

La 'Identidad Comarcal de la Sierra Norte de Guadalajara' ya es una realidad en el territorio

Este proyecto surgió de la ciudadana de la comarca, en las mesas sectoriales de participación ciudadana para la elaboración de la estrategia de Desarrollo Rural 2016-2020. Pretende convertirse en un motor que potencie el consumo de productos de proximidad, locales, comarcales y provinciales, de modo que los propios empresarios sean los mejores embajadores del territorio, y al mismo tiempo, también los mejores clientes de otros empresarios cercanos

El Grupo de Acción Local ADEL ha presentado esta mañana en rueda de prensa la 'Identidad Comarcal de la Sierra Norte de Guadalajara'.

En primer lugar, la presidenta de ADEL Sierra Norte, María Jesús Merino, ha recordado que “los grupos de acción local, y en concreto ADEL Sierra Norte, ya hemos recibido 1.5 millones de euros de fondos EURI, que vamos a empezar ya a gestionar, y que serán dedicados, fundamentalmente, a rehabilitación de viviendas para asentamiento de la población”, ha señalado.

La Identidad Comarcal es un proyecto surgió de las mesas sectoriales de participación ciudadana para la elaboración de la Estrategia de Desarrollo del periodo 2016-2020, y que, como tal, pasó a formar parte de la estrategia del grupo de Acción Local. Su objetivo último es subrayar los valores singulares del territorio y generar un sentimiento de pertenencia.

Con este fin, la construcción de la 'Identidad Comarcal de la Sierra Norte' ha llevado aparejado el rediseño del logotipo del GAL, perfectamente indicativo de la sensibilidad de ADEL Sierra Norte, “lo que supone siempre un reto mayor porque implica no perder la esencia de la imagen y valores corporativos preexistentes pero sí añadir a estos un nuevo impulso de cara a los proyectos de futuro”, ha dicho Merino. La nueva imagen es obra de la diseñadora gráfica Lina Vico, “que ha hecho una magnífica interpretación de nuestra imagen, orientándola hacia el futuro”, ha apostillado la presidenta.

Ha correspondido a Gonzalo Bravo, vicepresidente de ADEL Sierra Norte, presentar la 'Identidad Comarcal de la Sierra Norte de Guadalajara'. Gracias a este proyecto, la Sierra Norte de Guadalajara ha identificado y puesto en valor sus tradiciones, su historia y el paisaje cultural como recursos para el desarrollo local y como fuente de innovación que forman parte de su ADN y que aportan un valor añadido a sus productos y servicios. Así, la 'Marca de Identidad' pretende convertirse en un motor que potencie el consumo de productos de proximidad, locales, comarcales y provinciales, de modo que los propios empresarios sean los mejores embajadores del territorio, y al mismo tiempo, también los mejores clientes de otros empresarios cercanos. “La nuestra no es otra marca más u otra marca de calidad más. Es un proyecto que debe ir desarrollándose en el tiempo. Queremos sumarle nuevas asignaciones de fondos en el futuro para darle continuidad. Ha sido concebida para crear un sentimiento de territorio”, ha señalado Bravo.

Así, y en paralelo con el diseño de la nueva imagen, el grupo de acción local ADEL Sierra Norte presentó la iniciativa, en las últimas dos semanas de mayo en cinco emplazamientos diferentes de la Sierra Norte (Tamajón, Jadraque, Atienza, Galve de Sorbe y Sigüenza). Acudieron más de un centenar de empresarios, munícipes y portavoces de asociaciones locales. Además, la presentación se puso a disposición de la ciudadanía a través de la web y RRSS de ADEL Sierra Norte.

El siguiente paso del proyecto fue trasladárselo a los empresarios interesados en formar parte de la ‘Marca de Identidad Comarcal’. Para obtener el distintivo correspondiente, los establecimientos debían cumplir con determinados requisitos en cuanto a criterios de consumo, producción o atención al cliente, y superar un baremo de puntuación establecido. El tejido empresarial que podía obtener el distintivo quedó dividido en cuatro categorías: alojamientos, bares y restaurantes, comercios, y empresas de turismo activo. Para cada una de ellas se diseñó un cuestionario específico. Estos cuestionarios han valorado aspectos como el uso y consumo de productos de cercanía, en el caso de bares y restaurantes, o la atención al cliente a su llegada, en el caso de alojamientos, y detalles como si se ofrece información o si se puede atender al cliente en otro idioma. “Poco a poco, incorporaremos más sectores de la producción”, ha explicado Bravo.

En todo caso, y conscientes de que el turismo es, hoy por hoy, el motor de la economía de la Sierra Norte -tres de las cuatro categorías tienen que ver con el turismo- ADEL ha presentado también esta mañana un video promocional, que ha llevado a cabo el realizador guadalajareño Pedro López Arce. El video destaca la pluralidad de la Sierra Norte, con muchos tipos de naturaleza, de patrimonio y de entornos rurales. Todos ellos están reflejados en su metraje, de tal manera que el turista puede comprobar la gran variedad de que dispone para diseñar su viaje.

Culminado el proceso, ahora la marca vuelve al territorio, de donde surgió la idea, en forma de distintivo para los comercios adheridos, que disfrutarán además, de otras ventajas. “Lo que buscamos es que quienes se adhieran, adquieran un compromiso rural, que se comprometan con su territorio, para, entre todos, sacarla adelante. Después de la pandemia, nos encontramos ante una excelente oportunidad de desarrollo para el medio rural. Quizá la última. Hay que aprovechar el momento, hacer piña y trabajar en red. El mundo postCOVID19 se ha dado cuenta de la calidad de vida de que gozamos en el medio rural, y tenemos que intentar aprovechar esa tendencia, gracias a proyectos como éste”, ha terminado Bravo.

¿Qué es lo que se ofrece a quienes se adhieren a la marca?

Ha sido Isabelle Bancheraud, vicepresidenta de ADEL Sierra Norte la encargada de explicar cómo está evolucionando la implantación de la ‘Identidad Comarcal de la Sierra Norte de Guadalajara’ en el territorio.

El proyecto ya cuenta con el distintivo físico de Marca de Identidad Comarcal y “hasta la fecha, y sólo unos pocos meses después de su presentación, ya son 29 establecimientos los que se han adherido a la marca”, ha señalado Bancheraud. Se trata de 18 establecimientos de alojamientos, 2 establecimientos de restaurantes, 4 establecimientos de Comercios y 4 establecimientos de Turismo Activo.

De la mano del proyecto, estos establecimientos van a recibir formación sobre marketing digital, presencia en redes sociales/reputación online, argumentos de mejora del Plan de Negocio de la Empresa, productos de ecoturismo o sobre mejora de la gestión medioambiental/residuos.

Además, se ha creado un apartado exclusivo para la ‘Marca de Identidad Comarcal de la Sierra Norte de Guadalajara’ en la página web de ADEL. “Con vistas al futuro y cuando aumente el número de establecimientos adheridos, crearemos una página web propia”, ha añadido Bancheraud.

Además, se va a realizar una campaña de difusión y publicidad en redes sociales con los establecimientos adheridos y se va a crear una línea de productos promocionales y de merchandising. “Y por supuesto, todos ellos contarán con un distintivo físico, que podrán colocar en lugares bien visibles de sus negocios, y que empezaremos a repartir la semana que viene”, añadía la vicepresidenta de ADEL Sierra Norte.

Datos de contacto:

Javier Bravo
606411053

Nota de prensa publicada en: [Guadalajara](#)

Categorías: [Sociedad](#) [Castilla La Mancha](#) [Turismo](#) [Agricultura](#) [Emprendedores](#) [Restauración](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>