

La ruta del jamón ibérico se perfila como un nuevo producto turístico

Siguiendo el ejemplo del sector del vino, inmerso ya en el proyecto del enoturismo, los productores de jamón apuestan por encontrar un valor añadido más al alimento español por excelencia, el jamón ibérico, con la puesta en marcha de una ruta turística y paquetes organizados de visitas.

Noticia publicada el 3-01-2008

LD (EFE) Esta iniciativa surge de la Denominación de Origen Jamón de Huelva y cuenta con el apoyo del Ministerio de Agricultura, como así lo ha puesto de manifiesto en la Feria Internacional de Turismo de Madrid (Fitur) su subdirector general de Economía Social, Carlos Oñate.

Oñate ha indicado, en declaraciones a Efe, que el mejor elemento para potenciar el desarrollo del medio rural es el turismo y, un nexo de unión idóneo puede ser la industria agroalimentaria, como ya se ha demostrado con el éxito del enoturismo.

Por este motivo, el Ministerio elabora un estudio de impacto de una ruta que uniría las grandes cunas productoras de jamón ibérico: Salamanca, Extremadura y Andalucía.

Oñate explica que para financiar estos proyectos, se cuenta con la financiación de los programas de desarrollo rural, concretamente los fondos destinados a la diversificación económica del medio rural, y la de la Ley de Desarrollo Sostenible del Medio Rural.

No obstante, Oñate insiste en que, pese a todos los apoyos, el éxito de estas iniciativas siempre radica en que existan promotores suficientes que se quieran implicar.

El director general de la Denominación de Origen Jamón de Huelva, José Antonio Pavón, expuso a Efe que actualmente existe ya una demanda de turismo del jamón ibérico y que por ello, junto con el Grupo de Desarrollo Rural Sierra de Aracena, se ha empezado a dibujar un producto turístico que atienda el interés de los visitantes.

Admite que actualmente, los turistas que se acercan a algunos de los municipios

productores de jamón ibérico, como Cortegana o Jabugo, pueden salir decepcionados, porque no es fácil ver las piaras en las dehesas y porque las fábricas no se abren al público.

Por ello, considera que las visitas programadas a las explotaciones de ibérico y a los centros de producción, enriquecerían el conocimiento y el aprecio por el jamón.

El objetivo de los promotores es conseguir cerrar paquetes de fin de semana en los que se oferte la posibilidad de conocer todo el proceso de producción, desde la dehesa hasta el plato, que posteriormente sean comercializados por operadores turísticos.

El turismo del jamón ibérico, podría convertirse así en un acicate más para la industria de los servicios, y ser también un ejemplo para otros productos genuinos españoles como el aceite de oliva.

En Fitur se promocionan algunas rutas del aceite de oliva, como la que hoy ha presentado la Diputación de Sevilla, junto con otros de sus productos estrella para este año, el turismo religioso.

Se trata de la "Ruta del Aceite y la Aceituna de Mesa", un recorrido por los pueblos productores de esta provincia pertenecientes a las comarcas Sierra Norte, Vía de la Plata, Guadalquivir Doñana, Aljarafe, La Campiña y Sierra Sur.

Determinadas casas rurales en medio de fincas de olivares y algunas industrias acercan al visitante a este mundo de arraigada tradición histórica en Andalucía, pero aún no existe un paquete específico mediante el que el visitante pueda acceder a conocer la producción olivarera de la zona, desde el cultivo hasta la cata.

No obstante, el subdirector general de Economía Social del Ministerio de Agricultura, Carlos Oñate, se muestra convencido de que tras el vino y el jamón, el próximo producto que conseguirá un valor añadido a través del turismo será el aceite de oliva.