

La marca de ‘Identidad Comarcal Sierra Norte de Guadalajara’ ya está en los comercios

Con la entrega de los primeros distintivos ‘Identidad Comarcal Sierra Norte de Guadalajara’, el proyecto de marca impulsado por el grupo de acción local ADEL Sierra Norte da un paso más para afianzarse como motor de promoción y consumo de productos de la zona

La marca ‘Identidad Comarcal de la Sierra Norte de Guadalajara’, que presentara el grupo de acción local ADEL Sierra Norte el pasado mes de octubre, ya distingue a los primeros establecimientos de la comarca, culminando un proyecto que surgió de las mesas sectoriales de participación para la elaboración de la Estrategia de Desarrollo 2106-2020, y que el grupo ADEL Sierra Norte puso en marcha con el objetivo de subrayar los valores singulares del territorio y generar un sentimiento de pertenencia.

Por medio de esta iniciativa la Sierra Norte de Guadalajara identifica y pone en valor sus tradiciones, su historia y su paisaje cultural, haciéndoles valedores para el desarrollo local, como fuente de innovación y aportando valor añadido a sus productos y servicios.

Los establecimientos a los que se les ha concedido el distintivo deben cumplir una serie de requisitos en cuanto a criterios de consumo, producción y atención al cliente, además de superar el baremo de puntuación establecido, todo ello dentro de cuatro categorías: alojamientos, bares y restaurantes, comercios y empresas de turismo activo. El obtener la calificación de marca de ‘Identidad Comarcal Sierra Norte’, distingue a estos establecimientos por aspectos como el uso y consumo de productos de cercanía, o por la atención al cliente y la promoción de la zona.

Quienes se han adherido a este proyecto demuestran un compromiso con su territorio, para, entre todos, crear una red de trabajo sostenible donde unos negocios ayudan a otros formando un tejido empresarial más fuerte.

Además, de la mano de este proyecto, los establecimientos que han conseguido el distintivo tendrán la oportunidad de 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.

Gracias a la ‘Marca de Identidad’ que pretende convertirse en motor que potencie el consumo de productos de proximidad, locales, comarcales y provinciales, los propios empresarios serán los mejores embajadores del territorio.

Datos de contacto:

Javier Bravo

606411053

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

Categorías: [Marketing](#) [Castilla La Mancha](#) [Turismo](#) [Industria Alimentaria](#) [Emprendedores](#) [Restauración](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>