

Cadenas de Valor y Desarrollo Empresarial

Necesidades y Oportunidades



Temas Interconectados

cadenas de valor



Objetivos

Prácticas Mejores

Sostenibilidad

Corto y largo plazo a la vez

credibilidad

confianza en el mercado

Cadena de Valor – Características

- Responsabilidad organizada sobre la cadena
 - Se piensa: Valor no Abastecimiento
 - Respecto y apoyo mutual
 - Interdependencia

**Lo más eslabones
en la cadena**



**lo menos valor a
cada eslabón**

- Durabilidad
 - ¿Qué es el costo real para producir y llevar el producto al consumidor?
 - Internar costos externos...

Cadenas - ¿Quién se beneficia?

Consumidores

(¿más poderoso como un grupo? - vota con sus decisiones de compras)

Vendedores

- Productor
- Fabricante/Procesador
 - Producto orgánico
 - Insumo orgánico
- Menorista
- Supermercado
- Exportador
- Importador
- Abastecedores de productos crudos y/o preparados (restaurantes, hospitales, escuelas, otras instituciones)

Gobiernos

- Salud pública
- Economía fuerte y durable
- Sociedad próspera
- Obtención pública (*gran cliente!*)

Oportunidad: Cadenas Ecológicas

El mercado crece – aun durante el crisis económico mundial.

- Consumidores valen productos de alta calidad y de producción responsable.
- La producción rinde bien – en el campo así como en el mercado.

No solo para un “nicho” especializado. Mucha potencial para crecimiento.

- Puede funcionar en escala grande, corriente principal.

Diríamos: El camino hacia sostenibilidad es ecológico.

- Ecológicamente
 - Económicamente
- } *inter-relacionados!*

Desafíos y Retos al Sector Ecológico

- Se imagina al público como: elitista, caro, especializado.
- No visto como escalable, no posible para el corriente principal.
- La certificación ecológica no es visto a cobrar un rango adecuado de temas de sustentabilidad – no tiene bastante relevancia.
- Sobre el corto plazo pueda rendir menos en unos casos – reputación mal informada.
- Canales y acceso a mercados pueden ser costoso y burocrático.

Necesidad: El paradigma dominante de agricultura y sus cadenas de abastecimiento no sobrevivirá.

- **Depende en energía barrata y no-renovable**
- **Funciona de arriba hacia bajo – concentración de poder.**
- **Basada en el resultado “El-primer-mundo-muere-de-hambre-última”.**
- **No está sirviendo bien – mostrando señales de fracaso:**
 - **Hambre incrementando**
 - **Pobreza increasing**
 - **Problemas de salud incrementando**
 - **Calidad y cantidad de agua dulce en dismunición**
 - **Perdida de biodiversidad**
 - **Problemas de erosión y fertilidad**
 - **Escasez de energía y costo incrementando**

Concepto Revisado de Sostenibilidad: Dimensiones y Objetivos



Social: *La gente viven en igualdad y equidad.*

Ecológico: *Recursos comunes se utilizan sustentablemente.*

Económico: *El comercio conduce a la prosperidad.*

Cultural: *Inspiración, innovación, liderazgo y el altruismo están habilitados. Las comunidades son estables y prosperan.*

Responsibilidad: *Personas son responsables de sus acciones, son transparentes acerca de ellos y fomentan la participación de los interesados.*

La sostenibilidad requiere abordar todas las 5 dimensiones!
http://www.ifoam.org/growing_organic/Best_Practice_Program/23038.php

Aspectos de las Dimensiones

Social

- Equidad y género
- Buenas estrategias de vida
- Derechos humanos y laborales
- Higiene y seguridad

Ecológico

- Agua
- Suelo
- Biodiversidad
- Ganadería
- Atmósfera
- Energía

Económico

- Inversión
- Economía local y resistencia económica
- Venta de productos y servicios
- Materiales/contaminantes/desechos

Cultural

- Desarrollo personal y comunal
- Seguridad y soberanía de alimentos
- Calidad de productos

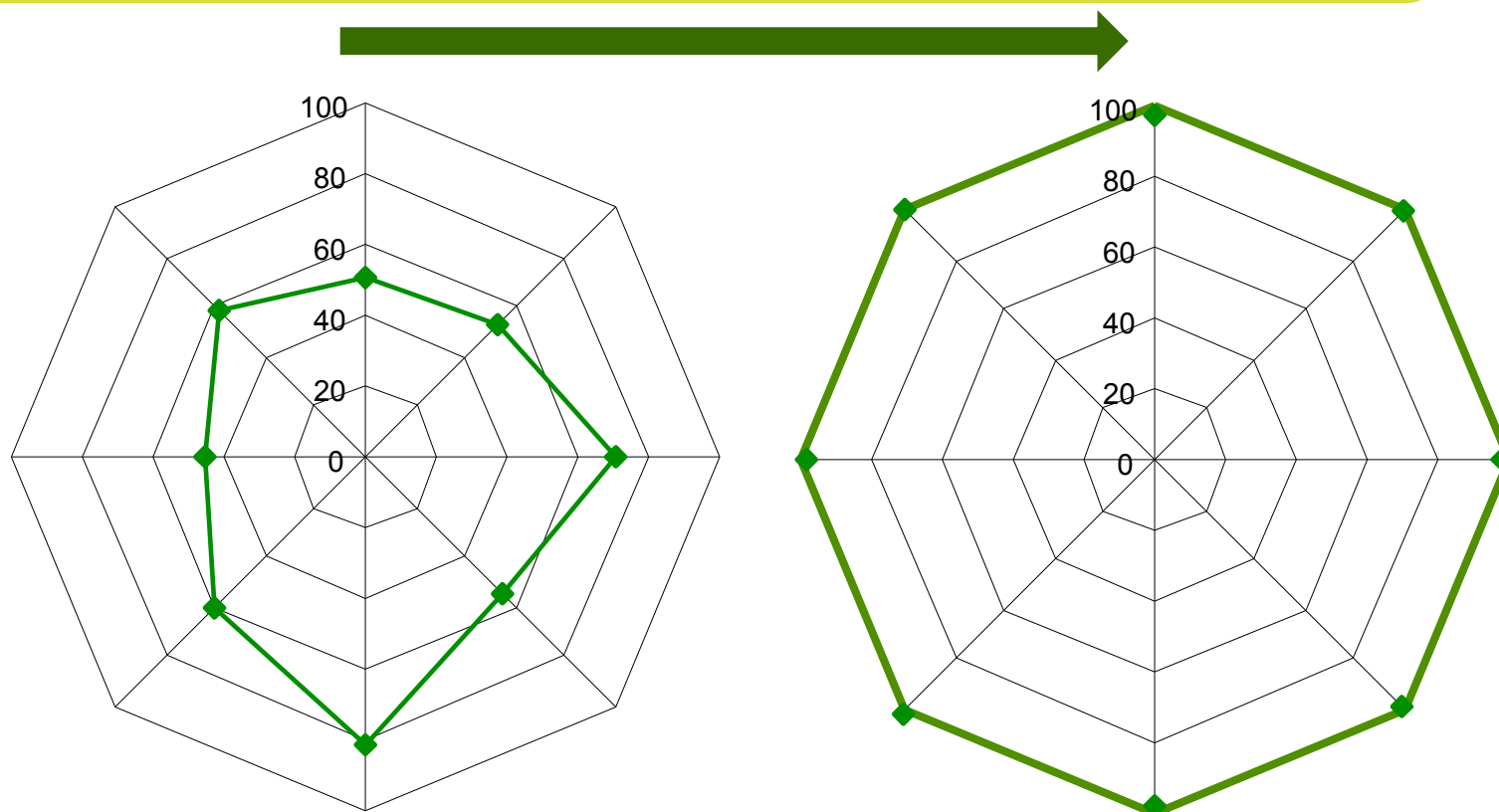
Responsibilidad

- Manejo holístico
- Responsabilidad y reportaje
- Participación de interesados

¿Cómo podemos minimizar desechos y basura?

¿Cómo afectamos el comportamiento del consumidor?

Prácticas mejores conducen a la sustentabilidad.



Características de sustentabilidad:

- ❖ Enfoque Holístico
- ❖ Proceso dinámico, sin fin
- ❖ Se requiere aprendizaje uno a otro
- ❖ Mejoramiento continuo

Cadenas – ¿Qué vale?

➤ Calidad del producto

- Apariencia, Sabor, Nutrición, Efecto técnico
- Innovación – productos nuevos, ingredientes nuevos, calidades nuevos y/o mejores

➤ Sostenibilidad de la producción

- Asuntos importantes a: productores; consumidores; gobiernos
 - Eficiencia del costo de producción y otras innovaciones
 - Tratamiento de recursos humanos y recursos naturales

➤ Precio

- Al consumidor
- Ganado por cada eslabón

Cuente su historia.

La situación:

- Sostentibilidad es una discusión global, inevitable.
- Herramientas de comunicación (especialmente Internet) se están volviendo más potentes.
- Competencia en el mercado está incrementando.
- Como nos vamos al futuro, información sea “parte” del producto.

Las cuestiones:

- ¿Cómo vale su producto?
- ¿Cómo compita?
- ¿Qué se distinga de otros?
- ¿Cuáles son los beneficios de su producto – al consumidor? ¿Al productor? ¿Al ambiente?
- ¿Cómo se asegura su lugar? ¿Cuáles riesgos tiene su empresa?

Tipos de cadenas – maneras de vender y de comprar

Canales de venta

- Venta directa
- A través de intermediario(s)
- Interempresarial
- Negocio al consumidor

Lugares de compra

- Mercado de agricultores
- CSA
- Menorista
- Distribuidor
- Supermercado
- Internet
- Puerto

A considerar:

- Lo más largo la cadena (por distancia y/o cantidad de eslabones), lo más difícil a contar su historia.
- La transparencia facilita la cuenta y conduce a confianza.
- Certificación es un sustituto cuando el productor y consumidor no conocen uno a otro – un sustituto y/o herramienta adicional – que provee confianza.

Garantías: Credibilidad y confianza en el mercado

Credibilidad – ¿qué significa?

- TENGAS LA EXPECTATIVA QUE OBTENGAS PARA LO QUE PAGAS. Los productos declarados como ecológicos realmente son ecológicos.
 - ✓ TENGAS CONFIANZA QUE DE UN MODO U OTRO, ESTAS EXPECTATIVAS SON RAZONABLES, ES DECIR ALGUIEN ACTUALMENTE LO VERIFICA Y LO ASEGURA.
- SIGNIFICA QUE HAY UNA IDEA CLARA, ACORDADO MUTUALMENTE LO QUE SIGNIFICA “ECOLOGICO”:
 - ✓ LOS PRODUCTOS FUERON PRODUCIDOS DE UNA MANERA CIERTA, Y/O TIENEN ALGUNAS CALIDADES O CARÁCTERÍSTICAS.
 - ✓ ESTAS CALIDADES Y CARÁCTERÍSTICAS MANIFIESTAN CIERTAS INTENCIONES Y OBJETIVOS.

***Necesitamos confianza sobre lo que es ecológico y lo que no es...
Sin credibilidad no hay aceptación - y por lo tanto ningún valor.***

Garantías Típicas

- **Auto-declaración**
 - venta directa; Ejemplos: CSA, mercado de agricultores, algunos minoristas
- **Sistema de Garantía Participativa (SGP) –**
 - un grupo de productores chequean uno a otro, y venden sus productos bajo una organización coordinada; pueden involucrar a otras personas también en los cheques.
- **Certificación (tercera parte) –**
 - lo más común en el mercado global y en mercados regulados. Certificadoras son normalmente acreditadas (supervisadas).
- **Certificación de grupos de productores**
 - Se organizan como una entidad que vende producto junto.
 - se certifica como un grupo internamente controlada, lo que es chequeada por la certificadora y certificada (y de-certificada) como una entidad.
 - Ahorra mucho dinero, pero es una esfuerzo seria y toma bastante recursos internos.

Características de garantías creíbles

◆ Expertos técnicos...y

Una combinación de lo siguiente:

- **Consistencia** – Todos casos proceden de manera similar.
- **Imparcialidad** – Nadie es dado tratamiento favorecido.
- **Supervisión / Vigilancia** – se necesita con más eslabones, más distancia (geográfica y/o cultural), más niveles del sistema de garantía.
- **Transparencia** – Las personas responsables para la determinación sobre el estatus ecológico tienen acceso a la información necesaria.

Vigilancia del mercado y aplicación legal

- Por lo general es responsabilidad de los gobiernos.
- Implica tener ojos en el mercado, comprobando las reclamaciones fraudulentas, respondiendo a las quejas del consumidor.
 - ***Y corrigen las infracciones.***
- A menudo limitaciones en recursos, debido en parte a las demandas de otras tareas tales como:
 - establecer las normas
 - supervisión de certificación (acreditación)
 - negociaciones de equivalencia.
- Necesitamos hacer un uso más eficiente de los recursos gubernamentales. (Vengan a nuestra sesión esta tarde!)

Desarrollo del Mercado Ecológico

- **Desarrolle todos tipos de cadenas y mercados.**
 - Diversifique la oferta de productos.
- **Regulación demasiado estricto contra importaciones, demasiado temprano en el mercado interno, podría hacer más mal que bien.**
 - Ampliar la oferta
 - Generar la demanda
 - Crear competencia e incentiva local.
- **Una variedad de canales y mercados pueden ser ventajosa.**
 - + Certificación
 - + Sistemas de Garantía Participativa
 - + Ventas directas: ej. Mercados de Agricultores, CSA, y otros

Desarrollo de políticas ecológicas

- **Eduque y levante el conocimiento público.**
 - A consumidores
 - A productores, procesadores, y comerciantes
- **Financiación y políticas públicas**
 - Subsidios e incentivos – ¿a qué tipa de producción?
 - Regulaciones lo que permite
 - Hacer un uso eficiente y eficaz de los recursos gubernamentales

Tareas principales:

- ✧ ***Crear conciencia e interés en orgánica.***
- ✧ ***Establecer y mantener la credibilidad.***

Gracias.



David Gould
IFOAM Value Chain Facilitator
d.gould@ifoam.org
www.ifoam.org