

Interacción entre turismo, agroalimentación y gastronomía: claves del éxito

Luis Miguel Albisu
lmalbisu@aragon.es

Índice de presentación

- 1.- El turismo del interior
- 2.- La agroalimentación rural
- 3.- El avance de la gastronomía rural
- 4.- Claves del éxito: interacciones entre las diversas actividades

1.- El turismo del interior

- Claras diferencias con el turismo de costa
- Del patrimonio, cultural y artístico, y contemplación de la vida rural al ocio activo, salud, deporte, naturaleza y riesgo
- Búsqueda de experiencias y emociones
- Siempre el turismo religioso
- Perfil más urbano con menos raíces en el medio rural

1.- El turismo del interior

- España ha predominado el turismo de costa: nacional y extranjero
- La riqueza estaba en la periferia
- Connotaciones negativas para los nacionales cuando se desplazaban al interior
- El sol en todas partes pero los servicios cerca de las playas
- Los extranjeros empiezan a descubrir otros valores antes que los nacionales

1.- El turismo del interior

- Necesidad de escapar de la gran urbe
- Infraestructuras adecuadas
- Gente que les comprenda:
 - manera de comunicarse, respetar su intimidad,
 - manejo de la información, dependencia de Internet,
 - qué es lo que gusta y disgusta, confort
- Gran salto en desarrollo del turismo rural
- Influencia programa Leader

2.- La agroalimentación rural

- **Visión integral de lo que se produce en el campo**
- **Valoración final de un producto es el encuentro entre el precio y la calidad percibida**
- **El acto de compra es el más importante sólo superado por la recompra: de la búsqueda a la repetición en base a la experiencia gustativa**
- **Lo que se dice y lo que se hace**
- **Conscientemente e inconscientemente**

2.- La agroalimentación rural

- Finalmente los consumidores evalúan explícitamente o implícitamente lo siguiente:

Materias primas

Transformación y presentación

Servicios

Imagen

- Lo importante es el valor
- De los tangibles a los intangibles

2.- La agroalimentación rural

- Desde el ámbito rural se malentiende y mal aplica
- Es más importante captar clientes que vender productos en una visita
- Los canales cortos de distribución favorecen la colocación de los productos
- Internet es un gran escaparate: dinámico y actualizado
- Las redes sociales una manera eficaz para obtener información

3.- El avance de la gastronomía rural

- De la tradición a la innovación
- De los sabores de siempre a la adaptación light
- De las grandes cantidades a las raciones precisas
- De lo cutre al cuidado de los entornos
- El cuidado por la gastronomía de temporada
- Lo sofisticado y la cocina internacional puede ser un despropósito

3.- El avance de la gastronomía rural

- **Dificultad de encontrar flujos continuos de clientes**
- **Los menús van desplazando a la carta**
- **Los productos locales se combinan con técnicas imperantes en las ciudades**
- **Hoteles con restaurante no son la única fuente**
- **Los restaurantes aparecen en las guías especializadas**
- **Urbanitas instalan negocios como método de vida**

4.- Claves del éxito: interacciones entre las diversas actividades

- **Negocios que deben reportar beneficios**
- **Comprender tu negocio pero complementar con otra información**
- **La parada en una explotación agroalimentaria o restaurante es una parte del camino**
- **Sigue en contacto con tus visitantes**
- **Ofrece novedades**

4.- Claves del éxito: interacciones entre las diversas actividades

- **Crea redes con otros negocios**
- **Las instituciones públicas proveen otro tipo de información**
- **Los visitantes siguen rutas con múltiples motivos: busca los flujos aunque también se pueden crear**
- **Busca noticias que estén en los medios**
- **Comunica tu diferenciación**

**Gracias
por la atención**

**Luis Miguel Albisu
lmalbisu@aragon.es**