



Ecuador

METODOLOGÍA DE TRABAJO PARA EL DESARROLLO DEL PRODUCTO AGROTURISMO

MINISTERIO DE TURISMO GERENCIA DE PLANIFICACIÓN

Guayaquil, noviembre del 2005

Dr. Edgar Ávalos Viteri



Ecuador

ENFOQUE DE CADENAS PRODUCTIVAS PROYECTOS PRODUCTIVOS INTEGRADOS

Dr. Edgar Ávalos Viteri



TEMARIO

- 1. Objetivo**
- 2. Antecedentes**
- 3. Análisis de problemas (sector agropecuario)**
- 4. Enfoque de cadenas productivas**
- 5. Visión del desarrollo sostenible**
- 6. Análisis de la cadena de valor**
- 7. Ciclo de proyectos**



OBJETIVO

Identificar alternativas de desarrollo de nuevos productos turísticos a través del enfoque de “cadenas productivas”

ANTECEDENTES

- ❑ Limitada competitividad del sector agropecuario
- ❑ Es necesario cambiar el enfoque tradicional de productividad TM/ha por el de rentabilidad US\$/ha, valor agregado, diversificación de producción y sostenibilidad.
- ❑ La globalización requiere de competitividad, organización empresarial e información.
- ❑ Las cadenas de valor garantizan alinear la oferta de acuerdo a la demanda del mercado



ANÁLISIS DE PROBLEMAS

- ❑ Producción agropecuaria sin enfoque de mercado
- ❑ Gremios de productores débiles, incipientes que desconocen la gestión empresarial
- ❑ Desconocimiento de la cadena agroproductiva e información.
- ❑ Tendencia al individualismo, y no al trabajo asociativo para ser competitivo.
- ❑ Poca coordinación de las iniciativas de desarrollo entre los diferentes actores.



ENFOQUE DE CADENAS AGROPRODUCTIVAS

**Integración de todos los actores
(productores, comercializadores,
consumidores y organismos de apoyo
público y privado) para lograr
competitividad en el mercado**



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO CADENAS AGROPRODUCTIVAS

M I S I Ó N

Reactivar el sector rural ecuatoriano, fortaleciendo la competitividad con la utilización de esquemas de cadenas productivas y elevando el nivel de vida de la población.

V I S I Ó N

Aprovechar las fortalezas del productor agropecuario, para desarrollar productos con potencial de mercado y volverlos altamente competitivos

MAG-GTZ-2003

Dr. Edgar Ávalos Viteri



PRINCIPIOS DEL ENFOQUE DE CADENA PRODUCTIVA

- ❑ **Tiene un enfoque empresarial y está orientado a satisfacer demandas del mercado.**
- ❑ **Tiene un enfoque de cadena, es decir, integra las funciones desde la producción hasta el consumo.**
- ❑ **Requiere de un esfuerzo coordinado de diferentes actores, incluyendo organizaciones públicas y privadas, para buscar sinergias.**
- ❑ **Participan en su diseño y ejecución todos los actores de la cadena, incluyendo oferentes de servicios.**
- ❑ **Debe combinar actividades de investigación y desarrollo.**
- ❑ **Incluye actividades a corto, mediano y largo plazo con o sin recursos externos**



POR QUÉ EL ENFOQUE DE CADENA?

- ❑ **Permite desarrollar sistemas de producción más eficientes**
- ❑ **Mejora la competitividad desde una visión de mercado**
- ❑ **Reactivación del sector agropecuario a través de alianzas estratégicas con otros sectores**
- ❑ **Incrementa la oferta de nuevos productos**
- ❑ **Genera empleo**
- ❑ **Manejo de información más completa**
- ❑ **Identificación y análisis de nudos críticos**
- ❑ **Identificación de soluciones más efectivas**
- ❑ **Permite la búsqueda de trabajos mancomunados entre los actores para la utilización de recursos**



PARA QUÉ EL ENFOQUE DE CADENA?

Para establecer y fortalecer proyectos con potencialidad de mercado, incorpora la participación de diferentes actores, genera ingresos y empleo para la población rural.

DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURISMO RURAL

- Turismo comunitario
- Ecoturismo
- Turismo de Aventura
- Sol y Playa
- Agroturismo
- Turismo cultural
- Turismo de Salud
- Turismo Histórico
- Interés especial (ej: observación de flora y fauna)





IMPORTANCIA DEL AGROTURISMO

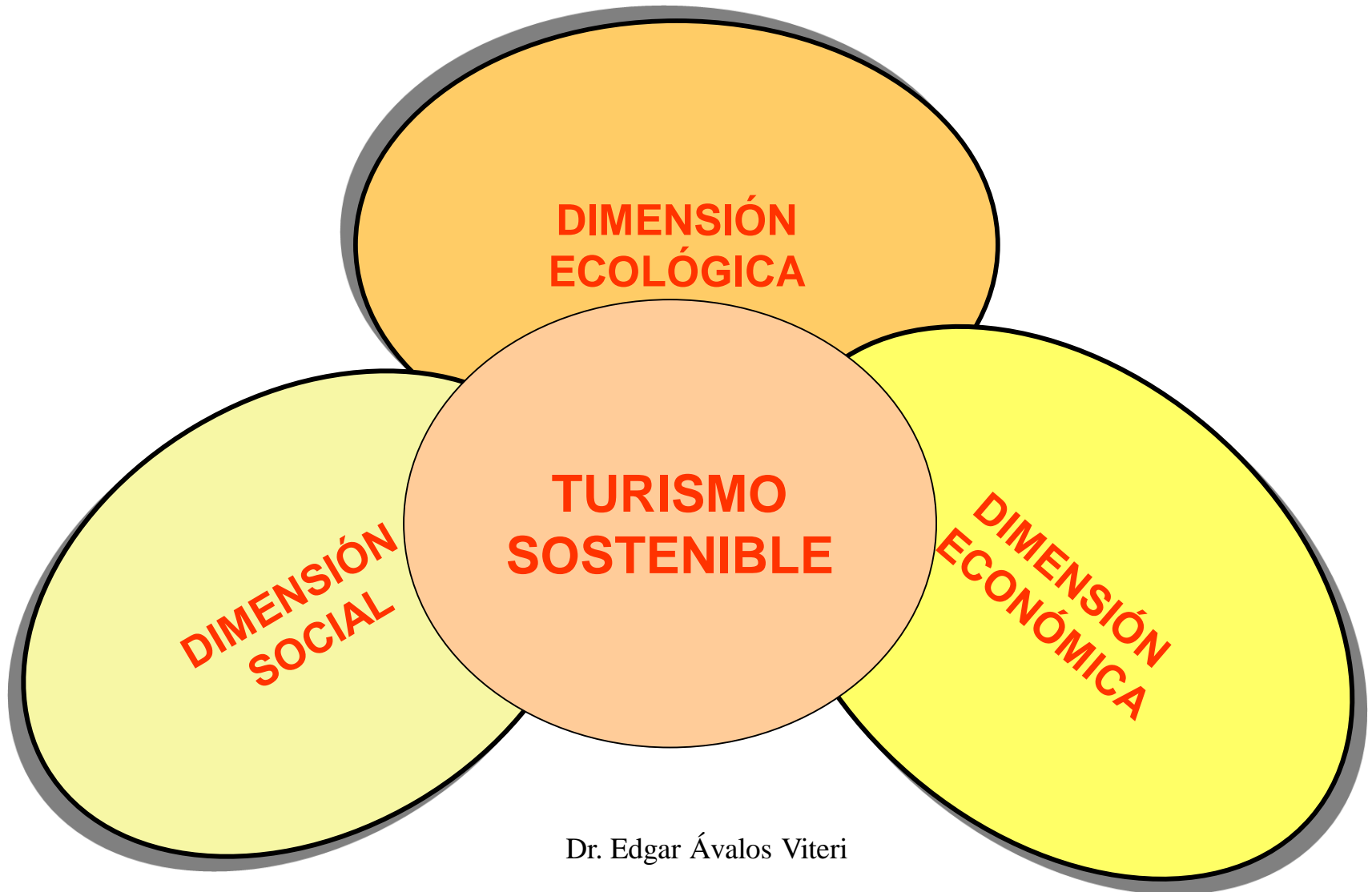
- Diversifica la producción
- Crea empleo y fomenta el arraigo rural
- Oportunidad laboral para la mujer y los jóvenes
- Revaloriza el patrimonio cultural
- Revaloriza el patrimonio ambiental y entorno físico
- Mejora la comercialización de productos primarios y agregar valor
- Desarrolla nuevas inversiones
- Amplía la oferta turística y agregar valor a la existente.
- Eleva la autoestima a la personas vinculadas con el medio rural
- Fomenta el desarrollo de “redes de colaboración”



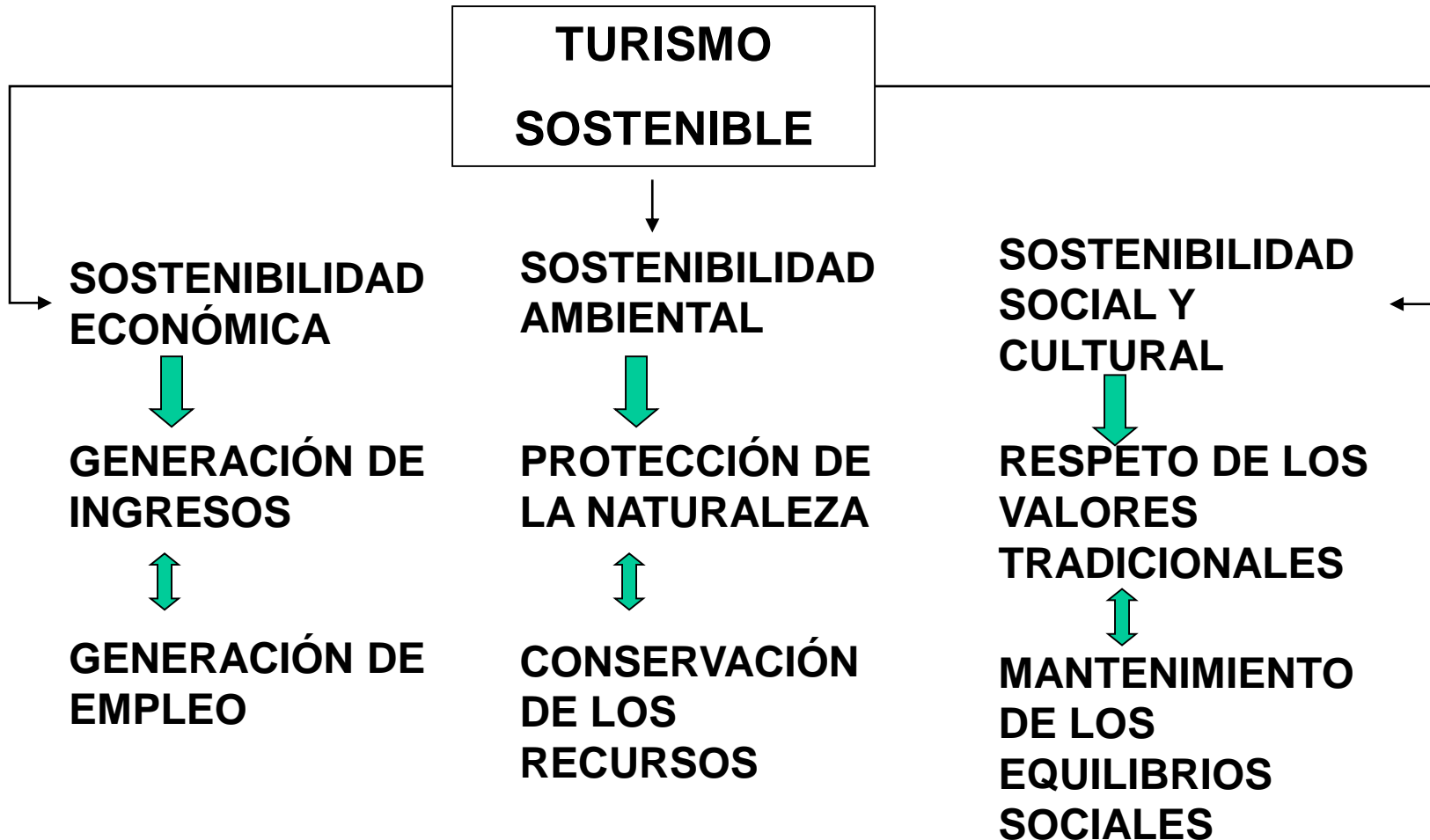
QUÉ NECESITAMOS PARA EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

- Información del mercado
- Identificar y analizar nudos críticos
- Mejorar la competitividad para atender la oferta y demanda de bienes y servicios
- Identificar soluciones de desarrollo efectivas
- Búsqueda de trabajos mancomunados entre los actores para aprovechar de manera eficiente la utilización de recursos
- Conformar organizaciones empresariales con alto desempeño
- Desarrollar la cadena productiva identificando las potencialidades del mercado

VISIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE



VISIÓN DEL TURISMO RURAL



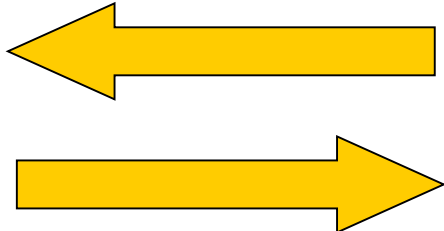
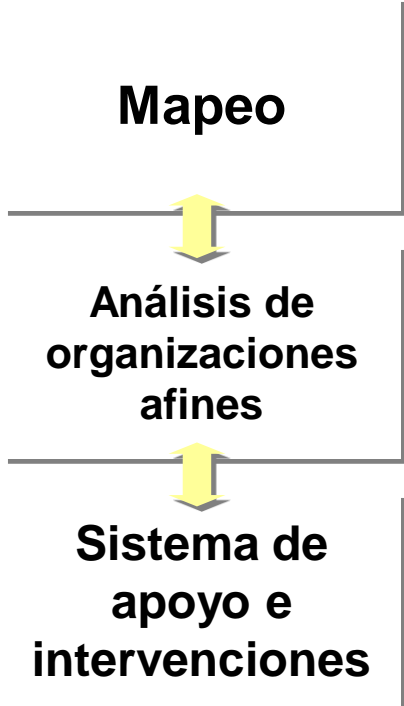


PROCESO A DESARROLLAR





PROCESO METODOLÓGICO





ETAPA 1

Demanda identificada

- Indicar el tamaño estimado de clientes (actual y potencial)
- ¿Cuáles son sus características? (género, edad, capacidad de gasto, educación, intereses, otros)
- Definir la demanda insatisfecha
- Precisar que estrategias usan los competidores
- Establecer si el mercado es estable o estacional
- Indicar si el mercado está en crecimiento y a que ritmo



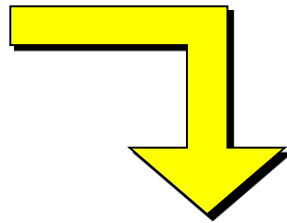
¿QUE NECESITAMOS CONOCER DEL MERCADO?

- ❑ La demanda total del mercado (en unidades)
- ❑ La oferta de los competidores (en unidades)
- ❑ De existir información estadística se puede establecer si existe escasez o exceso del producto o servicio.
- ❑ De no existir información estadística se puede investigar los volúmenes de venta de los competidores y la respuesta de los clientes

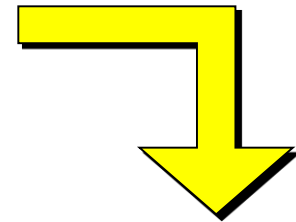


RESULTADOS DEL ANÁLISIS DEL MERCADO

Oportunidad de mercado identificada



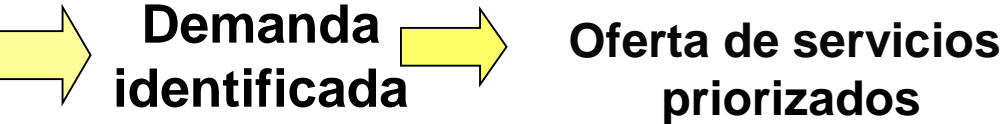
Factibilidad Técnica y Ambiental



Factibilidad Económica



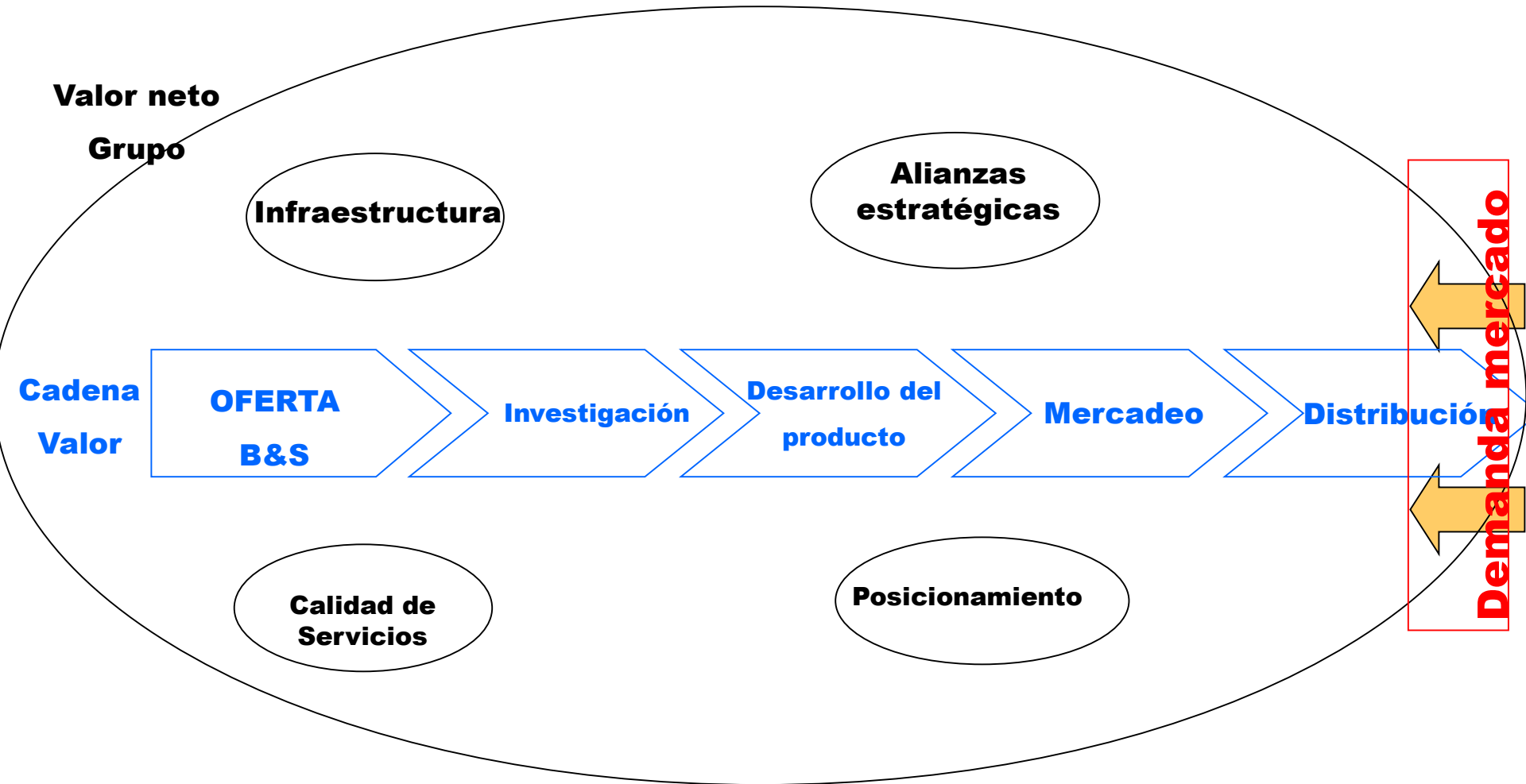
ETAPA 2



- Precisar a que problema responde el desarrollo del nuevo producto o que necesidad satisface
- Establecer su utilidad
- Señalar los elementos que lo conforman
- Indicar los aspectos que lo distinguen de otros productos o servicios

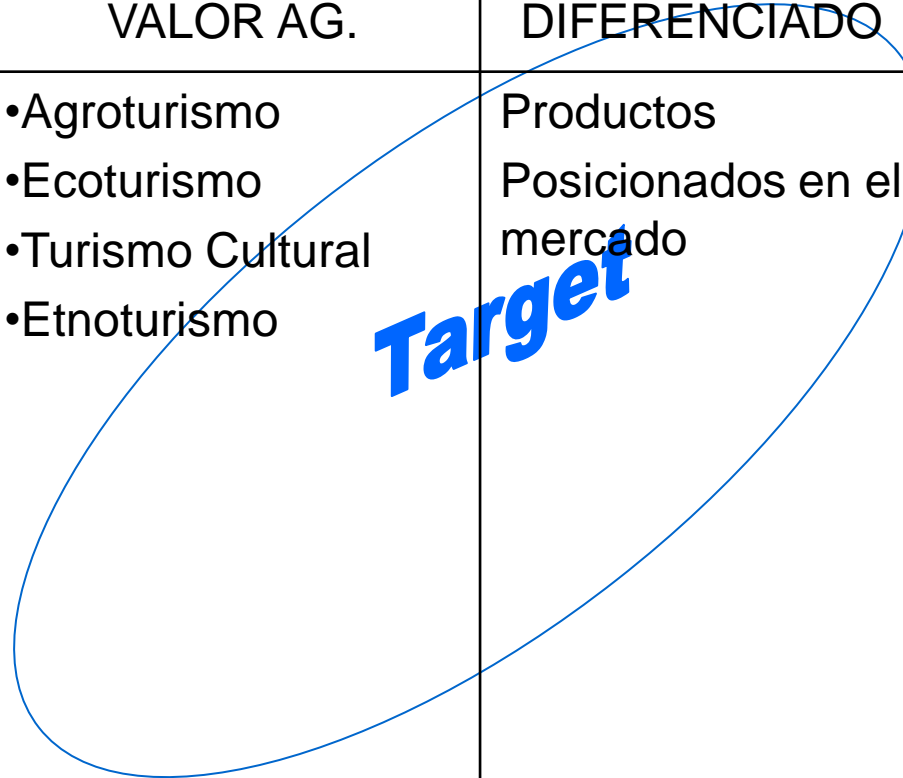


CADENA DE VALOR DEL AGROTURISMO APROXIMACIÓN AL MANEJO DE MERCADO



Matriz de selección de propuestas de alto valor Acercamiento al manejo del mercado

	PRIMARIO	VALOR AG.	DIFERENCIADO
Tipo de proyecto	Turismo rural	<ul style="list-style-type: none"> •Agroturismo •Ecoturismo •Turismo Cultural •Etnoturismo 	Productos Posicionados en el mercado



Valor

 ←—————→



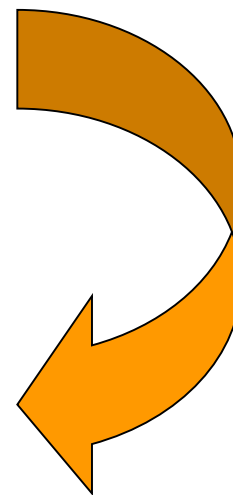
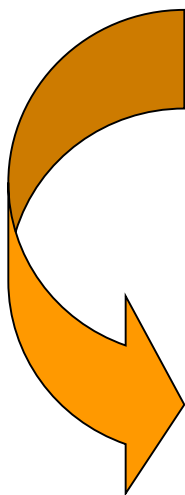
Ecuador

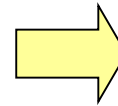
COMPONENTES DE LA PROPUESTA DE DESARROLLO DEL PRODUCTO AGROTURISMO

Encuentro de oferta
y demanda

**Ampliar
competencias**

Sostenibilidad
del negocio



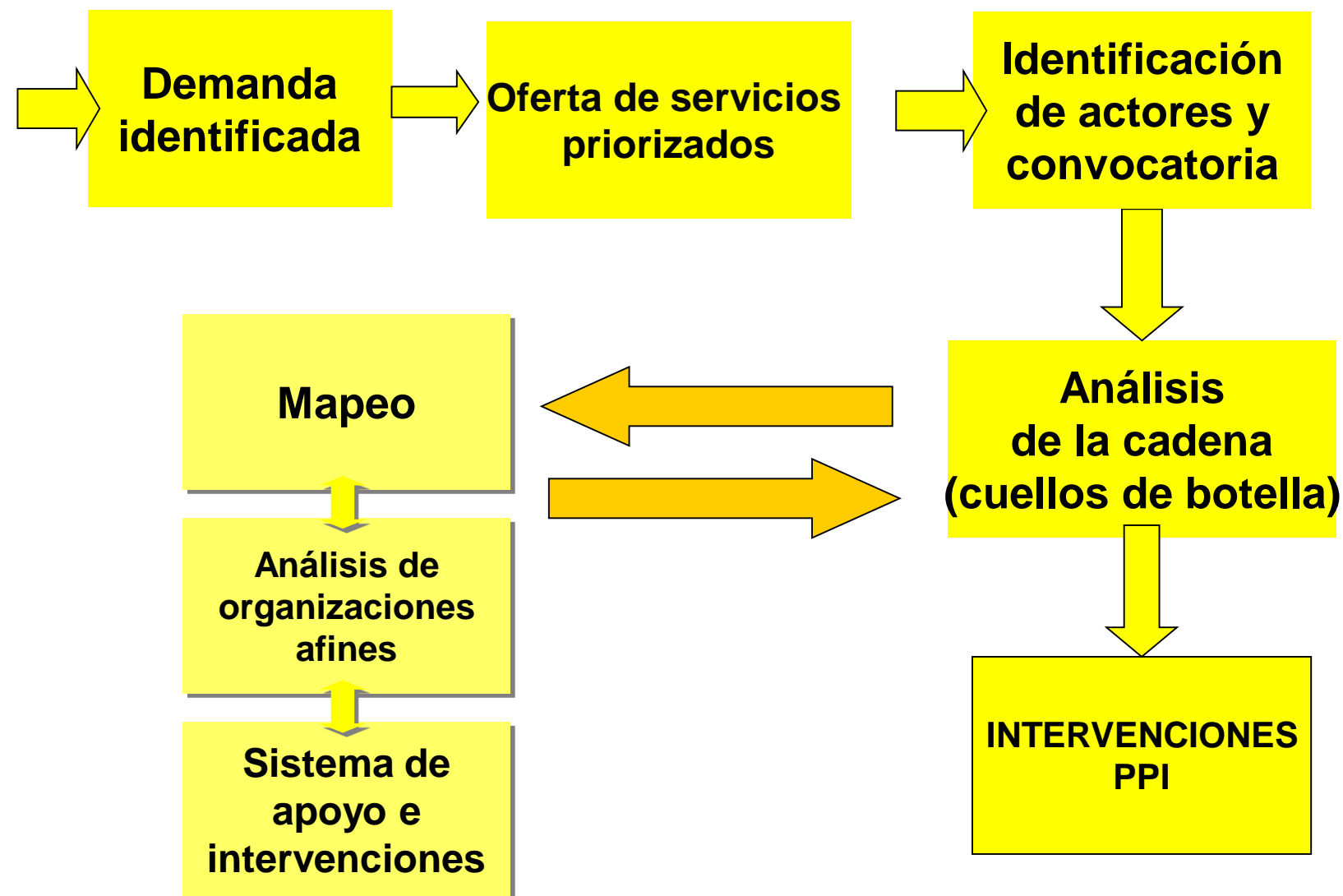


Identificación
de actores y
convocatoria

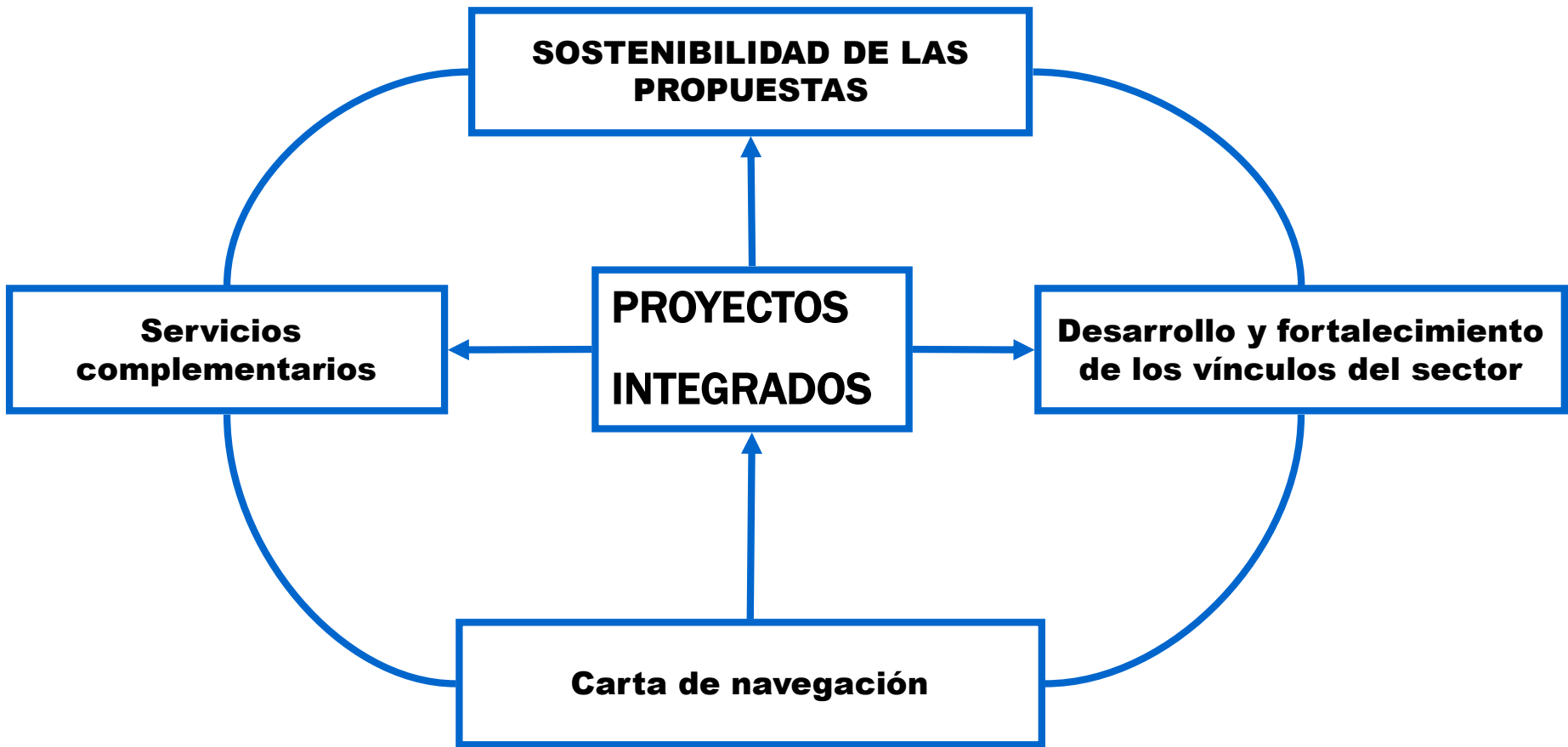
Los actores

- ☑ ¿Quiénes son?
- ☑ ¿Dónde están ubicados?
- ☑ ¿Cuáles son sus funciones en la cadena?
- ☑ ¿Cómo se relacionan?
- ☑ ¿Cuáles son sus características? (género, edad, educación, habilidades, otros)

PROCESO METODOLÓGICO



Logros a alcanzar



EL CICLO DE PROYECTOS

