



La Entrevista

CARMINA FANDOS ■ Profesora de Márquetin de la Universidad de Zaragoza y co-autora de un libro sobre turismo gastronómico

“Teruel debería ser la ruta del jamón en España”

La experta alaba el trabajo realizado en torno a la trufa negra

M. CRUZ AGUILAR / Teruel

Carmina Fandos es profesora de Márquetin en la Universidad de Zaragoza y coordinadora y coautora del libro *Turismo gastronómico. Estrategias de Marketing y experiencias de éxito*. La experta ha participado en las Jornadas Formativas de Turismo, Agroalimentación y Gastronomía que impulsa Pon Aragón en tu Mesa y hace unos días ofreció una ponencia en Bronchales.

- ¿Comemos más con la vista que con la boca?

- Sí, el primer impacto, la primera visión es lo que nos parece atrayente, por eso en la cocina actual trabaja mucho colores Y mezclas.

- ¿Sabemos vender bien los productos de calidad de Aragón?

- Los estudios que hemos hecho revelan que, en general, casi todos los consumidores conocemos poco la calidad de nuestros alimentos. Es una batalla que todavía no está ganada, tenemos que seguir avanzando, conocer más los productos y la calidad.

- ¿También en Teruel?

- Teruel es la provincia que más denominaciones de origen tiene de todo Aragón. Por ejemplo confundimos lo que es denominación de origen con identificación geográfica protegida, creemos que bellota es el nombre de una denominación, que el jamón de Calamocha es Jamón de Teruel, cuando Jamón de Teruel es la marca exacta de la DO y solo se puede usar para los jamones que tienen DO, y eso ni siquiera en Teruel se conoce.

- ¿Qué hay que hacer para impulsarlo?

- Como proponemos en el último capítulo del libro hay que seguir con las iniciativas que se están haciendo hasta ahora, pero sería muy intere-

LAS FRASES

El consumidor conoce poco la calidad de nuestros alimentos

Teruel puede ser el destino turístico del jamón en España

El comprador debe exigir el sello de calidad del productos

Carmina Fandos.
Experta en Márquetin



La profesora de Márquetin Carmina Fandos durante la charla que impartió el pasado lunes en Bronchales dentro de las jornadas organizadas por el proyecto Pon Aragón en tu mesa

sante crear una ruta del Jamón de Teruel, convertir Teruel en el destino turístico del jamón en España. No obstante hay que seguir educando al consumidor desde pequeño con desayunos como los que ya se organizan; hacer cursos de corte no solo para profesionales sino también para consumidores. Otro aspecto que se podría abordar es trasladar la iniciativa *De tapa en tapa* fuera de la provincia, y en este sentido el mercado madrileño es muy atractivo. En Valencia y Cataluña nos conocen más, pero en Madrid hay muchas personas con nivel adquisitivo medio alto y podemos encontrar un nicho de consumidores apropiado.

- Si el jamón es desconocido, ¿otros productos como la trufa o el azafrán pasarán totalmente desapercibidos?

- Con la trufa están haciendo un trabajo muy bueno en la zona de Sarrión porque vinculan el territorio con un producto muy selecto.

- Supongo que una de las claves del éxito está en que participan todos los estamentos públicos y privados implicados, ¿no?

- Sí, para que cualquier iniciativa de turismo gastronómico funcione en España —que por otra parte es potencia en turismo y en productos de calidad— hace falta el apoyo de todos los posibles actores: iniciativa pública, hostelería, productores.... Por eso, si queremos llevar a cabo una ruta potenciando el jamón y otros productos agroalimentarios de Teruel la iniciativa el proyecto tiene que ser soportado por todos los agentes.

- ¿Qué me dice de otros productos con Denomina-

ción de Origen como el aceite o el melocotón?

- El Aceite de Oliva del Bajo Aragón lo lleva haciendo muy bien mucho tiempo, al igual que el Melocotón de Calanda, lo que ocurre es que hay mucho fraude, no solo en Teruel, y se intenta vender Melocotón de Calanda cuando no lo es. Para la DO es muy difícil de controlar, de ahí la necesidad de educar al consumidor de que los productos tienen calidad y exigir el sello, si el consumidor lo conoce es más fácil que lo exija.

- ¿Cómo se educa?

- Dándolo a conocer mediante estrategias de promoción y estando presentes en la mayoría de eventos posibles. También hay que trabajar con el distribuidor, porque las grandes cadenas tienen mucho poder, su función es muy importante y es difí-

El libro

Turismo gastronómico. Estrategias de Marketing y experiencias de éxito

es el título del libro escrito por Carmina Fandos y Carlos Flavián y editado por Pressas Universitarias en el año 2011 dentro de la serie Ciencias Sociales. La publicación tiene 264 páginas.

cil negociar si eres un productor pequeño.

- El turismo gastronómico está de moda...

- El modelo turístico binomio sol y playa deja paso a un modelo en el que el turista es más exigente y busca tener emociones y experiencias. El turismo gastronómico consiste en unir la imagen del lugar de origen al producto de calidad y lograr que el consumidor lo vincule.