

# Innovación de modelos de agronegocio

Metodología para la creación de nuevas  
oportunidades de negocio agroalimentario y  
agroturístico fijados al territorio

*Aplicación zona costa Castellón*

Juan José Lliso Laguarda. Servicio de Transferencia de Tecnología de la Conselleria de Agricultura, DR, EC y TE

*Colabora: Jesús A. Gutiérrez Chávez. Ing. Industrias Alimentarias. UPV.*

# Introducción

- Compleja situación del sector agroalimentario en general, y del pequeño y mediano emprendedor agro en particular.
- Generación y desarrollo de nuevas ideas de negocio arraigadas al territorio en el marco de los ODS.
- Proponer soluciones social, medioambiental y económicamente rentables mediante la aplicación de una metodología innovadora



# Objetivos

---

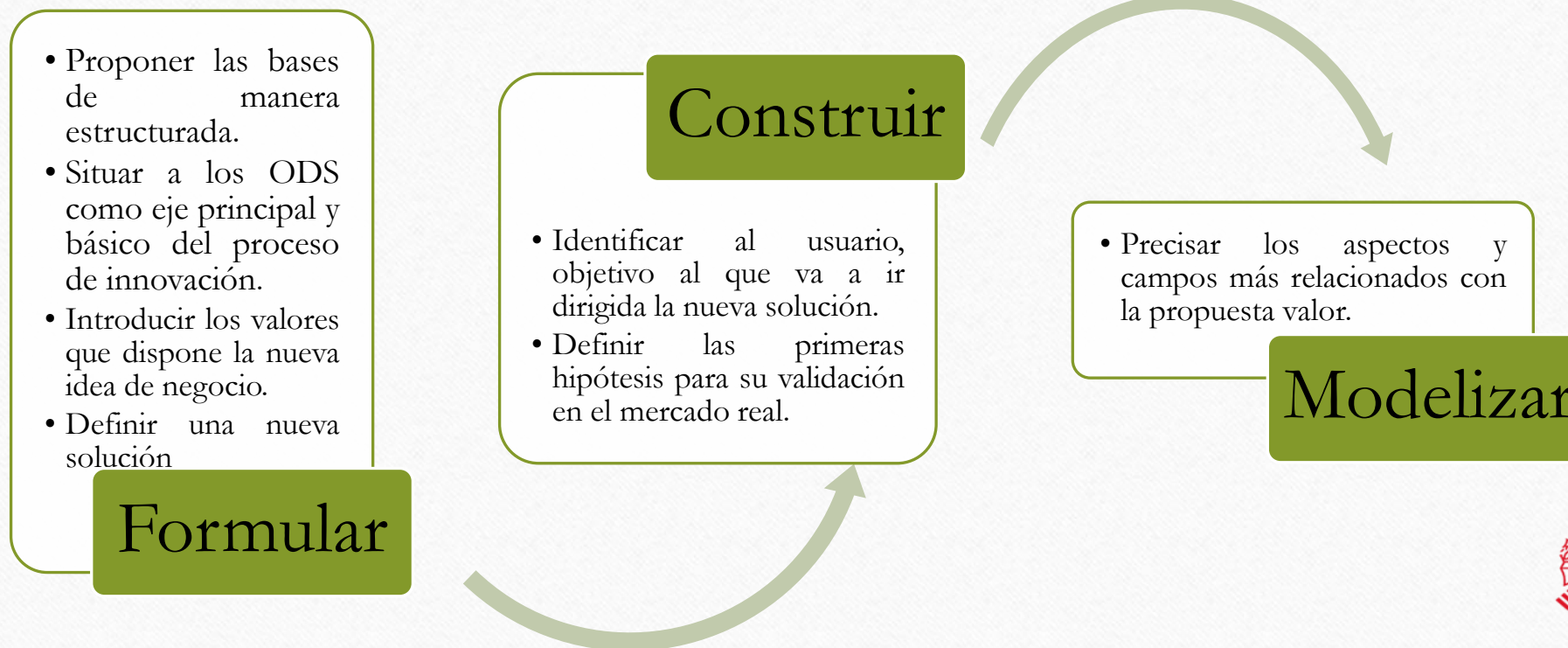
## *Objetivo general*

- Identificar, desarrollar y concretar de forma estructurada nuevas oportunidades de agronegocios en el marco de los ODS.

## *Objetivos específicos*

- Formular oportunidades de agronegocios de proximidad arraigados al territorio.
- Diseñar la estrategia empresarial a partir de los valores aportados y las personas receptoras.
- Establecer las actividades y medidas a realizar para cumplir con la propuesta valor.

# Fases para la innovación



# LA NUEVA METODOLOGÍA

---

Herramientas y proceso para la creación de nuevas oportunidades de negocio agroalimentario y agroturístico fijados al territorio

FORMULAR

CONSTRUIR

MODELIZAR

## DIAGNÓSTICO. FORMULAR

Matiza la situación actual del modelo de negocio que propones desde las siguientes dimensiones.

PROYECTO:

SITUACIÓN INTERNA	Flexibilidad Visibilizar ofertas Falta estructura comercial Falta apoyo institucional Falta contactos entidades Indicadores turísticos <b>DEBILIDADES</b>	Ayts y entidades públicas y privadas Agricultores y ganaderos Hostelería Colegios Agencias de viajes <b>SINERGIAS</b>
SITUACIÓN EXTERNA	Agencias viajes “convencionales” Rutas senderistas, culturales, de ocio Catas Otros tipos de ocio para niños <b>OFERTAS SUSTITUTIVAS</b>	Parejas nacionales y extranjeras Familias con niños Personas comprometidas con la cultura local Comprometidas con los ODS <b>PUBLICO OBJETIVO</b>

FORMULAR

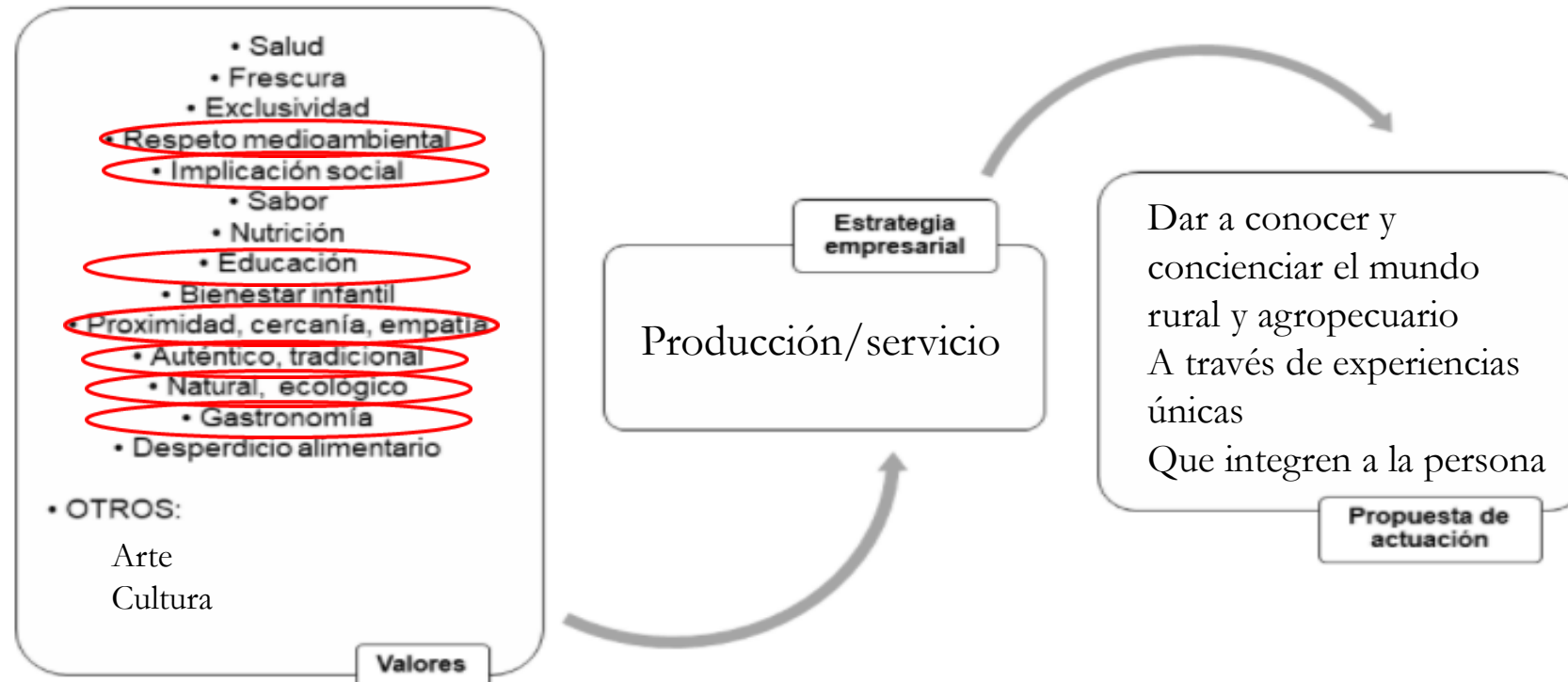
CONSTRUIR

MODELIZAR

## ALINEAMIENTO. FORMULAR

1. Analiza e identifica con un círculo los **valores** en materia de **sostenibilidad** que aportará tu modelo de negocio.
2. Encuádralo en la estrategia empresarial con la que más te identifiques (**producción; producción/servicio; servicio**).
3. Establece las metas, adaptación y mejora de la nueva solución que propones. |

PROYECTO:



FORMULAR

CONSTRUIR

MODELIZAR

## PERFIL CLIENTE. CONSTRUIR

En base a lo formulado. Caracteriza a tu cliente objetivo.

PROYECTO:

### CARACTERIZACIÓN

COMUNIDAD	PERSONA
¿Cómo es su familia? Urbana, con estudios, nivel medio/medioalto	¿Sexo? Indistinto
¿Cómo es su entorno? Con valores, amigos medioamb., social, local	¿Edad? 30-45
¿Quién es la persona en la que se apoya/confía? Mejor amigo, pareja	¿Estado civil? Con pareja/soltero
	¿Lugar de residencia? Cualquiera
	¿Cuál es su nivel cultural? Alto, apasionado med. cult.
	¿Cuál es su trabajo? Trabajo intelectual, liberal, funcionario

### SÍNTESIS

Personas con/sin hijos, cultura alta, cierto poder adquisitivo, valores ODS

¿Qué motiva al usuario a tener esa necesidad?

### ESPECTATIVA

NECESIDAD 1.	MOTIVACIÓN 1.
Contribuir medio natural	Mi conciencia medioambiental
NECESIDAD 2.	MOTIVACIÓN 2.
Hacer algo diferente	Sentirse bien y romper rutina
NECESIDAD 3.	MOTIVACIÓN 3.
Conocer lo local	Ampliar cultura
NECESIDAD 4.	MOTIVACIÓN 4.
Compartir momentos amigos	Sociabilizar



FORMULAR

CONSTRUIR

MODELIZAR

## USUARIO POTENCIAL. CONSTRUIR

De acuerdo con la síntesis planteada. Clasifica a tus posibles clientes según su nivel de fidelización.

PROYECTO:

**CLIENTE ALTERNATIVO:**

Entidades,  
Sociedades  
y grupos  
de amigos  
que buscan  
pasar un  
día o fin  
de semana  
diferentes

**CLIENTE ENTUSIASTA:**

**ACTOR PRINCIPAL:**

Personas urbanas de mediana  
edad y jóvenes con cultura y  
economía apasionadas por lo rural

Personas  
con o sin  
niños  
sensibiliza  
das con el  
medio-  
ambiente

FORMULAR

CONSTRUIR

MODELIZAR

## FOCO DEL NEGOCIO. MODELIZAR

PROYECTO:

### ACTORES INVOLUCRADOS

Agricultores  
Organiza-  
ciones con o  
sin ánimo de  
lucro  
Entidades  
públicas  
Hostelería

### ACTIVIDADES CLAVE

Turismo  
Cultura  
Medioamb.  
Social

### RECURSOS CLAVE

Redes  
sociales  
Web

### PROPUESTA DE VALOR

Experiencias  
inolvidables  
en el mundo  
rural de la  
Comunitat  
Valenciana

### CLIENTE/CANALIDAD

Personas  
mediana edad y  
jóvenes con  
cierta capacidad  
económica

### SOLUCIÓN

Conciencia ODS  
Vivir de manera  
responsable con  
entorno

FORMULAR

CONSTRUIR

MODELIZAR

## ENTREVISTA CUALITATIVA. MODELIZAR

PROYECTO:

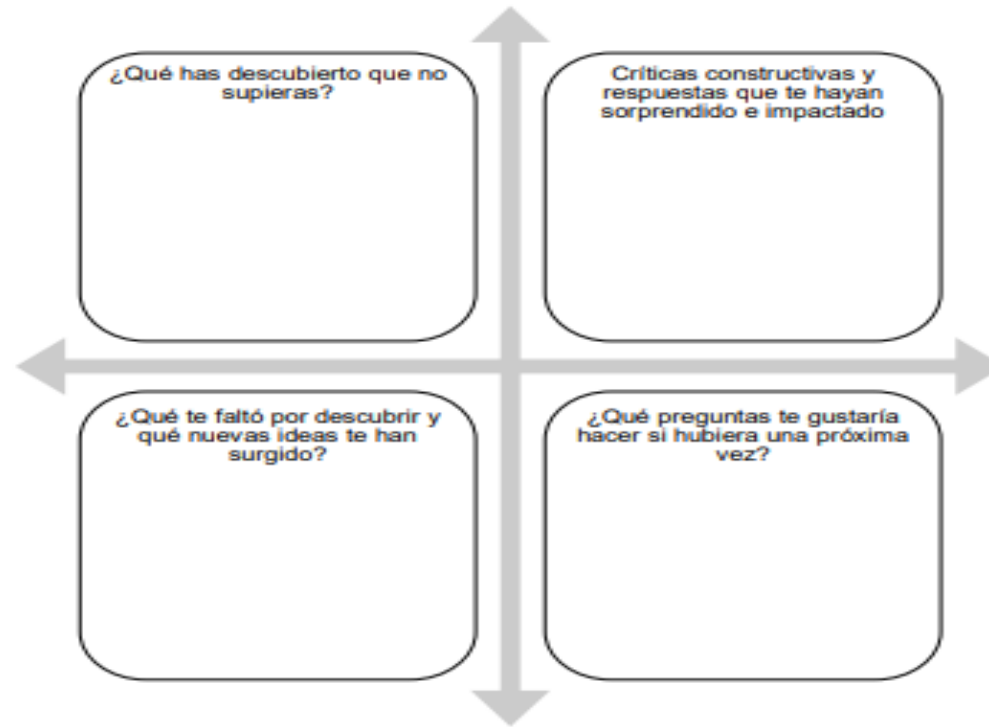
### CLIENTE

Personas con/sin hijos,  
cultura alta, cierto poder  
adquisitivo, valores ODS

### ENTREVISTAS

¿Has hecho alguna vez agroturismo? ¿Qué hiciste? ¿Qué echaste en falta?  
¿Te gustaría aprender más sobre la vida y el mundo rural? ¿Qué te interesa más?  
¿Utilizas las redes sociales? ¿Estás suscrito o sigues a personas o entidades relacionadas con las ODS?  
¿Sueles consumir productos locales? ¿Y ecológicos?  
¿Te gusta saber quién produce lo que comes?

### MATRIZ DE FEEDBACK



FORMULAR



CONSTRUIR

MODELIZAR

### GUÍA PARA LAS ENTREVISTA CUALITATIVA

Consideraciones respecto al contenido de las preguntas.

1. Deben ser claras, breves y concisas (no más de veinte palabras).
2. No utilizar una redacción negativa de las palabras; las preguntas tienen que tratar de ser neutras.
3. Sección **Cliente**: identificar **sexo, edad, estado civil, lugar de residencia y nivel cultural**.
4. Sección **Entrevistas**: se agruparán en 2 líneas: **preguntas abiertas (máx. 10 preguntas)** y **preguntas en escala de Likert (máx. 5 preguntas)**.

PREGUNTAS ABIERTAS	PREGUNTAS EN ESCALA DE LIKERT
<p>Formular en base a las siguientes variables:</p>  <p>Siempre que se pueda y proceda, detrás de la pregunta principal se preguntará "¿por qué?", "¿qué es lo que más le gusta o gustó, o qué es lo que más le gustaría?", "¿qué es lo que más echa en falta o echó en falta?"</p>	<p>Formular en base a las siguientes variables:</p>  <p>Utilizar la escala adjunta:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Completamente de acuerdo</li><li>2. Bastante de acuerdo</li><li>3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo</li><li>4. Bastante en desacuerdo</li><li>5. Totalmente en desacuerdo</li></ol> <p>-Hago agroturismo normalmente -No me importa pagar por una actividad responsable med. y sociedad -Soy un consumidor responsable -Salgo con la familia al campo o ver pueblos Soy sedentario y prefiero lo virtual a lo real</p>

# HORTA VIVA

AGROTURISMO ▾

GASTRONOMÍA ▾

EDUCACIÓN ▾

RESERVAS

CONTACTO ▾

HORTA VIVA ▾



# Moltes gràcies a totes i tots

Metodología para la creación de nuevas  
oportunidades de negocio agroalimentario y  
agroturístico fijados al territorio

CEEI Castelló - 2021

Juan José Lliso Laguarda. Servicio de Transferencia de Tecnología de la Conselleria de Agricultura, DR, EC y TE

*Colabora: Jesús A. Gutiérrez Chávez. Ing. Industrias Alimentarias. UPV.*