

Nome da comunicación	RUTAS AGROALIMENTARIAS
Entidade	HABITAQ, CONSULTORIA E DESENVOLVEMENTO SL www.habitaq.com
Responsables da comunicación	Ana M ^a Piñeiro Garcia.

OPORTUNIDADES DE DESENVOLVEMENTO SOSTIBLE: AS RUTAS AGROALIMENTARIAS

*Ana María Piñeiro Martínez
Lidia Iglesias Corral*

A Comisión Mundial de Medio Ambiente e Desenvolvemento de Nacións Unidas definiu, no ano 1987, o desenvolvemento sostible como o “que asegura as necesidades do presente sen comprometer a capacidade das futuras xeracións para satisfacer as súas propias necesidades”.

Neste marco encádrase o turismo sostible, que engloba actividades respectuosas co entorno, tanto natural, como cultural e social, que supoñen “experiencias xenuínas” para o visitante dun territorio baseadas nos recursos da zona e nun troco de coñecementos entre a poboación local e os turistas. Trátase dunha vivencia enriquecedora para ambos, na que o visitante adquire unha actitude activa na súa viaxe e a poboación local asegura a sostibilidade das súas actividades económicas, fieis aos seus costumes e estilo de vida tradicional.

As Rutas Agroalimentarias responden, deste xeito, a un produto de turismo sostible, onde se compaxina un conxunto de prestacións e elementos tanxibles e intanxibles, como son, entre outros, recursos e atractivos, equipamentos e infraestruturas, servizos ou actividades recreativas, que ofrecen uns beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, porque satisfán as súas motivacións e expectativas relacionadas co ocio e tempo libre.

As Rutas Agroalimentarias confórmanse como itinerarios organizados polas empresas do territorio, cuxos propietarios traballan conxuntamente na potenciación da actividade turística da zona. Son entidades agroalimentarias, artesanais e turísticas que abren as portas ao visitante para ensinalle o seu modo de vida. É unha oportunidade única de observar, por exemplo, como se elabora un queixo, de coñecer por dentro unha colmea de abellas, de recoller setas e froitos silvestres, de degustar pratos típicos e caseiros nos restaurantes da zona ou de facer noite en establecementos de arquitectura tradicional.

Así entendida, as Rutas Agroalimentarias supoñen a creación dunha marca identificativa, unha estratexia de calidade e unha organización dos axentes que a compoñen, permitindo crear un espazo de cooperación para as empresas do territorio, e unha garantía de sostibilidade das actividades agroalimentaria e turística do destino.

Desde o punto de vista da oferta, integrar os servizos turísticos de interese existentes nunha Ruta agroalimentaria tradúcese en crear unha rede de cooperación empresarial e de cooperación público–privada, na que participarán empresas de actividades agroalimentarias (actividades produtivas, industriais, comerciais....) xunto a empresas de actividades turísticas (aloxamento, restauración, empresas de actividades, etc.), mentres que, desde o punto de vista da demanda, a pertenza á Ruta agroalimentaria ofrecerá certas garantías de calidade de servizo que asegurarán a satisfacción do cliente, garantindo así vantaxes mutuas para todos os entes que interactúan no mercado turístico.

Así, os beneficios derivados da posta en marcha deste produto son múltiples para o destino, a poboación local, os empresarios e os propios visitantes. As Rutas Agroalimentarias garanten un desenvolvemento turístico sostible, ademais dunha mellor comercialización do destino polos beneficios derivados da cooperación empresarial de todas as actividades adheridas, así como do posicionamento de calidade derivado da mesma. Ademais, teñen en conta a identidade propia dos habitantes do territorio e supoñen o aseguramento da sostibilidade das actividades económicas tradicionais, o fortalecemento do lugar e o mantemento e sostibilidade dos seus costumes e estilo de vida tradicional.

En definitiva, as Rutas Agroalimentarias conforman un produto de calidade que serve de elemento diferenciador da oferta turística, contribuíndo ao impulso da actividade deste sector, e actuando como motor de desenvolvemento económico na zona. Ademais, desenvolven e valorizan os recursos agroalimentarios do lugar, a través da actividade turística como instrumento de promoción dos alimentos e da industria agroalimentaria do territorio.

O impacto deste tipo de programas no territorio é realmente positivo: fomenta o traballo en rede, a través dun modelo de colaboración entre as organizacións de carácter privado e a administración pública local; implanta unha cultura innovadora no territorio, ofrecendo un valor engadido ao produto turístico que é apreciado polo cliente; fai o destino diferente e competitivo e impulsa as vendas, xerando diñeiro en caixa; e, por último, responde á implantación previa dun Plan de Marketing Territorial, encamiñado a deseñar accións para a promoción económica do territorio e que ten gran relevancia como parte importante da elaboración dunha estratexia de desenvolvemento local nun municipio ou comarca.