

Club de Producto Burgos Ciudad Creativa de la Gastronomía

Acto de presentación 24/11/2025



Expediente: 208/2024/TRAM

Creación y puesta en marcha de un club de producto de Burgos como Ciudad Creativa de la Gastronomía de la UNESCO. Incluidas en el PSTD del Ayuntamiento de Burgos, eje 4º, actuación nº 20, financiado con los fondos Next-Generation EU.

ÍNDICE

1. Introducción. El Club de Producto de Burgos
2. Objetivos del Club de Producto
3. Beneficios de adhesión
4. Tipologías de principales miembros a adherirse
5. Metodología. Lanzamiento, adhesiones y evolución del Club
6. La marca turística del Club. Distintivo para adheridos
7. ¿Cómo formar parte? Criterios de adhesión para miembros

1. INTRODUCCIÓN. EL CLUB DE PRODUCTO DE BURGOS



La ciudad de Burgos se encuentra en un proceso de evolución como destino turístico. Gracias a su **Plan de Sostenibilidad Turística: “Burgos, un jardín urbano”**, se abordan diversos retos mediante la ejecución de múltiples actuaciones (varias de ellas estrechamente vinculadas a la mejora competitiva del producto gastronómico), con las que Burgos implementará estrategias de turismo sostenible que aporten calidad y variedad a su oferta de productos y servicios.

Una de estas actuaciones es la creación y lanzamiento del **Club de Producto Burgos Ciudad Creativa de la Gastronomía (Burgos Gastronomy City)**, cuyo objetivo principal es potenciar el producto gastronómico de la ciudad y agrupar en una misma red colaborativa a la potencial oferta local del destino.

La necesidad de crear este Club nace como paso definitivo a la hora de posicionar la marca de Burgos Ciudad Creativa de la Gastronomía reconocida por la **UNESCO** (desde el año 2015) donde la oferta gastroturística surgida aquí transmita calidad, singularidad y contribuya a posicionar la riqueza gastronómica de Burgos, más allá de su imponente historia y patrimonio cultural, productos por los que la ciudad ya destaca.

El **Club de Producto Burgos Gastronomy City** se define como una agrupación de empresarios, entidades y grupos locales vinculados al producto de gastroturismo donde se busca la mejora competitiva y la consolidación de Burgos tanto a nivel nacional como internacional, fortaleciendo la marca del Club y facilitando la comercialización de la oferta del destino en el mercado turístico.

Una oportunidad GRATUITA de formar parte de la red local de profesionales gastronómicos de Burgos.

2. OBJETIVOS DEL CLUB DE PRODUCTO



2. Objetivos del Club de Producto

Los objetivos del Club de Producto gastronómico de Burgos

1

Posicionar el Club (bajo la nueva marca) como garantía de **calidad gastronómica**

2

Conectar diversos productos turísticos de la ciudad con la oferta de **gastroturismo**

3

Reforzar la imagen de Burgos también como **destino gastronómico** de excelencia, más allá de lo cultural

4

Impulsar **sinergias y alianzas** entre los miembros del Club para fortalecer la gobernanza local y la oferta de experiencias y servicios

5

Facilitar la comunicación, **promoción y venta** de productos de **gastroturismo** (experiencias, eventos, menús, servicios, etc.)

6

Captar nuevos públicos y mercados interesados en el **gastroturismo** y consolidar los existentes

7

Aumentar el número de visitas, la estancia media y el gasto en **turismo**, favoreciendo la **desestacionalización** y la economía

8

Atraer un tipo de consumidor **responsable**, que valore la **gastronomía** y productos locales y que consuma experiencias del Club

9

Continuar potenciando Burgos como **Ciudad Creativa de la UNESCO** y **posicionarla** como referente nacional e internacional de **innovación y tradición gastronómica**

3. BENEFICIOS DE ADHESIÓN



Beneficios de formar parte del Club para los miembros adheridos

01.

Integración en la **promoción gastroturística del destino**, con opción de acompañamiento a ferias y eventos (nacionales e internacionales) para promocionar y poner en valor la oferta gastronómica de Burgos.

02.

Recibir **formación y asesoramiento** para diseñar y optimizar **experiencias turísticas** y lanzarlas al mercado con enfoque estratégico, tanto vía Club como de forma individual.

03.

Impulso de **sinergias y alianzas** entre miembros para co-crear productos y experiencias combinadas, orientadas a públicos y mercados objetivo.

04.

Facilitar la **comunicación, promoción y comercialización** conjunta de productos, experiencias, eventos y servicios de los miembros, aprovechando el valor UNESCO como Ciudad Creativa de la Gastronomía. Especialmente también a través de la web <https://burgosgastromycity.com/> y redes sociales.

05.

Uso de la **nueva marca del Club** para identificar a los miembros, añadir valor a su oferta y representar estándares de calidad gastroturística.

06.

Creación de **contenido audiovisual profesional** para los miembros (sobre productos, servicios y/o experiencias) como material promocional. Para ser incluido también en el futuro **Catálogo de Experiencias de Gastroturismo de Burgos**.

Beneficios para Burgos como destino

07.

Vinculación del patrimonio histórico y la gastronomía tanto tradicional como creativa de Burgos a una **oferta turística innovadora y sostenible**, integrando experiencias, productos y servicios en torno al gastroturismo.

08.

Destacar a Burgos no solo por su cultura y patrimonio, sino también como **referente en gastronomía creativa, innovación culinaria y experiencias turísticas** vinculadas a la evolución humana y la sostenibilidad.

09.

Aumento de la **captación de nuevos viajeros** atraídos por la oferta de experiencias del Club, posicionando a Burgos como un destino gastronómico creativo con valores sostenibles, diferenciadores y de alta calidad.

10.

Prologar la **estancia media**, **desestacionalizar las llegadas** y **eleva el gasto turístico**, generando un impacto positivo en la economía local y los sectores de turismo, producción agroalimentaria, gastronomía, etc.

11.

Consolidación de la **relevancia internacional** de Burgos y los miembros del Club formando parte de la **Red UNESCO** como destino gastronómico creativo de referencia mundial.



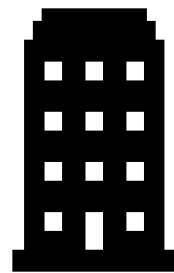
4. TIPOLOGÍAS DE PRINCIPALES MIEMBROS A ADHERIRSE

4. Tipologías de principales miembros a adherirse

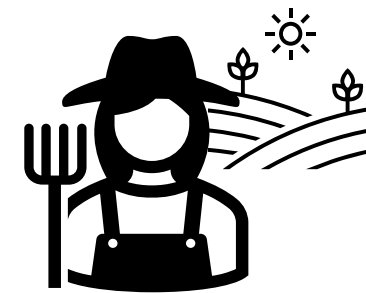
Tipologías de miembros potenciales para adherirse al Club:



Restaurantes,
gastrobares y catering



Alojamientos (y con
oferta gastronómica)



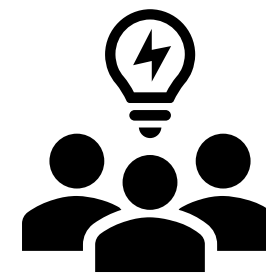
Productores
agroalimentarios,
D.O., I.G.P y M.G.



Comercios y
mercados de
productos locales



Empresas de actividades,
organizadores de
eventos, guías y AAVV



Centros de investigación,
centros de formación y
organizaciones/grupos
locales sin ánimo de lucro



4. Tipologías de principales miembros a adherirse

Existencia de 3 niveles de miembros adheridos:



Miembros distinguidos

- Podrán formar parte de la futura Mesa de seguimiento del Club de Producto si así lo desean.



Aportando 1 experiencia



Miembros PREMIUM

- Aparecer en el Catálogo promocional de experiencias de gastroturismo.
- Acompañar a Visita Burgos y ProBurgos a ferias y otras acciones de promoción de la gastronomía local.
- Formar parte del Comité Asesor de la futura Mesa de seguimiento del Club de Producto si así lo desean.



Miembros colaboradores

- Pueden también aportar experiencias vinculadas a la gastronomía y podrán aparecer en el Catálogo promocional de experiencias.
- Podrán ser propuestos para formar parte de la futura Mesa de seguimiento del Club de Producto si así lo desean.



Ejemplo del futuro Catálogo de Experiencias de Gastroturismo de Burgos

[illegible]



5. METODOLOGÍA. LANZAMIENTO, ADHESIONES Y EVOLUCIÓN DEL CLUB

5. Metodología. Lanzamiento, adhesiones y evolución del Club





6. LA MARCA TURÍSTICA DEL CLUB. DISTINTIVO PARA ADHERIDOS

Marca turística del Club de Producto. Usos del logo, nuevo distintivo para miembros adheridos

Sticker termoadhesivo, con medidas aprox. 10x15cm. Podrá ser utilizado en cristales, peanas pequeñas u otro tipo de lugares, con el objetivo de comunicar y visibilizar la pertenencia al Club por parte de los miembros adheridos, además de poder usar la versión digital para que sea incluida en espacios online, RRSS, diseño de cartelería, etc.
También se hará entrega a los miembros adheridos de una **placa conmemorativa** con peana con este mismo logo.



Marca turística del Club de Producto. Usos del logo, nuevo distintivo para miembros adheridos



Además, se ha actualizado la versión del logo del 10º aniversario en convivencia con el logo UNESCO red de Ciudades Creativas. Inclusión de los mismos en la actual página web de [Burgos Gastronomy City](https://burgosgastronomycity.es), también en más espacios y materiales en el futuro.



7. ¿CÓMO FORMAR PARTE? CRITERIOS DE ADHESIÓN PARA MIEMBROS

¿Cómo formar parte del Club y adherirse al mismo?

Identificar la tipología de empresa, entidad u otro tipo de agente local, revisar los **criterios de adhesión** correspondientes (**de participación**, asumiendo el compromiso; y criterios de **mejora continua**, de carácter recomendado y voluntario), y rellenar la carta de adhesión o hacer la [inscripción online](#), reconociendo el cumplimiento de requisitos y la voluntad de trabajar bajo los objetivos y metodología del Club de Producto Burgos Gastronomy City.



DE PARTICIPACIÓN

Necesidad de compromiso durante el periodo de lanzamiento del Club para formalizar la adhesión de la empresa/entidad.



DE MEJORA CONTINUA

No obligatorios durante el período de lanzamiento, siendo **voluntarios y recomendados** para una mayor aportación de valor a futuro.

¿Cómo formar parte del Club y adherirse al mismo?

Criterios de adhesión para la tipología de **RESTAURANTES, GASTROBARES Y EMPRESAS DE CATERING**

CRITERIOS DE PARTICIPACIÓN (compromiso)

- ☐ Constituido, registrado y dado de alta en la ciudad de Burgos o que, al menos, esté ubicado y/u ofrezca servicio gastroturístico en el término municipal de Burgos ciudad.
- ☐ Dispone de experiencias turístico-gastronómicas (pudiendo ser menús con productos locales) o se compromete a crearlas durante el período de lanzamiento del Club de Producto.
- ☐ Ofrece servicio, al menos, los sábados y/o domingos.
- ☐ Ofrece, al menos, diversos platos utilizando productos agroalimentarios locales, de la provincia de Burgos, y lo evidencia en la carta y/o a través de otros medios de comunicación poniendo en valor recetas y productos locales.
- ☐ Dispone de página web y/o redes sociales.
- ☐ Tiene el contacto directo (teléfono y correo electrónico) en su página web, en Google y otros espacios de comunicación.
- ☐ Podrá usar el distintivo/placa del Club colocándolo en un lugar visible para trasladar al público que forma parte del mismo, así como en la web, RRSS y demás material promocional.
- ☐ Ofrece información de su oferta gastronómica atendiendo a los diferentes públicos y mercados objetivo. Además, también dará información de otras empresas, eventos y entidades adheridas al Club, fomentando sinergias y más consumos en la ciudad.
- ☐ Ofrece la posibilidad de pago mediante efectivo, tarjeta de débito/crédito y/o Bizum.
- ☐ Asistirá a reuniones, eventos y formaciones organizadas desde el Club, al menos una vez al año.
- ☐ Ofrece servicios y productos manteniendo una calidad estándar, o por encima de este nivel, así como su infraestructura, para trasladar valor mediante la marca del Club.

CRITERIOS DE MEJORA CONTINUA (voluntarios y recomendados)

- ☐ Posee o intentará obtener certificados de calidad turística como SICTED, de sostenibilidad como Biosphere, y/o de accesibilidad universal, por ejemplo.
- ☐ Apuesta por la economía circular, ambiental y social (productos Km. 0, de temporada, reciclaje, reducción de residuos, donación de excedentes, huella de carbono, inclusión laboral, etc.) y lo recoge así en sus bases como empresa, entidad, organismo, etc.
- ☐ Forma parte de alguna asociación o grupo local con vinculación en materia turística, gastronómica, ambiental, social, económica, etc.
- ☐ Podrá participar voluntariamente en la futura Mesa de seguimiento del Club y podrá formar parte del Comité Asesor de la Mesa.
- ☐ Si desea participar en ferias, workshops, actividades de promoción y otros eventos en el extranjero de la mano de Visita Burgos-ProBurgos, deberá al menos poder comunicarse en inglés o el idioma local de ese destino.
- ☐ Dispone de la página web y otro tipo de materiales promocionales en más de un idioma (aquel más demandado por sus consumidores en caso de ser otro idioma más allá del castellano).
- ☐ Facilitará imágenes de su empresa/entidad para que puedan ser utilizadas en la web de Burgos Gastronomy City, en el futuro catálogo de experiencias, etc.
- ☐ Recopilará cifras turísticas propias que puedan servir al ente gestor turístico local, provincial, autonómico y nacional para la explotación de datos y diseño de nuevas posibles estrategias, alineado a la metodología Destino Turístico Inteligente.

¿Cómo formar parte del Club y adherirse al mismo?

Criterios de adhesión para la tipología de **ALOJAMIENTOS (Y ALOJAMIENTOS CON OFERTA GASTRONÓMICA)**

CRITERIOS DE PARTICIPACIÓN (compromiso)

- ☐ Constituido, registrado y dado de alta en la ciudad de Burgos o que, al menos, esté ubicado y ofrezca servicio turístico en el término municipal de Burgos ciudad.
- ☐ Dispone de experiencias turístico-gastronómicas o se compromete a crearlas durante el período de lanzamiento del Club de Producto.
- ☐ En caso de contar con servicio de restauración/oferta gastronómica, ofrece, al menos, diversos platos utilizando productos agroalimentarios locales, de la provincia de Burgos, y lo evidencia en la carta y/o a través de otros medios de comunicación poniendo en valor recetas y productos locales.
- ☐ El alojamiento estará abierto, al menos, 6 meses al año. En caso de disponer de servicio de restauración, lo ofrece, al menos, los sábados y/o domingos.
- ☐ Dispone de página web y/o redes sociales.
- ☐ Tiene el contacto directo (teléfono y correo electrónico) en su página web, en Google y otros espacios de comunicación.
- ☐ Podrá usar el distintivo/placa del Club colocado en un lugar visible para trasladar al público que forma parte del mismo, así como en la web, RRSS y demás material promocional.
- ☐ Ofrece información de la oferta gastronómica atendiendo a los diferentes públicos y mercados objetivo. Además, también dará información de otras empresas, eventos y entidades adheridas al Club, fomentando sinergias y más consumos en la ciudad.
- ☐ Ofrece la posibilidad de pago mediante efectivo, tarjeta de débito/crédito, transferencia bancaria y/o Bizum.
- ☐ Asistirá a reuniones, eventos y formaciones organizadas desde el Club, al menos una vez al año.

- ☐ Ofrece servicios y productos manteniendo una calidad estándar, o por encima de este nivel, así como su infraestructura, para trasladar valor mediante la marca del Club.

CRITERIOS DE MEJORA CONTINUA (voluntarios y recomendados)

- ☐ Posee o intentará obtener certificados de calidad turística como SICTED, de sostenibilidad como Biosphere, y/o de accesibilidad universal, por ejemplo.
- ☐ Apuesta por la economía circular, ambiental y social (productos Km. 0, de temporada, reciclaje, reducción de residuos, donación de excedentes, huella de carbono, inclusión laboral, etc.) y lo recoge así en sus bases como empresa, entidad, organismo, etc.
- ☐ Forma parte de alguna asociación o grupo local con vinculación en materia turística, gastronómica, ambiental, social, económica, etc.
- ☐ Podrá participar voluntariamente en la futura Mesa de seguimiento del Club y podrá formar parte del Comité Asesor de la Mesa.
- ☐ Si desea participar en ferias, workshops, actividades de promoción y otros eventos en el extranjero de la mano de Visita Burgos-ProBurgos, deberá al menos poder comunicarse en inglés o el idioma local de ese destino.
- ☐ Dispone de la página web y otro tipo de materiales promocionales en más de un idioma (aquel más demandado por sus consumidores en caso de ser otro idioma más allá del castellano).
- ☐ Facilitará imágenes de su empresa/entidad para que puedan ser utilizadas en la web de Burgos Gastronomy City, en el futuro catálogo de experiencias, etc.
- ☐ Recopilará cifras turísticas propias que puedan servir al ente gestor turístico local, provincial, autonómico y nacional para la explotación de datos y diseño de nuevas posibles estrategias, alineado a la metodología Destino Turístico Inteligente.

¿Cómo formar parte del Club y adherirse al mismo?

Criterios de adhesión para la tipología de **PRODUCTORES AGROALIMENTARIOS, D.O., I.G.P. y M.G.**

CRITERIOS DE PARTICIPACIÓN (compromiso)

- ☐ Productor/a autónomo o empresa constituida, registrada y dada de alta en la ciudad de Burgos o que, al menos, esté ubicada y ofrezca servicio turístico en el término municipal de Burgos ciudad. D.O. (denominación de origen), I.G.P. (indicación geográfica protegida) o M.G. (marca de garantía) de la provincia de Burgos y cuyos productos se comercialicen también en Burgos ciudad.
- ☐ Dispone de experiencias turístico-gastronómicas o se compromete a crearlas durante el período de lanzamiento del Club de Producto.
- ☐ Tanto el productor/a como las D.O, I.G.P. y M.G. identifica sus productos con etiquetados propios los cuales ayuden a informar y poner en valor lo que se comercializa.
- ☐ Si dispone de un espacio físico adaptado para visita turística, ofrece al menos esta posibilidad de consumo turístico algún sábado y/o domingo.
- ☐ Dispone de página web y/o redes sociales o la creará en el corto plazo.
- ☐ Tiene el contacto directo (teléfono y correo electrónico) en su página web, en Google y otros espacios de comunicación.
- ☐ Podrá usar el distintivo/placa del Club colocado en un lugar visible para trasladar al público que forma parte del mismo, así como en la web, RRSS y demás material promocional.
- ☐ Ofrece información de su oferta gastronómica atendiendo a los diferentes públicos y mercados objetivo. Además, también dará información de otras empresas, eventos y entidades adheridas al Club, fomentando sinergias y más consumos en la ciudad.
- ☐ Ofrece la posibilidad de pago mediante efectivo, tarjeta de débito/crédito y/o Bizum.
- ☐ Asistirá a reuniones, eventos y formaciones organizadas desde el Club, al menos una vez al año.
- ☐ Ofrece servicios y productos manteniendo una calidad estándar, o por encima de este nivel, así como su infraestructura (si dispone de ella), para trasladar valor mediante la marca del Club.

CRITERIOS DE MEJORA CONTINUA (voluntarios y recomendados)

- ☐ Posee o intentará obtener certificados de calidad turística como SICTED, de sostenibilidad como Biosphere, y/o de accesibilidad universal, por ejemplo.
- ☐ Apuesta por la economía circular, ambiental y social (productos Km. 0, de temporada, reciclaje, reducción de residuos, donación de excedentes, huella de carbono, inclusión laboral, etc.) y lo recoge así en sus bases como empresa, entidad, organismo, etc.
- ☐ Colabora con centros de estudios, de investigación y desarrollo relacionados con la gastronomía.
- ☐ Forma parte de alguna asociación o grupo local con vinculación en materia turística, gastronómica, ambiental, social, económica, etc.
- ☐ Podrá participar voluntariamente en la futura Mesa de seguimiento del Club y podrá formar parte del Comité Asesor de la Mesa.
- ☐ Si desea participar en ferias, workshops, actividades de promoción y otros eventos en el extranjero de la mano de Visita Burgos-ProBurgos, deberá al menos poder comunicarse en inglés o el idioma local de ese destino.
- ☐ Dispone de la página web y otro tipo de materiales promocionales en más de un idioma (aquel más demandado por sus consumidores en caso de ser otro idioma más allá del castellano).
- ☐ Facilitará imágenes de su empresa/entidad para que puedan ser utilizadas en la web de Burgos Gastronomy City, en el futuro catálogo de experiencias, etc.
- ☐ Recopilará cifras turísticas propias que puedan servir al ente gestor turístico local, provincial, autonómico y nacional para la explotación de datos y diseño de nuevas posibles estrategias, alineado a la metodología Destino Turístico Inteligente.

¿Cómo formar parte del Club y adherirse al mismo?

Criterios de adhesión para la tipología de **COMERCIOS Y MERCADOS DE PRODUCTOS LOCALES**

CRITERIOS DE PARTICIPACIÓN (compromiso)

- ☐ Autónomo/a o empresa constituida, registrada y dada de alta en la ciudad de Burgos o que, al menos, esté ubicada y ofrezca servicio turístico en el término municipal de Burgos ciudad. En el caso de mercados, espacio público, privado o mixto ubicado en la ciudad de Burgos que pueda albergar a empresas con vinculación gastronómica y/o eventos.
- ☐ Dispone de experiencias turístico-gastronómicas o se compromete a crearlas durante el período de lanzamiento del Club de Producto. O, al menos, comercializa productos del territorio.
- ☐ En el caso de comercios, al menos varios de sus productos agroalimentarios y artesanales son locales, de la provincia de Burgos, y lo evidencia en cartelería u otros formatos.
- ☐ En el caso de mercados, al menos varios de los puestos de venta son de productos agroalimentarios y artesanía local, de la provincia de Burgos, y así lo evidencian sus vendedores/as.
- ☐ Ofrece servicio, al menos, algún sábado y/o domingo.
- ☐ Dispone de página web y/o redes sociales o la creará en el corto plazo.
- ☐ Tiene el contacto directo (teléfono y correo electrónico) en su página web, en Google y otros espacios de comunicación.
- ☐ Podrá usar el distintivo/placa del Club colocado en un lugar visible para trasladar al público que forma parte del mismo, así como en la web, RRSS y demás material promocional.
- ☐ Ofrece información de su oferta gastronómica atendiendo a los diferentes públicos y mercados objetivo. Además, también dará información de otras empresas, eventos y entidades adheridas al Club, fomentando sinergias y más consumos en la ciudad.
- ☐ En el caso de mercados, se ofrece (al menos una vez al año) el espacio/infraestructura para realizar cualquier tipo de evento gastroturístico capaz de dinamizar el sector local.
- ☐ Ofrece la posibilidad de pago mediante efectivo, tarjeta de débito/crédito y/o Bizum.
- ☐ La persona responsable asistirá a reuniones, eventos y formaciones organizadas desde el Club, al menos una vez al año.

- ☐ Ofrece servicios y productos manteniendo una calidad estándar, o por encima de este nivel, así como su infraestructura, para trasladar valor mediante la marca del Club.

CRITERIOS DE MEJORA CONTINUA (voluntarios y recomendados)

- ☐ Posee o intentará obtener certificados de calidad turística como SICTED, de sostenibilidad como Biosphere, y/o de accesibilidad universal, por ejemplo.
- ☐ Apuesta por la economía circular, ambiental y social (productos Km. 0, de temporada, reciclaje, reducción de residuos, donación de excedentes, huella de carbono, inclusión laboral, etc.) y lo recoge así en sus bases como empresa, entidad, organismo, etc.
- ☐ Colabora con centros de estudios, de investigación y desarrollo relacionados con la gastronomía.
- ☐ Forma parte de alguna asociación o grupo local con vinculación en materia turística, gastronómica, ambiental, social, económica, etc.
- ☐ Podrá participar voluntariamente en la futura Mesa de seguimiento del Club y podrá formar parte del Comité Asesor de la Mesa.
- ☐ Si desea participar en ferias, workshops, actividades de promoción y otros eventos en el extranjero de la mano de Visita Burgos-ProBurgos, deberá al menos poder comunicarse en inglés o el idioma local de ese destino.
- ☐ Dispone de la página web y otro tipo de materiales promocionales en más de un idioma (aquel más demandado por sus consumidores en caso de ser otro idioma más allá del castellano).
- ☐ Facilitará imágenes de su empresa/entidad para que puedan ser utilizadas en la web de Burgos Gastronomy City, en el futuro catálogo de experiencias, etc.
- ☐ Recopilará cifras turísticas propias que puedan servir al ente gestor turístico local, provincial, autonómico y nacional para la explotación de datos y diseño de nuevas posibles estrategias, alineado a la metodología Destino Turístico Inteligente.

¿Cómo formar parte del Club y adherirse al mismo?

Criterios de adhesión para la tipología de **EMPRESAS DE ACTIVIDADES, ORGANIZADORES DE EVENTOS, GUÍAS Y AGENCIAS DE VIAJE (AAVV)**

CRITERIOS DE PARTICIPACIÓN (compromiso)

- ☐ Autónomo/a o empresa constituida, registrada y dada de alta en la ciudad de Burgos o que, al menos, esté ubicada y ofrezca servicio turístico en el término municipal de Burgos ciudad. También posibilidad de ser un ente público o mixto capaz de organizar eventos en la ciudad de Burgos.
- ☐ Dispone de experiencias turístico-gastronómicas o se compromete a crearlas durante el período de lanzamiento del Club de Producto. En el caso de eventos, aquellos que se organicen deberán tener como temática principal la gastronomía.
- ☐ En el caso de agencias de viaje y turoperadores, se compromete a paquetizar y comercializar experiencias gastroturísticas en Burgos ciudad actuando como receptivo.
- ☐ Ofrece servicio, al menos, los sábados y/o domingo. En el caso de la organización de eventos, deberán organizarse en su mayoría en sábado y/o domingo.
- ☐ Dispone de página web y/o redes sociales o la creará en el corto plazo.
- ☐ Tiene el contacto directo (teléfono y correo electrónico) en su página web, en Google y otros espacios de comunicación.
- ☐ Podrá usar el distintivo/placa del Club colocado en un lugar visible para trasladar al público que forma parte del mismo, así como en la web, RRSS y demás material promocional.
- ☐ Ofrece información de la oferta gastronómica atendiendo a los diferentes públicos y mercados objetivo. Además, también dará información de otras empresas, eventos y entidades adheridas al Club, fomentando sinergias y más consumos en la ciudad.
- ☐ Ofrece la posibilidad de pago mediante efectivo, tarjeta de débito/crédito y/o Bizum. En el caso de agencias de viaje, mediante transferencia bancaria también.
- ☐ Asistirá a reuniones, eventos y formaciones organizadas desde el Club, al menos una vez al año.

- ☐ Ofrece servicios y productos manteniendo una calidad estándar, o por encima de este nivel, así como su infraestructura (si dispone de ella), para trasladar valor mediante la marca del Club.

CRITERIOS DE MEJORA CONTINUA (voluntarios y recomendados)

- ☐ Posee o intentará obtener certificados de calidad turística como SICTED, de sostenibilidad como Biosphere, y/o de accesibilidad universal, por ejemplo.
- ☐ Apuesta por la economía circular, ambiental y social (productos Km. 0, de temporada, reciclaje, reducción de residuos, donación de excedentes, huella de carbono, inclusión laboral, etc.) y lo recoge así en sus bases como empresa, entidad, organismo, etc.
- ☐ Si se diseña y produce merchandising u otro tipo de material para eventos, se dará prioridad al uso de materiales reciclados, sostenibles y biodegradables.
- ☐ Forma parte de alguna asociación o grupo local con vinculación en materia turística, gastronómica, ambiental, social, económica, etc.
- ☐ Si desea participar en ferias, workshops, actividades de promoción y otros eventos en el extranjero de la mano de Visita Burgos-ProBurgos, deberá al menos poder comunicarse en inglés o el idioma local de ese destino.
- ☐ Dispone de la página web y otro tipo de materiales promocionales en más de un idioma (aquel más demandado por sus consumidores en caso de ser otro idioma más allá del castellano).
- ☐ Facilitará imágenes de su empresa/entidad para que puedan ser utilizadas en la web de Burgos Gastronomy City, en el futuro catálogo de experiencias, etc.
- ☐ Recopilará cifras turísticas propias que puedan servir al ente gestor turístico local, provincial, autonómico y nacional para la explotación de datos y diseño de nuevas posibles estrategias, alineado a la metodología Destino Turístico Inteligente.

¿Cómo formar parte del Club y adherirse al mismo?

Criterios de adhesión para la tipología de **CENTROS DE INVESTIGACIÓN, CENTROS DE FORMACIÓN Y ORGANIZACIONES/GRUPOS SIN ÁNIMO DE LUCRO**

CRITERIOS DE PARTICIPACIÓN (compromiso)

- ☐ Centro de investigación, centro de formación o similar constituido, registrado y dado de alta en la ciudad de Burgos o que, al menos, desarrolle su actividad en el término municipal de Burgos ciudad. O asociación, fundación, federación, confederación u otro tipo de grupo local constituido, registrado y dado de alta en la ciudad de Burgos o que, al menos, tenga vinculación turística con Burgos ciudad.
- ☐ Colabora en el diseño de experiencias turístico-gastronómicas y se compromete a crearlas o a ayudar a crearlas durante el período de lanzamiento del Club de Producto.
- ☐ Si ofrece experiencias y/u organiza visitas, jornadas, estancias formativas, etc. con vinculación gastronómica o similar, deberán organizarse también incluyendo algún sábado y/o domingo.
- ☐ Ofrece y pone a disposición del Club el conocimiento de valor generado a través de estudios, investigación, etc. relacionado con la gastronomía local para así potenciar este producto turístico.
- ☐ Dispone de página web y/o redes sociales o la creará en el corto plazo.
- ☐ Tiene el contacto directo (teléfono y correo electrónico) en su página web, en Google y otros espacios de comunicación.
- ☐ Podrá usar el distintivo/placa del Club colocado en un lugar visible para trasladar al público que forma parte del mismo, así como en la web, RRSS y demás material promocional.
- ☐ Ofrece información de la oferta gastronómica atendiendo a los diferentes públicos y mercados objetivo. Además, también dará información de otras empresas, eventos y entidades adheridas al Club, fomentando sinergias y más consumos en la ciudad.
- ☐ En caso de comercializar algún producto, servicio o experiencia, ofrece la posibilidad de pago mediante efectivo, tarjeta de débito/crédito y/o Bizum.
- ☐ La persona responsable asistirá a reuniones, eventos y formaciones organizadas desde el Club, al menos una vez al año.

CRITERIOS DE MEJORA CONTINUA (voluntarios y recomendados)

- ☐ Posee o intentará obtener certificados de calidad turística como SICTED, de sostenibilidad como Biosphere, y/o de accesibilidad universal, por ejemplo.
- ☐ Apuesta por la economía circular, ambiental y social (productos Km. 0, de temporada, reciclaje, reducción de residuos, donación de excedentes, huella de carbono, inclusión laboral, etc.) y lo recoge así en sus bases como empresa, entidad, organismo, etc.
- ☐ Colabora con otros centros de estudios, de investigación y desarrollo relacionados con la gastronomía.
- ☐ Colabora con otras asociaciones o grupos locales con vinculación en materia turística, gastronómica, ambiental, social, económica, etc.
- ☐ Si desea participar en ferias, workshops, actividades de promoción y otros eventos en el extranjero de la mano de Visita Burgos-ProBurgos, deberá al menos poder comunicarse en inglés o el idioma local de ese destino.
- ☐ Dispone de la página web y otro tipo de materiales promocionales en más de un idioma (aquel más demandado por sus consumidores en caso de ser otro idioma más allá del castellano).
- ☐ Facilitará imágenes de su empresa/entidad para que puedan ser utilizadas en la web de Burgos Gastronomy City, en el futuro catálogo de experiencias, etc.
- ☐ Recopilará cifras turísticas propias que puedan servir al ente gestor turístico local, provincial, autonómico y nacional para la explotación de datos y diseño de nuevas posibles estrategias, alineado a la metodología Destino Turístico Inteligente.

7. ¿Cómo formar parte? Criterios de adhesión para miembros

Procedimiento de adhesión al Club de Producto

1

Acceso a

<https://burgosgastromycity.com/>

CLUB DE
PRODUCTO

<https://burgosgastromycity.com/club-de-producto/>

2

Cumplimentar datos +
lectura criterios de
adhesión según tipología

FORMULARIO DE ADHESIÓN AL CLUB DE PRODUCTO BURGOS GASTRONOMY CITY

Nombre y apellidos	Selecciona a qué tipología deseas adherirte (se puede marcar 1 o varias opciones): <input type="checkbox"/> Restaurantes, gastrobares y catering <input type="checkbox"/> Alojamientos (y con oferta gastronómica) <input type="checkbox"/> Productores agroalimentarios, D.O., e I.G.P. <input type="checkbox"/> Comercios y mercados de productos locales <input type="checkbox"/> Empresas de actividades, organizadores de eventos, guías y agencias de viaje <input type="checkbox"/> Centros de investigación, centros de formación y organizaciones/grupos locales sin ánimo de lucro
Nombre comercial de la empresa, entidad u organización	
CIF/DNI	
Teléfono de contacto	
Email	
Dirección y código postal	
Enlace a tu página web y/o redes sociales	
<input type="checkbox"/> He leído y acepto la Política de privacidad	
<input type="checkbox"/> Confirmando haber leído y acepto cumplir los criterios de adhesión (apartado nº 7 del dossier-manual)	
<input type="button" value="CONFIRMO MI ADHESIÓN"/>	

3

Cierre de la adhesión +
contacto directo equipo
gestor del Club

Inclusión de la empresa o entidad en la BBDD de miembros adheridos al Club. Futuras nuevas comunicaciones para invitación a formación online, asesoramientos personalizados, toma de fotografías y nuevo contenido promocional, invitación a la entrega del distintivo, etc.



Club de Producto Burgos Ciudad Creativa de la Gastronomía

Contacto: info@burgosgastronomycity.com

Web: <https://burgosgastronomycity.com/club-de-producto/>

open-ideas.es