidad demográfica de los municipios (sin relevo generacional ni transmisión del patrimonio cultural inmaterial).
- Fuerte competencia con otros destinos turísticos.
- Concentración de actividades en periodo veraniego/ fines de semana e impacto del cambio climático en las 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.

FORTALEZAS

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

OPORTUNIDADES

- Fomento del **turismo sostenible** y experiencias culturales a través de rutas culturales, patrimoniales y gastronómicas. **Vías verdes** como elementos vertebradores de la provincia. Creación de un **territorio turístico inteligente**.
- Puesta en valor de la **cultura y el patrimonio, ligados al turismo interior** (patrimonio-cultura-turismo).
- **Público objetivo más maduro**, con tiempo, recursos económicos e interés cultural patrimonial. Foco en **Madrid y País Vasco**.
- Impulso de **productos turísticos no suficientemente explotados** (románico burgalés y patrimonio 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 provincia y la ciudad** para aunar esfuerzos.
- Figura del **coordinador cultural**, como agente en contacto con el ciudadano y el municipio.

APORTACIONES

- Necesidad de impulsar la **gestión profesional** por todos los agentes implicados en cultura y patrimonio.
 - **Estructura interna insuficiente** para la ejecución (rigidez, poca flexibilidad).
 - Presupuesto destinado a **actividades continuistas** con poca aportación de valor.
 - Necesidad de **acercar la administración al territorio**.
 - **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**.
- Necesidad de **transformación del modelo de subvenciones** actual de poco importe y 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**.
 - La realización de **actividades culturales en agosto no crea valor** para el ciudadano del medio rural.

CONCLUSIONES

- Fomento de **nuevos sistemas de financiación**:
 1. Préstamos liquidez sin aval (emprendedores culturales).
 2. Modelos de cofinanciación.
 3. Crowdfunding.
 4. Programas europeos.
 - **Presupuesto patrimonio inmaterial** (sí, recursos no presupuestos). Investigación y potenciación del patrimonio inmaterial.
 - Ayudas a **proyectos cinematográficos**.
 - Ejes vertebradores del Plan: **lengua patrimonio inmaterial, patrimonio natural, románico y romano**.
 - **Ejes románico y romano**, tractores de otras iniciativas (Camino de Santiago, Ribera del Duero, lengua...).
- **Recreaciones históricas** (teatro y turismo).
 - Mayor **esfuerzo en la promoción, difusión y comunicación**. Reforzar alianzas (grandes fundaciones, ayuntamientos, universidad, etc.).
 - Fomentar el **compromiso de ciudadanos, asociaciones** y buscar unidad de pueblos.
 - Impulso del **apoyo de agentes privados**.
 - **Modelos colaborativos** de redes.
 - Fomento de **programas de emprendimiento e industrias culturales**.
 - Necesidad de contar con un **programa de difusión del patrimonio** por parte de los agentes.





MISIÓN

Objetivo global del plan: **clarificar y contextualizar decisiones estratégicas.**

M

Puesta en valor de la cultura y el 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 y cultura como eje de transformación de la sociedad (derechos culturales).
- PEBUR: desarrollo turístico y patrimonial.

VISIÓN

Priorizar actuaciones y presupuesto en base a las aspiraciones estratégicas.

V

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.

Cultura

*Definición y
formulación de la* **ESTRATEGIA**

De	un modelo centrado en la operativa/presupuesto anual, sin la integración de las diferentes unidades de la Diputación y actores principales del sector.	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.
De	una situación previa sin un análisis y reflexión sobre el pasado y presente de la estrategia cultural de la provincia de Burgos.	A	una estrategia hacia el futuro, con un diagnóstico inicial de partida con la involucración de agentes.
De	un modelo de gestión de financiación de agentes a través de subvenciones.	A	un modelo de gestión sostenible con foco en la sostenibilidad social y económica de los proyectos subvencionados.
De	una estrategia sin foco en líneas de actuación vertebradoras de las actuaciones.	A	un modelo de prioridad en la gestión del patrimonio, propio de la Diputación.

De	un conjunto de actuaciones que vienen desarrollándose por parte de la Diputación, desde hace años, sin cuestionarse el valor añadido aportado.	A	una estrategia centrada en aquellas líneas de actuación que aporten valor al ciudadano: diferenciando entre actuaciones tradicionales y nuevas líneas de actuación estratégicas.
De	ejes de actuación tradicionales de la provincia: lengua, Camino de Santiago, Ribera del Duero, Camino del Cid, Atapuerca...	A	nuevas líneas de actuación objetivo, centradas en el patrimonio propio de la Diputación, ejes vertebradores e integradores del conjunto de patrimonio de la provincia: norte- sur/Oña & Clunia/románico- romano.
De	una baja interacción entre turismo, cultura y patrimonio.	A	un modelo con una estrategia clara y definida de actuación en torno al patrimonio inmaterial y su alcance.
De	una separación entre las estrategias y actuaciones y el patrimonio materia e inmaterial.	A	un modelo de prioridad en la gestión del patrimonio, propio de la Diputación.
De	una importante estacionalidad en las líneas de actuación.	A	un programa de actuaciones durante todo el año.

De	un “reparto” del presupuesto entre los diferentes proyectos culturales y patrimoniales/ ayuntamientos de la provincia.	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.
De	De un alcance elevado de beneficiarios receptores de subvenciones de pequeñas cuantías, como es el caso de asociaciones culturales.	A	una estrategia de subvenciones enfocada en la búsqueda del efecto multiplicador del presupuesto a través de subvencionar menos proyectos, pero de mayor impacto.
De	un modelo de financiación basado en el presupuesto público de la administración, sin otras vías de entrada de flujos económicos.	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 para proyectos conjuntos. • Entidades empresariales & fundaciones. • Patrocinios & mecenazgo.

De	De un bajo nivel de digitalización del patrimonio material e inmaterial.	A	proyectos estratégicos de digitalización de la oferta (integración del patrimonio material, inmaterial y natural). una nueva web de la Diputación más moderna e integradora del conjunto de actuaciones mediante una agenda cultural.
De	De una gestión de redes sociales incipiente en cultura, consolidada en turismo, si bien independientes.	A	un enfoque de redes sociales muy segmentado, poniendo el foco en nuevos segmentos de población objetivo, con interacción entre cultura y turismo.
De	De proyectos ya desarrollados en la provincia, en torno al románico en alguna de las asociaciones (GAL).	A	una estrategia conjunta de proyectos de digitalización, en torno a las principales líneas de actuación.

De	un modelo de comunicación con reducida visibilidad, que no traslada el conjunto de actividades culturales que se desarrollan en los municipios de la provincia (con más de 650 proyectos/año, gran parte de estos están financiados por la Diputación).	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.
De	una estrategia clara de comunicación de difusión de los grupos artísticos de la provincia.	A	una estrategia de comunicación vinculada al Plan Director, con un enfoque doble: “Provincia de Burgos, Origen y Destino” y las líneas de actuación estratégicas vertebradoras, con la dualidad de cantidad de patrimonio de la provincia y ejes vertebradores (románico– romano).
De	un modelo de gestión de financiación de agentes a través de subvenciones.	A	un modelo de gestión sostenible con foco en la sostenibilidad social y económica de los proyectos subvencionados.
De	De iniciativas recientes con éxito como el perfil de Cultura Rural Burgos.	A	el refuerzo de la iniciativa Cultura Rural Burgos. un plan de marketing y comunicación con mayor presencia directa en territorio y ubicaciones clave (Madrid, País Vasco).

De	un modelo interno que cuenta con limitaciones de recursos de personal para la gestión de las actuaciones.	A	una estructura/modelo de gobernanza eficiente del conjunto de recursos/actividades, tanto en interno como externo.
De	una falta de presencia en territorio, cercanía al ciudadano y entidades asociativas.	A	un modelo de gestión que cuente con el apoyo, la participación y profesionalidad del conjunto de gestores culturales como actores tractores de las actuaciones en cada territorio.
De	un modelo con poca integración entre las diferentes áreas de Diputación vinculadas a la cultura, patrimonio y turismo y falta de comunicación entre áreas.	A	un modelo de gobernanza que fomente la involucración de todos los agentes: Diputación, asociaciones, ayuntamientos, Iglesia, gestores culturales, ciudadanos...

ALIANZAS

PROYECTOS
ESTRATÉGICOS

De	una situación de partida con un alto número de convenios históricos con diferentes entidades.	A	un modelo de cooperación- colaboración entre agentes que fomente las sinergias y efecto multiplicador vía proyectos de gestión sostenible.
De	una baja vinculación entre la ciudad de Burgos y su provincia	A	una mayor interacción entre los proyectos culturales, patrimoniales y turísticos en Burgos (capital y provincia).
De	un volumen reducido de proyectos en colaboración entre municipios y entidades asociativas.	A	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.
De	una buena gestión en las alianzas con la Junta de Castilla y León y el arzobispado, a través de convenios.	A	una mayor cercanía con el segmento de empresas (mayor peso de las industrias verdes).
De	un nivel reducido de alianzas con entidades empresariales tractoras o vinculadas a la industria verde.	A	una interacción con universidades, asociaciones, ayuntamientos, capital, Junta de Castilla y León, arzobispado, etc.

De	una escasa priorización tácita de proyectos estratégicos en el pasado.	A	una priorización de líneas de actuación como ejes vertebradores en torno al románico y romano.
De	un modelo sin alta interacción cultura- patrimonio- turismo.	A	un modelo donde “Provincia de Burgos, Origen y Destino” aglutina el inmenso patrimonio de la provincia de Burgos. una estrategia definida con un mayor protagonismo del patrimonio inmaterial. un modelo que combina las líneas de actuación tradicionales con los nuevos ejes de transformación.





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

L1
Gestión sostenible

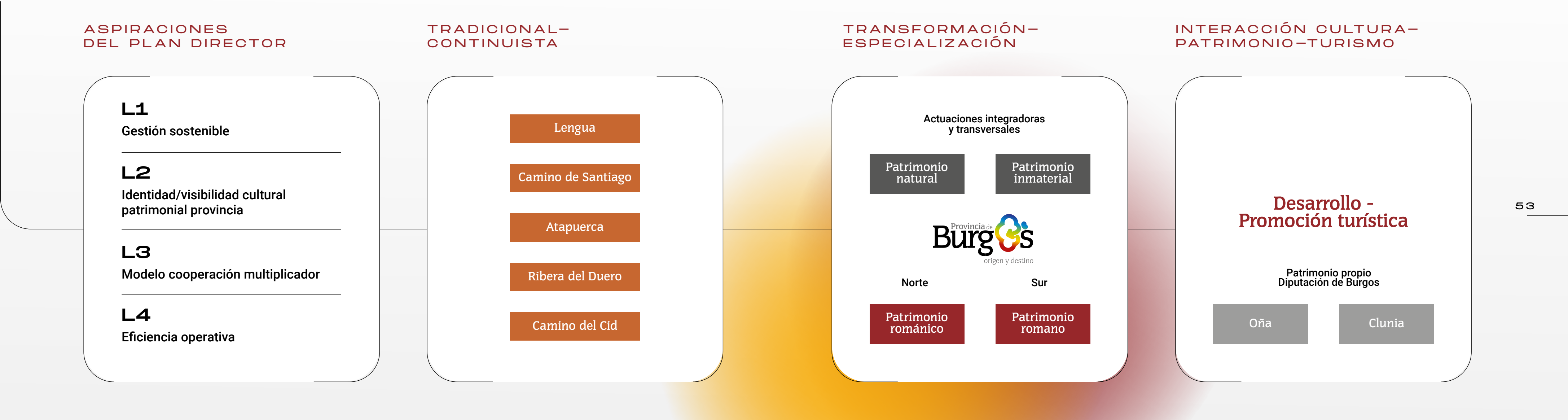
L2
Identidad/visibilidad cultural patrimonial provincia

L3
Modelo cooperación multiplicador

L4
Eficiencia operativa

Cultura

Líneas **ESTRATÉGICAS**





1. Situación de partida

2. Motivaciones del Plan

3. Análisis estratégico

4. Análisis DAFO

5. Definición y formulación
de la estrategia

6. Líneas estratégicas

7. Mapa de objetivos
estratégicos

8. Planes de acción

9. Resultados



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

F

Financiera
valor

C

Segmento
/ciudadano

P

Procesos

R

Infraestructuras
/recursos

Cultura

Mapa de
objetivos **ESTRATÉGICOS**

FINANCIERA VALOR	SEGMENTO / CIUDADANO	PROCESOS	INFRAESTRUCTURAS / RECURSOS
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)	P1 Mejorar la interacción 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 e inmaterial P6 Estrategia clara de comunicación segmentada	R1 Dimensionamiento eficiente de la estructura interna Capital humano R2 Definir modelo de gobernanza Organización R3 Mayor digitalización de la oferta patrimonial y cultural Digitalización Tecnología R4 Fomento de la digitalización de proyectos culturales R5 Mayor presencia en territorio y profesionalización a través de los gestores Alianzas R6 Optimizar convenios y alianzas estratégicas R7 Fomento de la participación activa de empresas tractoras y de la industria verde





1. Situación de partida

2. Motivaciones del Plan

3. Análisis estratégico

4. Análisis DAFO

5. Definición y formulación de la estrategia

6. Líneas estratégicas

7. Mapa de objetivos estratégicos

8. Planes de acción

9. Resultados

PLAN

01

Plan de estructura interna/ modelo de gobernanza

PLAN

02

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

PLAN

03

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

PLAN

04

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

PLAN

05

Plan de marketing & comunicación

PLAN

06

Plan de apoyo a la educación

PLAN

07

Plan financiero/ presupuesto/ subvenciones

PLAN

08

Plan patrimonio inmaterial

PLAN

09

Plan cicloturismo patrimonial

PLAN

10

Plan empleo cultural

PLAN

11

Plan cultura para el ciudadano

Cultura

PLANES *de acción*

Definición planes de acción

01	Plan de estructura interna/modelo de gobernanza	Establecer un modelo de estructura y 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 directas con los principales beneficiarios, los ciudadanos.
02	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, planificación de rutas y paquetes, digitalización, así como fomento de la marca “Burgos Románico”.
03	Plan de promoción y puesta en valor de los vestigios romanos en la provincia de Burgos	Diseñar una estrategia de puesta en valor mediante la definición de un conjunto de rutas, paquetes, contenidos y proyectos digitales, tomando como eje vertebrador Clunia y el desarrollo de actividades culturales y turísticas durante toda la anualidad.
04	Plan de puesta en valor y promoción de la cultura local: Tradiciones y artistas burgaleses	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.
05	Plan de marketing & comunicación	Definir e implantar un conjunto de actuaciones segmentadas hacia los diferentes públicos objetivos (ciudadanos, turistas, entidades asociativas y 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.

06	Plan de apoyo a la educación	Impulsar y consolidar la cultura y el patrimonio, con el propósito de acercar la oferta de actividades al público joven. Esto incluye su integración en los modelos educativos y formativos, el respaldo a iniciativas emprendedoras, y el desarrollo de propuestas lúdicas que promuevan las industrias culturales y creativas.
07	Plan financiero/ presupuesto/ subvenciones	Asignar un presupuesto que posibilite la ejecución de actividades de mayor impacto y valor para la provincia de Burgos, mediante una nueva política de subvenciones orientada a proyectos estratégicos alineados con los ejes del Plan Director. Además, se buscará generar nuevas fuentes de ingresos a través de iniciativas como los fondos europeos y la colaboración con entidades empresariales y otras organizaciones.
08	Plan patrimonio inmaterial	El objetivo principal es reconocer y valorar el patrimonio cultural inmaterial (PCI) de la región, asegurando su conservación y fortalecimiento. Esto implica identificar, promover y proteger activamente las expresiones culturales que forman parte del PCI, garantizando que estas manifestaciones culturales sean transmitidas a las futuras generaciones, manteniendo viva la identidad y la memoria colectiva. Para lograrlo, se plantea la necesidad de involucrar de manera activa a todos los actores clave.
09	Plan cicloturismo patrimonial	Convertir a la provincia de Burgos en el ‘Origen y Destino’ de referencia del cicloturismo patrimonial, a la vez que potenciamos sus eventos deportivos como palancas turísticas.
10	Plan empleo cultural	Los agentes culturales de diferentes disciplinas artísticas, así como otros cuyo resultado directo de su actividad es la gestión cultural, deben ser impulsados desde las diferentes administraciones del medio rural, creando un ecosistema ideal para su crecimiento y apostando por la especialización empresarial del sector.
11	Plan cultura para el ciudadano	La Diputación de Burgos debe apostar por las actividades culturales dirigidas al medio rural y a sus ciudadanos promoviendo la cultura local, así como dirigiendo durante todo el año los eventos culturales al medio rural.

Matriz impacto planes de acción & objetivos estratégicos

		OBJETIVOS ESTRATÉGICOS																					
		F1	F2	F3	F4	C1	C2	C3	C4	C5	P1	P2	P3	P4	P5	P6	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
		Sostenibilidad del presupuesto: proyectos estratégicos	Aportación de valor elemento clave en asignación de presupuestos	Implantación nueva estrategia subvenciones	Conseguir nuevas vías de financiación de proyectos	Fomentar una implicación; arraigo total del ciudadano al patrimonio	Priorización de las líneas de actuación estratégicas: románico, romano, cultura local	Mayor difusión del conjunto de actuaciones que se desarrollan en la provincia	Impulso marca común en actividades culturales turísticas	Posicionamiento en CCAA clave (Madrid, País Vasco)	Mejorar la interacción entre cultura y turismo	Mejorar la eficiencia de los procesos/gestión internos	Fomento proyectos cooperación/ sinergias	Impulsar el desarrollo de las industrias culturales	Integración patrimonio material e inmaterial	Estrategia clara de comunicación segmentada	Dimensionamiento eficiente de la estructura interna	Definir modelo de gobernanza	Mayor digitalización de la oferta patrimonial y cultural	Fomento de la digitalización de proyectos culturales	Mayor presencia en territorio y profesionalización a través de los gestores culturales	Optimizar convenios y alianzas estratégicas	Fomento de la participación activa de empresas tractoras y de la industria verde
01	Plan de estructura interna/modelo de gobernanza																						
02	Plan de promoción y puesta en valor del románico en la provincia de Burgos																						
03	Plan de promoción y puesta en valor de los vestigios romanos en la provincia de Burgos																						
04	Plan de puesta en valor y promoción de la cultura local: tradiciones y artistas burgaleses																						
05	Plan de marketing & comunicación																						
06	Plan de apoyo a la educación																						
07	Plan financiero/ presupuesto/ subvenciones																						
08	Plan patrimonio inmaterial																						
09	Plan cicloturismo patrimonial																						
10	Plan empleo cultural																						
11	Plan cultura para el ciudadano																						

Matriz impacto planes de acción & líneas estratégicas

PLANES DE ACCIÓN		LÍNEAS ESTRATÉGICAS			
		L1	L2	L3	L4
		Gestión sostenible	Identidad/visibilidad cultural patrimonial	Modelo cooperación multiplicador	Eficiencia operativa
01	Plan de estructura interna/modelo de gobernanza				
02	Plan de promoción y puesta en valor del románico en la provincia de Burgos				
03	Plan de promoción y puesta en valor de los vestigios romanos en la provincia de Burgos				
04	Plan de puesta en valor y promoción de la cultura local: tradiciones y artistas burgaleses				
05	Plan de marketing & comunicación				
06	Plan de apoyo a la educación				
07	Plan financiero/ presupuesto/ subvenciones				
08	Plan patrimonio inmaterial				
09	Plan cicloturismo patrimonial				
10	Plan empleo cultural				
11	Plan cultura para el ciudadano				

PLANES de acción

Priorización planes de acción



Planes relacionados

TODOS

Equipo de trabajo

SODEBUR Cultura Servicio formación, empleo y desarrollo local

PLAN *Estructura interna /*
MODELO DE GOBERNANZA

Objetivos

Líneas estratégicas

L1
Gestión sostenible

L4
Eficiencia operativa



F2

Aportación de valor elemento clave en asignación de presupuestos



C1

Fomentar una implicación; arraigo total del ciudadano al patrimonio



P1

Mejorar la interacción entre cultura y turismo



R1

Dimensionamiento eficiente de la estructura interna

F4

Conseguir nuevas vías de financiación de proyectos

P2

Mejorar la eficiencia de los procesos/gestión internos

R2

Definir modelo de gobernanza

P5

Integración patrimonio material e inmaterial

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

Descripción y objetivos

Establecer un modelo de estructura y 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 directas con los principales beneficiarios, los ciudadanos.

Factores críticos de éxito

- Agilidad en la administración pública en las contrataciones/movilidad de recursos.
- Organigrama de funciones.
- Sistemáticas de interacción entre agentes (comités de trabajo inter unidades de Diputación + comités de trabajo con sector).
- Eficiencia de los procesos internos.

Actividades o Hitos

ETAPAS

O1

Identificación de otros modelos de referencia a nivel de estructuras eficientes en la gestión del patrimonio y cultura.

O2

Planteamiento de actuaciones internas para la gestión del compromiso/gestión del tiempo/propósito y valores compartidos.

O3

Análisis de capacidades/necesidades en las diferentes unidades internas en Diputación, fomento de comités de trabajo interunidades.

O4

Valoración de incorporación de recursos internos (adecuación del organigrama) VS subcontratación de recursos/actuaciones.

O5

Creación de una red, definiendo los diferentes perfiles/agentes intervinientes y sus funciones (públicos, privados, etc.). Comité/consejo responsabilidades.

O6

Revisión del mapa de procesos interno/análisis de ineficiencias.

O7

Generación de sistemáticas de reuniones/interacción para la generación de proyectos colaborativos.

O8

Analizar el conjunto de alianzas y agentes objetivo a integrar en el modelo de gobernanza.

Planes relacionados

- Plan de estructura interna/modelo de gobernanza
- Plan de marketing & comunicación
- Plan financiero/ presupuesto/ subvenciones
- Plan patrimonio inmaterial

Equipo de trabajo

Arzobispado	Cultura	Ayuntamientos
SODEBUR	GAL	Empresas

PLAN *Promoción y puesta en valor*
ROMÁNICO

Objetivos

Líneas estratégicas

L2

Identidad/visibilidad cultural patrimonial

L3

Modelo cooperación multiplicador



F1

Sostenibilidad del presupuesto; proyectos estratégicos



C1

Fomentar una implicación; arraigo total del ciudadano al patrimonio



P1

Mejorar la interacción entre cultura y turismo



R3

Mayor digitalización de la oferta patrimonial y cultural

F4

Conseguir nuevas vías de financiación de proyectos

C2

Priorización líneas de actuación estratégicas: románico, romano, cultura local

P3

Fomento proyectos cooperación/sinergias

R6

Optimizar convenios y alianzas estratégicas

C5

Posicionamiento en CCAA clave (Madrid, País Vasco)

P4

Impulsar el desarrollo de las industrias culturales

R7

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

Descripción y objetivos

Desarrollo de un plan de promoción del románico burgalés, estableciendo un conjunto de actuaciones estratégicas, planificación de rutas y paquetes, digitalización, así como fomento de la marca "Burgos Románico".

Factores críticos de éxito

- Creación de un comité de trabajo del románico.
- Fomento de la marca "Burgos Románico".
- Campaña de promoción.
- Digitalización de la oferta.

Actividades o Hitos

01

Identificación y análisis de buenas prácticas de promoción del románico.

02

Creación de un Comité de Gestión experto del Románico, involucrando agentes internos y externos.

03

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.

04

Análisis y adecuación de iniciativas propias o de terceros en desarrollo. Mayor dinamización de las 14 rutas del románico en Burgos y conexión con el conjunto de rutas/líneas de actuación estratégicas de la provincia.

05

Estrategia de contenidos digitales interactivos.

06

Fomento de la web y la marca "Burgos románico", así como de las redes sociales (contenidos segmentados, elementos multimedia, etc.).

07

Creación de un centro expositivo o de interpretación como referente internacional del románico.

08

Vías de financiación de proyectos estratégicos en torno al románico.

ETAPAS

Planes relacionados

- Plan de estructura interna/modelo de gobernanza
- Plan de marketing & comunicación
- Plan financiero/ presupuesto/ subvenciones
- Plan patrimonio inmaterial

Equipo de trabajo

Clunia Cultura SODEBUR Universidades

PLAN *Promoción y puesta en valor*

VESTIGIOS ROMANOS

Líneas estratégicas

L2

Identidad/visibilidad cultural patrimonial

L3

Modelo cooperación multiplicador



F1

Sostenibilidad del presupuesto; proyectos estratégicos



C1

Fomentar una implicación; arraigo total del ciudadano al patrimonio



P1

Mejorar la interacción entre cultura y turismo



R3

Mayor digitalización de la oferta patrimonial y cultural

F4

Conseguir nuevas vías de financiación de proyectos

C2

Priorización líneas de actuación estratégicas: románico, romano, cultura local

P3

Fomento proyectos cooperación/sinergias

R6

Optimizar convenios y alianzas estratégicas

C5

Posicionamiento en CCAA clave (Madrid, País Vasco)

P4

Impulsar el desarrollo de las industrias culturales

R7

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

Objetivos

Descripción y objetivos

Diseñar una estrategia de puesta en valor mediante la definición de un conjunto de rutas, paquetes, contenidos y proyectos digitales, tomando como eje vertebrador Clunia y el desarrollo de actividades culturales y turísticas durante toda la anualidad.

■ CLVNIA ■



Diputación de Burgos

Cultura

Factores críticos de éxito

- Estrategia de comunicación y marketing: campaña de promoción, interacción cultura y turismo.
- Minimizar el componente estacional de las visitas a la ciudad romana de Clunia

Actividades o Hitos

O1

Realizar un análisis de la oferta turística actual, estado de conservación y necesidades de restauración, accesibilidad, así como digitalización.

O2

Mejorar el posicionamiento de la ciudad romana de Clunia como referente internacional e icono de la Hispania romana.

O3

Lanzamiento de una campaña de promoción bajo la marca de la ciudad romana de Clunia.

O4

Convertir a Clunia en foco de recepción de actividades culturales con un calendario de eventos repartidos durante todo el año.

O5

Promoción de rutas del románico y otros productos turísticos afines.

O6

Estrategia de contenidos digitales a abordar en torno a la herencia romana/ acciones de sensibilización hacia los públicos objetivos (turistas, escolares, ciudadanos locales...).

O7

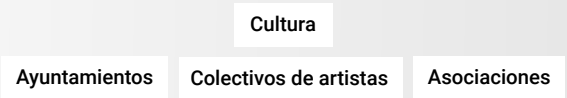
Colaboraciones con otras provincias para crear una red cultural en torno al patrimonio romano.

ETAPAS

Planes relacionados

- Plan de estructura interna/modelo de gobernanza
- Plan de marketing & comunicación
- Plan financiero/ presupuesto/ subvenciones

Equipo de trabajo



PLAN *Cultura local:*

TRADICIONES
Y ARTISTAS
BURGALESES

Objetivos

Líneas
estratégicas

L2

Identidad/visibilidad cultural
patrimonial

L3

Modelo cooperación
multiplicador



F1

Sostenibilidad del
presupuesto; proyectos
estratégicos



C1

Fomentar una
implicación; arraigo
total del ciudadano al
patrimonio



P1

Mejorar la interacción
entre cultura y turismo



R3

Mayor digitalización de
la oferta patrimonial y
cultural

F4

Conseguir nuevas vías
de financiación de
proyectos

C2

Priorización líneas de
actuación estratégicas:
románico, romano,
cultura local

P3

Fomento proyectos
cooperación/sinergias

R7

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

C5

Posicionamiento en
CCAA clave (Madrid,
País Vasco)

P4

Impulsar el desarrollo
de las industrias
culturales

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.

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.

Actividades o Hitos

ETAPAS

01

- Programación cultural por temporadas, evitando la estacionalidad de actividades.

02

- Actualización del registro de artistas e identificación de necesidades por parte de los ayuntamientos.

03

- Actualización de la web con grupos artísticos de Burgos/contenidos de las redes sociales/catálogo/ vídeo. Lanzamiento de una campaña de comunicación para destacar la importancia de apoyar a los artistas locales y difundir las actividades del plan.

04

- Organización de festivales temáticos de tradiciones/ artistas y eventos de artistas, prioritariamente burgaleses.

05

- Establecer una agenda de eventos itinerantes que permita llevar actuaciones a pueblos más pequeños y zonas rurales.

06

- Impulso y fomento del mecenazgo cultural como vías de financiación de artista.

07

- Celebración de certámenes alejados de periodos estivales.

08

- Promover actividades en colegios e institutos donde artistas locales interactúen con los estudiantes, fortaleciendo el vínculo cultural desde edades tempranas e incentivando el espíritu emprendedor a través del conocimiento de experiencias y trayectorias profesionales de artistas.

Planes relacionados

TODOS

Equipo de trabajo

Responsable de comunicación Diputación

Cultura

SODEBUR

PLAN MARKETING & COMUNICACIÓN

Líneas
estratégicas

L2

Identidad/visibilidad cultural
patrimonial

L3

Modelo cooperación
multiplicador

L4

Eficiencia operativa



F2

Aportación de valor
elemento clave
en asignación de
presupuestos



C1

Fomentar una
implicación; arraigo
total del ciudadano al
patrimonio



P1

Mejorar la interacción
entre cultura y turismo



R1

Dimensionamiento
eficiente de la
estructura interna

F4

Conseguir nuevas vías
de financiación de
proyectos

C3

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

P2

Mejorar la eficiencia de
los procesos/gestión
internos

R3

Mayor digitalización de
la oferta patrimonial y
cultural

C4

Impulso marca
común en actividades
culturales turísticas

P3

Fomento proyectos
cooperación/sinergias

R4

Fomento de la
digitalización de
proyectos culturales

C5

Posicionamiento en
CCAA clave (Madrid,
País Vasco)

P4

Impulsar el desarrollo
de las industrias
culturales

R5

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

P6

Estrategia clara
de comunicación
segmentada

R7

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

Objetivos

Descripción
y objetivos

Definir e implantar un
conjunto de actuaciones
segmentadas hacia los
diferentes públicos objetivos
(ciudadanos, turistas, entidades
asociativas y 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.

Factores críticos de éxito

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

Actividades o Hitos

01

• Análisis y
revisión de
iniciativas
actuales (cultura
y turismo) para
su continuidad o
reestructuración.

02

• Identificación
de "agentes
de referencia",
impulsores de
la actividad
promovida por la
Diputación.

03

• Identificación de
los principales
canales por
público objetivo
y las actuaciones
a desarrollar.

04

• Adecuación de
la página web e
integración de
las diferentes
iniciativas
promovidas
desde la
Diputación.

05

• Elaboración de
agenda cultural
como elemento
de difusión.

06

• Dotar de
estructura y
planificación de
contenidos a las
redes sociales
de la Diputación;
fomento del ya
creado "Cultura
Rural Burgos".

07

• Definición de
actuaciones
de refuerzo
de las marcas
de referencia
vinculadas
con cultura +
"Provincia de
Burgos, Origen
y Destino"
(integración
turismo) románico
burgalés-
romano.

08

• Sensibilización
con
ayuntamientos/
agentes para
la interacción
permanente en
la comunicación
de actuaciones.

09

• Definición de
sistemas de
comunicación
interna entre
los diferentes
departamentos,
miembros y
personal de la
entidad.

ETAPAS

Planes relacionados

- 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

Equipo de trabajo

SODEBUR Cultura JCYL Educación

PLAN

APOYO EDUCACIÓN

Líneas estratégicas

L2

Identidad/visibilidad cultural patrimonial

L3

Modelo cooperación multiplicador



F2

Aportación de valor elemento clave en asignación de presupuestos



C1

Fomentar una implicación; arraigo total del ciudadano al patrimonio



P1

Mejorar la interacción entre cultura y turismo



R3

Mayor digitalización de la oferta patrimonial y cultural

F4

Conseguir nuevas vías de financiación de proyectos

P3

Fomento proyectos cooperación/sinergias

R4

Fomento de la digitalización de proyectos culturales

P4

Impulsar el desarrollo de las industrias culturales

R6

Optimizar convenios y alianzas estratégicas

P6

Estrategia clara de comunicación segmentada

Objetivos

Descripción y objetivos

Impulsar y consolidar la cultura y el patrimonio, con el propósito de acercar la oferta de actividades al público joven. Esto incluye su integración en los modelos educativos y formativos, el respaldo a iniciativas emprendedoras, y el desarrollo de propuestas lúdicas que promuevan las industrias culturales y creativas.

Factores críticos de éxito

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

Actividades o Hitos

ETAPAS

O1

- Identificar actuaciones que se estén abordando en la actualidad y medir su impacto así como aportación de valor.

O2

- Creación de un Comité Técnico entre la Universidad, Junta de Castilla y León y las Entidades locales para el fomento de actividades formativas ajustadas a las necesidades del medio rural.

O3

- Desarrollo de actividades/ jornadas/eventos de fomento del patrimonio/cultura, coordinadas junto a los agentes responsables de la labor educativa.

O4

- Definir en el plan de comunicación una estrategia clara de contenidos de fomento cultural/ patrimonial hacia el público escolar.

O5

- Coordinar eventos, formación y programas de fomento del emprendimiento cultural.

O6

- Diseñar acciones de sensibilización y divulgación sobre el patrimonio burgalés con ejes del románico, romano, cultura tradicional y patrimonio inmaterial.

O7

- Digitalización de la oferta cultural.

Planes relacionados

Equipo de trabajo

TODOS

Cultura

SODEBUR

PLAN FINANCIERO PRESUPUESTOS SUBVENCIONES

Objetivos

Líneas estratégicas

L1

Gestión sostenible

L2

Identidad/visibilidad cultural patrimonial

L3

Modelo cooperación multiplicador

L4

Eficiencia operativa



F1

Sostenibilidad del presupuesto: proyectos estratégicos



C1

Fomentar una implicación; arraigo total del ciudadano al patrimonio



P1

Mejorar la interacción entre cultura y turismo



R1

Dimensionamiento eficiente de la estructura interna

F4

Conseguir nuevas vías de financiación de proyectos

C2

Priorización líneas de actuación estratégicas: románico, romano, cultura local

P2

Mejorar la eficiencia de los procesos/gestión internos

R3

Mayor digitalización de la oferta patrimonial y cultural

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

Descripción y objetivos

Asignar un presupuesto que posibilite la ejecución de actividades de mayor impacto y valor para la provincia de Burgos, mediante una nueva política de subvenciones orientada a proyectos estratégicos alineados con los ejes del Plan Director. Además, se buscará generar nuevas fuentes de ingresos a través de iniciativas como los fondos europeos y la colaboración con entidades empresariales y otras organizaciones.

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.

Actividades o Hitos

ETAPAS

01

- Análisis del presupuesto y modificación de partidas y proyectos que no aporten valor al medio rural de la provincia de Burgos.

02

- Aprobación de la nueva estrategia de subvenciones enfocada en proyectos estratégicos, conforme a las nuevas líneas estratégicas y de actividad del Plan Director.

03

- Adecuación de convenios a la nueva política y búsqueda de modelos colaborativos–coparticipativos en la financiación/ inversión.

04

- Reuniones con los principales agentes/ interlocutores de la Diputación.

05

- Análisis de proyectos estratégicos con el área de innovación/ desarrollo de proyectos europeos, evaluación de viabilidad económico-financiera.

06

- Colaboración con entidades empresariales así como obras sociales o fundaciones de corporaciones privadas.

07

- Mayor difusión de acuerdos y colaboraciones estratégicas.

Planes relacionados

Equipo de trabajo

Servicio formación, empleo y desarrollo local

JCYL

Cultura

SODEBUR

PLAN

PATRIMONIO INMATERIAL

Objetivos

Líneas
estratégicas

L2

Identidad/visibilidad cultural
patrimonial

L3

Modelo cooperación
multiplicador



F1

Sostenibilidad del
presupuesto; proyectos
estratégicos



C1

Fomentar una
implicación; arraigo
total del ciudadano al
patrimonio



P1

Mejorar la interacción
entre cultura y turismo



R3

Mayor digitalización de
la oferta patrimonial y
cultural

F4

Conseguir nuevas vías
de financiación de
proyectos

P2

Mejorar la eficiencia de
los procesos/gestión
internos

P3

Fomento proyectos
cooperación/sinergias

P5

Integración patrimonio
material e inmaterial

R7

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

Descripción
y objetivos

El objetivo principal es reconocer y valorar el patrimonio cultural inmaterial (PCI) de la región, asegurando su conservación y fortalecimiento. Esto implica identificar, promover y proteger activamente las expresiones culturales que forman parte del PCI, garantizando que estas manifestaciones culturales sean transmitidas a las futuras generaciones, manteniendo viva la identidad y la memoria colectiva. Para lograrlo, se plantea la necesidad de involucrar de manera activa a todos los actores clave.

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.

Actividades o Hitos

ETAPAS

O1

- Análisis del presupuesto y modificación de partidas y proyectos que no aporten valor al medio rural de la provincia de Burgos.

O2

- Educación y sensibilización sobre el PCI, diseñando programas educativos y unidades didácticas enfocados en la difusión del PCI.

O3

- Implementación de un plan de marketing y difusión para visibilizar el PCI.

O4

- Fomentar la colaboración público- privada creando sinergias con empresas, artesanos y gremios para integrar el PCI en el desarrollo local sostenible.

O5

- Elaboración y aplicación de estrategias para proteger las manifestaciones del PCI en riesgo.

O6

- Establecer Convenios y alianzas con entidades que apuesten por la difusión del PCI.

O7

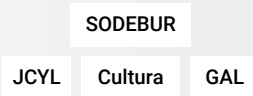
- Promover rutas y eventos vinculados al PCI, como parte del turismo cultural.

O8

- Aplicación de enfoques actualizados y transversales que integren diferentes perspectivas, como la etnografía, el turismo y la economía local.

Planes relacionados

Equipo de trabajo



PLAN CICLOTURISMO PATRIMONIAL

Objetivos

Líneas
estratégicas

- L2**
Identidad/visibilidad cultural
patrimonial
- L3**
Modelo cooperación
multiplicador

- | | |
|---|---|
|  F1
Sostenibilidad del
presupuesto: proyectos
estratégicos | F4
Conseguir nuevas vías
de financiación de
proyectos |
|  C4
Impulso marca
común en actividades
culturales turísticas | |
|  P1
Mejorar la interacción
entre cultura y turismo | P3
Fomento proyectos
cooperación/sinergias |
|  R7
Fomento de la
participación activa de
empresas tractoras y de
la industria verde | |

Descripción
y objetivos

Convertir a la provincia
de Burgos en el `Origen y
Destino´ de referencia del
cicloturismo patrimonial, a la vez
que potenciamos sus eventos
deportivos como palancas
turísticas.

Factores críticos de éxito

- Lograr una colaboración efectiva y un compromiso a largo plazo de los agentes públicos y privados del territorio.
- Implementar una promoción estratégica y eficaz que posicione a Burgos como destino de referencia.

Actividades o Hitos

- | | O1 | O2 | O3 | O4 |
|---------------|--|---|--|---|
| ETAPAS | <ul style="list-style-type: none">• Desarrollar una oferta de cicloturismo de alta calidad y especializada en los recursos únicos de la provincia. | <ul style="list-style-type: none">• Garantizar que la oferta de cicloturismo cumpla con las expectativas de calidad, servicios e infraestructuras de los cicloturistas. | <ul style="list-style-type: none">• Implicar y coordinar a los agentes públicos y privados del territorio para asegurar el éxito a largo plazo del plan. | <ul style="list-style-type: none">• Dar a conocer y posicionar a Burgos como un destino de referencia para el cicloturismo, tanto patrimonial como deportivo. |

Planes relacionados

Equipo de trabajo

PLAN de
EMPLEO
CULTURAL

Líneas
estratégicas

L1

Gestión sostenible

L3

Modelo cooperación
multiplicador



F1

Sostenibilidad del
presupuesto; proyectos
estratégicos



P3

Fomento proyectos
cooperación/sinergias



R5

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

F3

Implantación nueva
estrategia subvenciones

P4

Impulsar el desarrollo
de las industrias
culturales

R6

Optimizar convenios y
alianzas estratégicas

R7

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

SODEBUR

JCYL

Cultura

Entidades locales

GAL

Objetivos

Descripción
y objetivos

Los agentes
culturales de diferentes
disciplinas artísticas, así
como otros cuyo resultado
directo de su actividad es la gestión
cultural, deben ser impulsados desde
las diferentes administraciones
del medio rural, creando un
ecosistema ideal para su
crecimiento y apostando por la
especialización empresarial
del sector.

Factores críticos de éxito

- Apoyo efectivo de las administraciones rurales a agentes y gestores culturales.
- Creación de un ecosistema favorable para el crecimiento y especialización empresarial del sector cultural.
- Eficacia de los incentivos para la contratación de agentes culturales.

Actividades o Hitos

O1

Plan de Empleo:
agentes culturales.

O2

Emprendedores
culturales.

O3

Nuevas industrias
creativas.

O4

Conservación
preventiva;
especialización
de empresas de
construcción.

O5

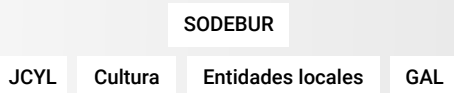
Incentivos para la
contratación de
agentes culturales.

ETAPAS

Planes relacionados

Equipo de trabajo

PLAN
CULTURA
PARA EL
CIUDADANO



Descripción
y objetivos

La Diputación de Burgos debe apostar por las actividades culturales dirigidas al medio rural y a sus ciudadanos promoviendo la cultura local, así como dirigiendo durante todo el año los eventos culturales al medio rural.

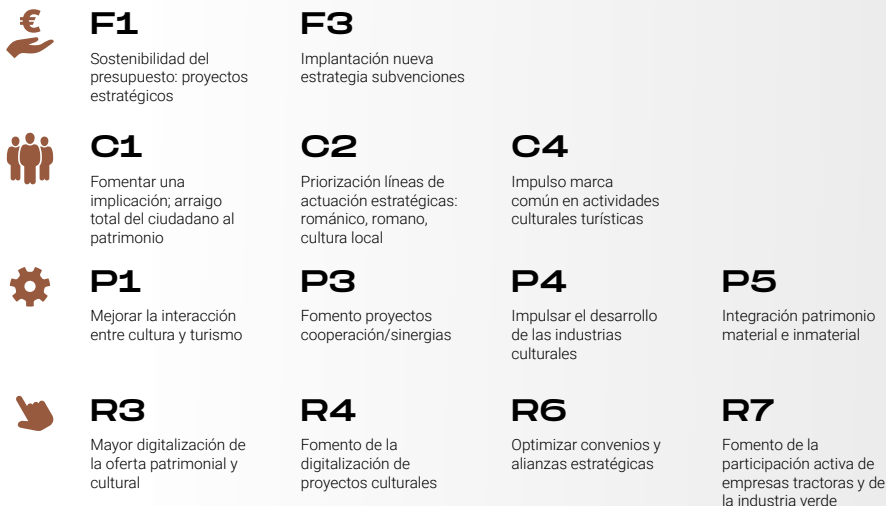
Factores críticos de éxito

- Dirigir específicamente actividades culturales al medio rural y sus ciudadanos, promoviendo la cultura local.
- Implementación de programas de eventos desestacionalizados, evitando el periodo estival.
- Apoyo a festivales y eventos dirigidos al ciudadano del medio rural.

Objetivos

Líneas
estratégicas

L2
Identidad/visibilidad cultural
patrimonial



Actividades o Hitos







1.

Visión estratégica única y consensuada

2.

Nuevo modelo de gestión de gestión del patrimonio cultural para los próximos 5 años

3.

Stakeholders alineados con la estrategia

4.

Plan estratégico traducido a objetivos para todo el ecosistema cultural

5.

Objetivos estratégicos traducidos a planes de acción e iniciativas estratégicas

6.

Conocimiento de la estrategia a todos los niveles y su aportación

7.

Dinámica estratégica implantada como soporte a presupuestos y financiación

8.

Realización y financiación de actividades que aporten valor a la provincia de Burgos

Cultura

RESULTADOS



**Raquel Contreras
López**

Diputada Provincial
Responsable de las áreas de
Cultura y Turismo

Desde la Sección de educación y cultura de la Diputación provincial de Burgos quisiéramos agradecer el trabajo realizado por los agentes privados y públicos del sector cultural de la provincia, para definir un plan que nos permita crear valor añadido en cada una de las actividades culturales dirigidas a sus verdaderos protagonistas, los ciudadanos del medio rural.

Nuestro deseo es el de diseñar, coordinar y ejecutar de manera eficiente, las políticas culturales y educativas que la Diputación desarrolla y colabora en nuestra tierra. Nuestro objetivo es el de garantizar que todos los municipios burgaleses, especialmente aquellos más pequeños o alejados, puedan acceder a la cultura y la educación, superando las dificultades relacionadas con su tamaño o ubicación.

Para ello, hemos Diseñado un plan director para el periodo 2025-2030, partiendo de un análisis de la situación actual, definiendo los objetivos clave y las acciones a implementar logrando una involucración del ecosistema cultural y patrimonial de la provincia de Burgos, con impacto positivo en la profesionalización del sector.

Burgos es una provincia única, un territorio donde la variedad, la miscelánea, es una constante viva. Una tierra cruce de caminos, un embroque de culturas que tiene el honor de ser la cuna del homo antecesor, donde después han habitado pueblos como los autrigones, los turmogos, los arévacos y los romanos, entre otros. Un lugar donde todos estos pueblos y civilizaciones se han encontrado en la historia y cuya memoria ha sobrevivido, dejándonos un patrimonio increíble, un legado único cuya gran muestra es la ciudad de Clunia, ciudad romana que no deja de darnos sorpresas y alegrías todos los años. A todo ello se suma un gran patrimonio románico, gótico, renacentista y barroco. En resumen, un gran tesoro cultural que es necesario proteger y poner en valor.

Para la Diputación de Burgos, una de nuestras prioridades es la puesta en valor de este patrimonio cultural, así como contar con la estrategia adecuada y consensuada de comunicación y puesta en valor de los recursos culturales y patrimoniales. De esta manera, representantes de diferentes disciplinas artísticas, entidades locales, instituciones así como los miembros de la Comisión de Cultura, han participado en la definición de este plan director; un documento vivo, flexible y abierto a nuevas iniciativas.

Muchas gracias a todos los agentes culturales que han participado en la elaboración de este documento que va a permitir que nuestra tierra siga siendo un referente de calidad y promoción de la cultura y del patrimonio.



**Borja Suarez
Pedrosa**

Presidente de la Diputación
Provincial de Burgos

Institucional

www.burgos.es

Cultura

www.cultura.burgos.es

Clunia

www.clunia.es

Grupos artísticos

www.gruposartisticosburgos.es

Agenda

www.culturaburgos.es



@cultura_rural_burgos



Cultura Rural Burgos

Síguenos en nuestro canal:

whatsapp.com/channel/0029Vb6fc7B90x30Z1FWCo0H

**Unidad de Educación y
Cultura de la Diputación
Provincial de Burgos**

Tel.: 947 258 655



Diputación
de Burgos

