



LA CADENA DE VALOR EN LA CUNICULTURA

ALEXIS LAMAS



**EL PLANIFICADOR
DEL SISTEMA DE
PRODUCCIÓN
CUNÍCOLA COMO
ESTRATEGIA EN
LA PROYECCIÓN
DEL SECTOR**

Bienvenidos!

CURSO DE PERFECCIONAMIENTO PROFESIONAL EN CUNICULTURA

PARTE I.
VISIÓN DE LARGO
PLAZO

**Cunicultura es
CADENA DE VALOR**

**ME INTEGRO COMO
ADMINISTRADOR EFICAZ DE LA
GRANJA CUNÍCOLA Y
CORRESPONSABLE
DEL FUTURO DEL SECTOR**



cuniculturaucv@gmail.com



Visión de Cadenas

5.RELACIONES Y AGREGACIÓN DE VALOR

No representa necesariamente un proceso equitativo ni lineal

1.ES UN SISTEMA
Que agrupa actores económicos y sociales interrelacionados que participan articuladamente en actividades que agregan valor a un bien o servicio

3.OTROS SERVICIOS

Transformación, industrialización, transporte, logística

4.APOYO

Como el de financiamiento y las políticas de gobierno

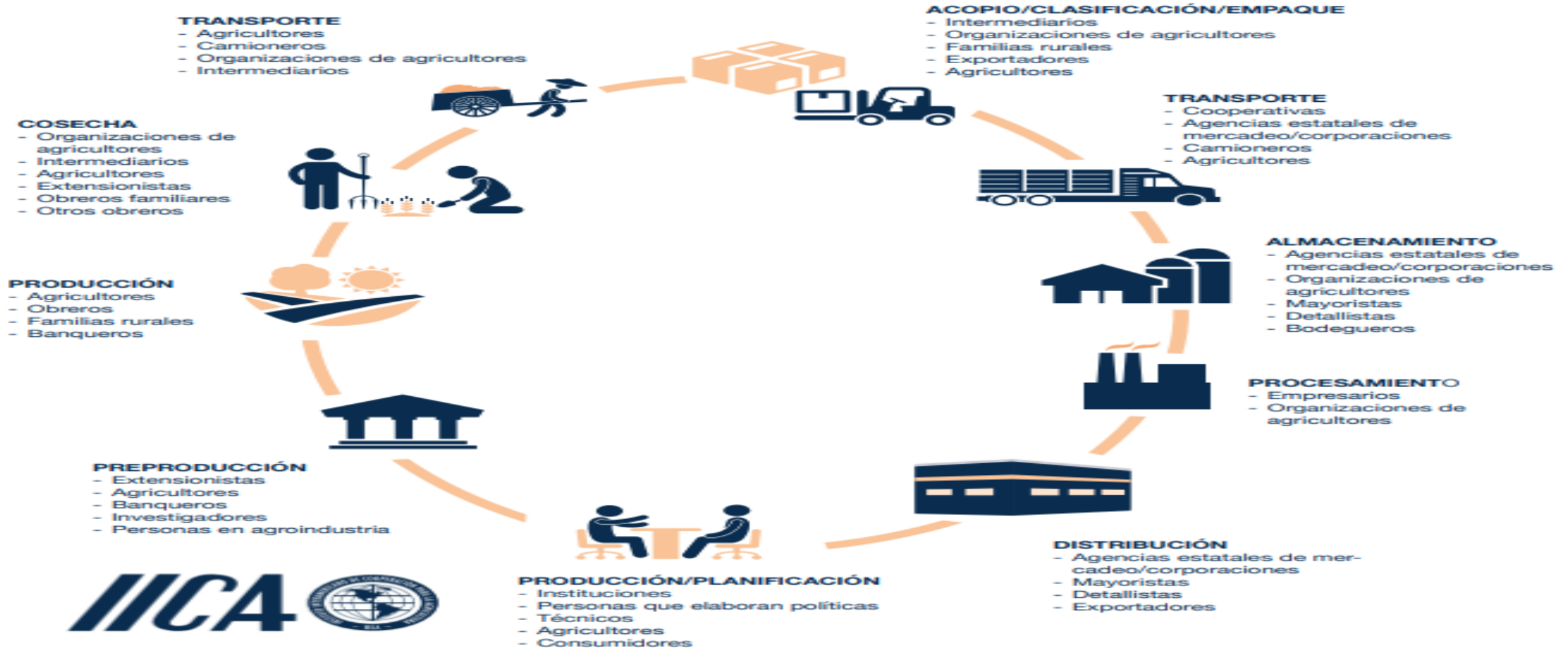
2.DESDE SU PRODUCCIÓN

Hasta que este llega a los consumidores. Este sistema incluye los proveedores de insumos

Parte 1

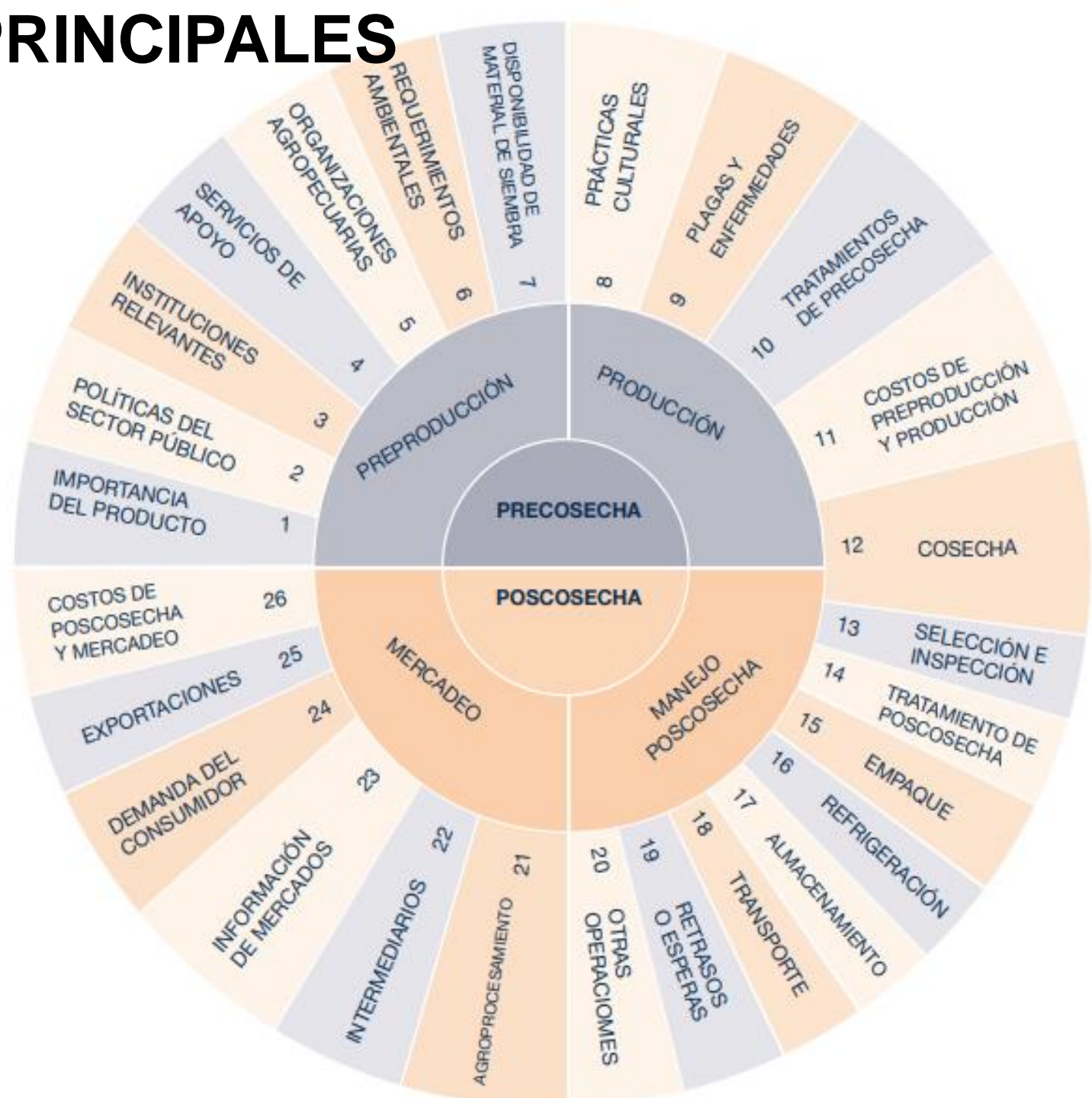
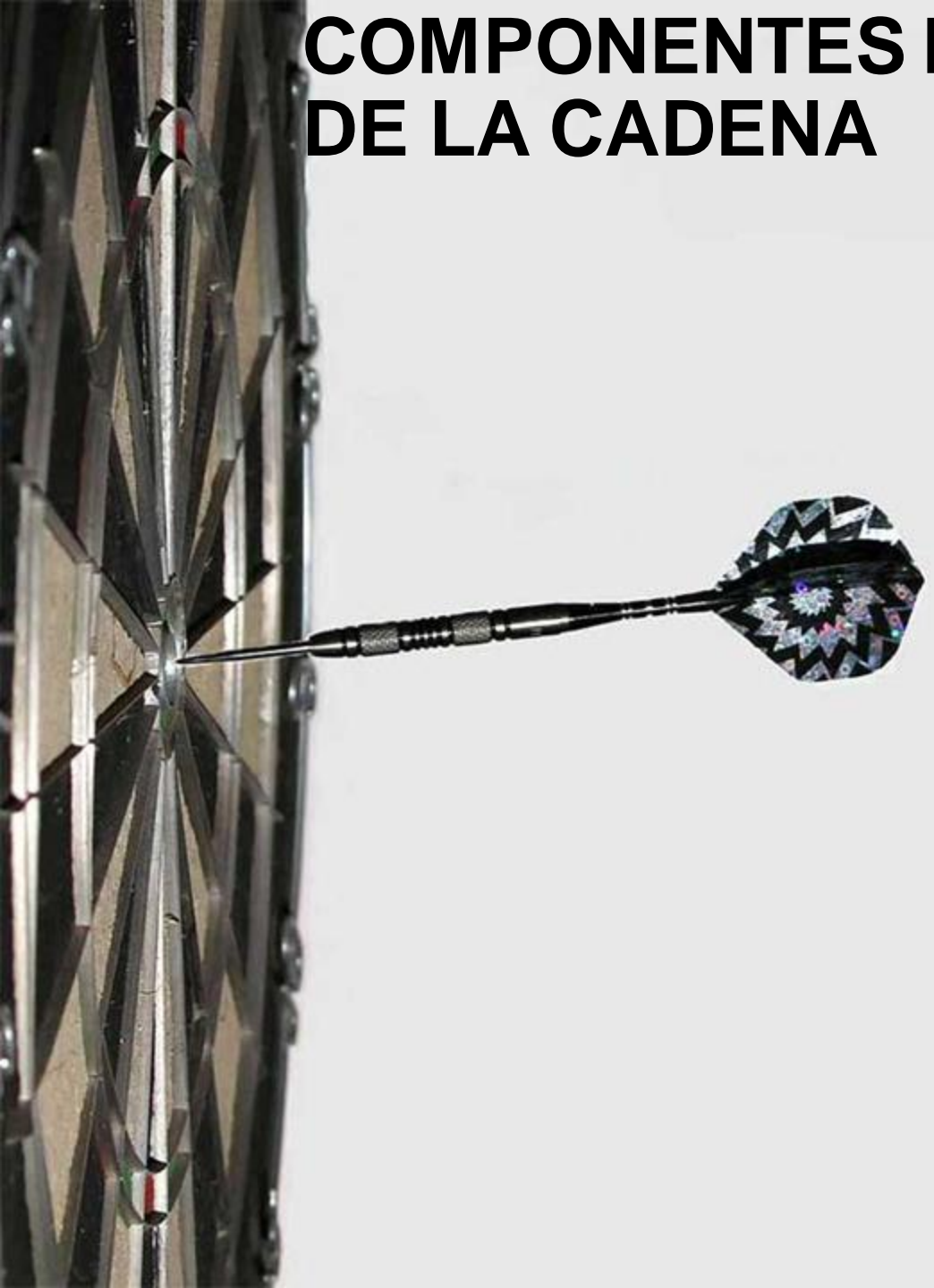
¿EN CUAL ESLABÓN DE LA CADENA QUIERO PARTICIPAR?

Participantes en una cadena agroalimentaria.



ESPECIALIZACIÓN FLEXIBLE CUNÍCOLA E INTEGRACIÓN

COMPONENTES PRINCIPALES DE LA CADENA



CADENA DE VALOR



- CONCEPTOS BÁSICOS

Una cadena de valor comprende la amplia variedad de actividades requeridas para que un producto o servicio transite a través de diferentes etapas, desde su concepción hasta su entrega a los consumidores y la disposición final después de su uso (Kaplinsky y Morris, 2002). A cada una de las etapas –concepción y diseño, producción del bien o servicio, tránsito de la mercancía, consumo y manejo, y reciclaje final– se les denomina eslabones. La cantidad de eslabones de una cadena de valor varía de manera sustancial según el tipo de industria. Las actividades de la cadena a veces se llevan a cabo a veces por una empresa y en otras, por varias (Kaplinsky, 2000).

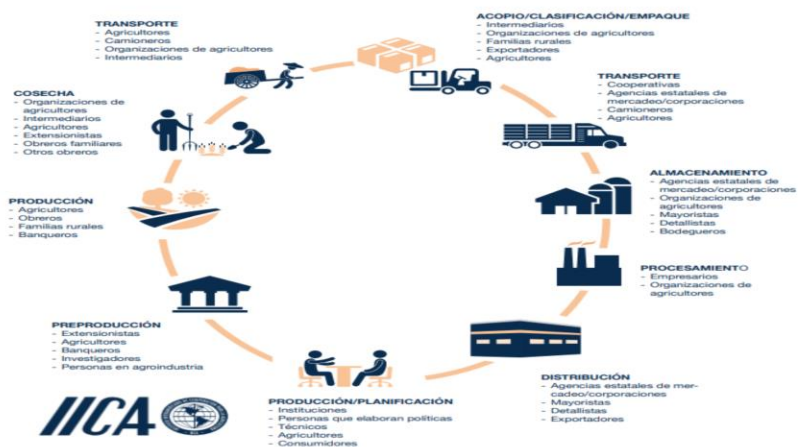


Una aclaración pertinente

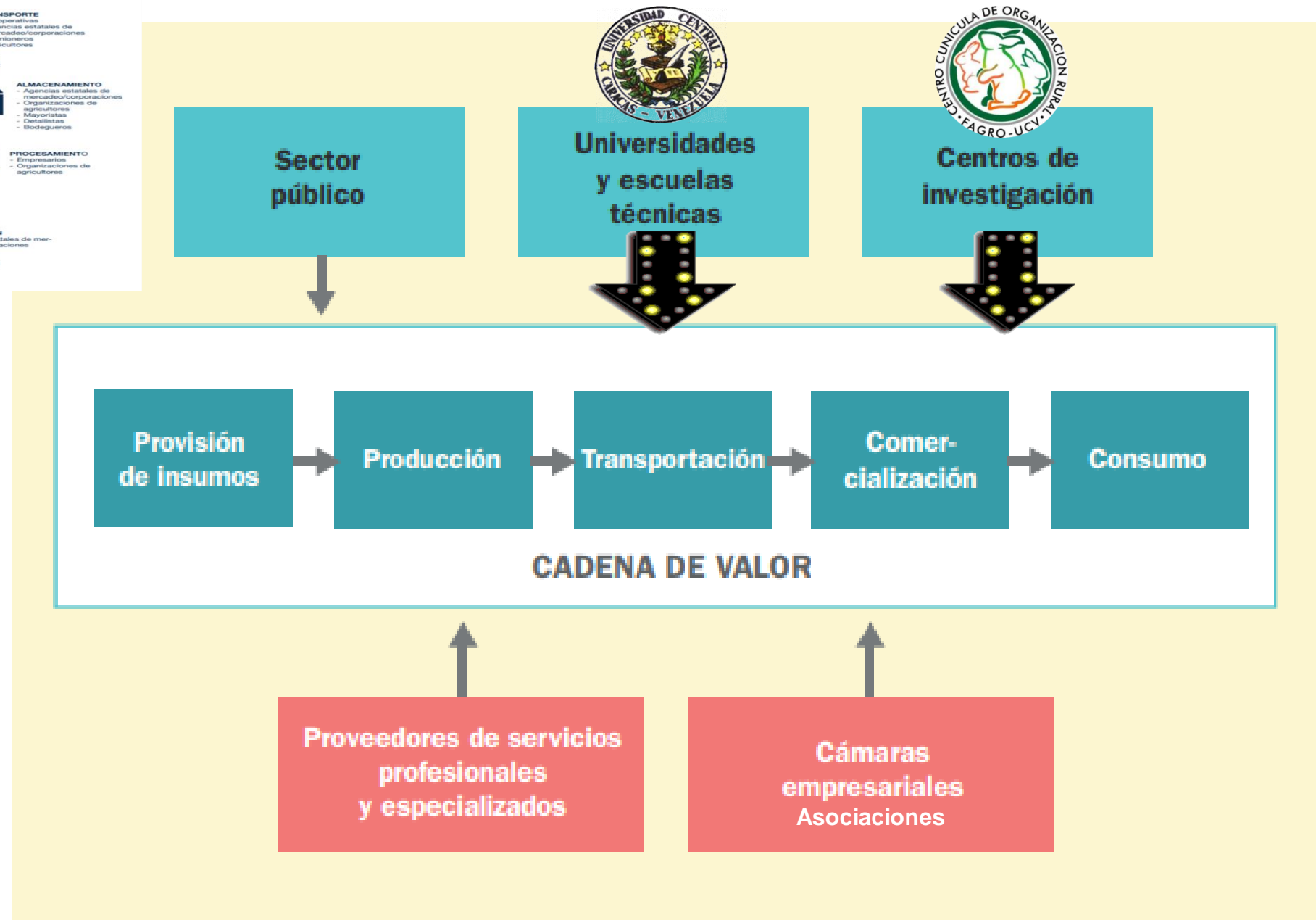
Es importante distinguir el alcance geográfico de la cadena y su participación en flujos de comercio internacional. A causa de la difusión del concepto de cadenas globales de valor, es común asociarlo con exclusividad a la escala global. No obstante, en América Latina es frecuente que su alcance sea nacional o regional cuando se trata tanto de productos primarios, como de manufacturas y servicios. Por ende, son procesos de producción y de oferta de servicios que se inician y terminan en el territorio de un país o interaccionan sólo con uno o varios países vecinos. La metodología expuesta en este Manual abarca el análisis de cadenas con diversos alcances geográficos.



Participantes en una cadena agroalimentaria.

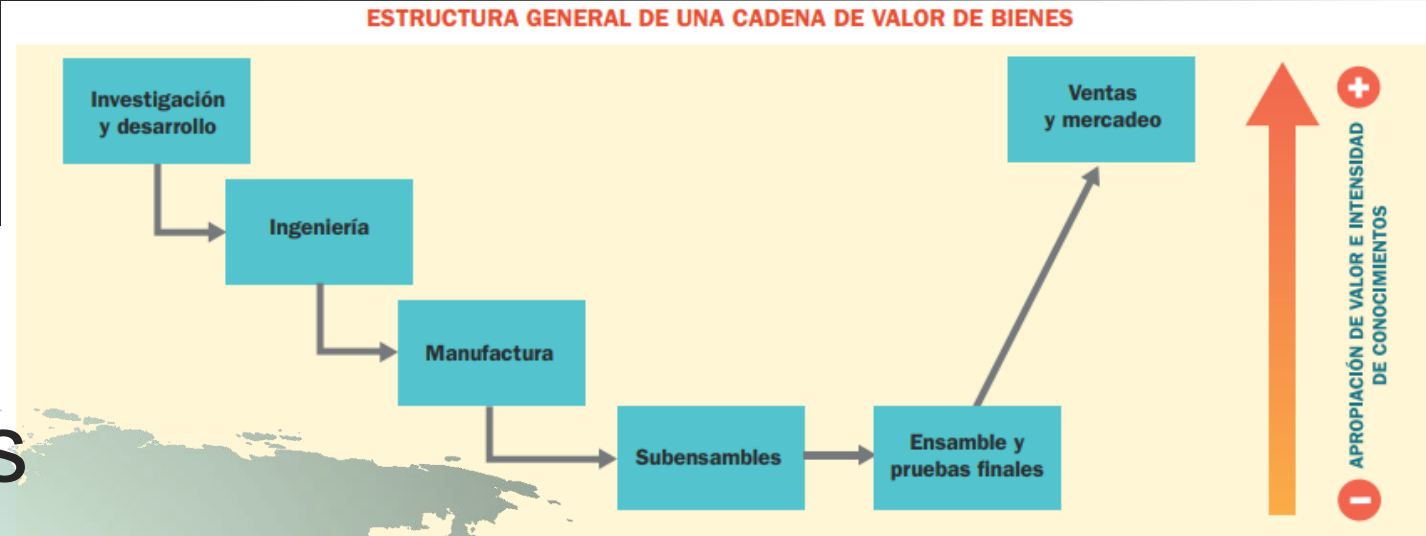


ENFOQUE SISTÉMICO DE UNA CADENA DE VALOR



Enfoque de sistemas...

Cunicultura es narración!



META DEL ENFOQUE

DE CADENAS DE VALOR

ARLEQUIN	CHINGHILLA	LIEBRE BELGA
MANTA GIBBERNA	BLANCO NOCERADO	GRIS PLATEADO
MARRON PLATEADO	AZUL PLATEADO	ZORRO PLATEADO
REX ALBINO	REX CASTOR	REX CHINGHILLA

Un modelo para la exportación



PARTE II CRECIMIENTO HACIA AFUERA

CURSO DE PERFECCIONAMIENTO PROFESIONAL EN CUNICULTURA

INTEGRACIÓN A UN STAF

PARTICIPACIÓN EN UN
HINTERLAND

INTEGRACIÓN EN LAS ÁREAS
DE CRECIMIENTO

COMPARTIR TRANSVERSALIDAD
DE FUNCIONES



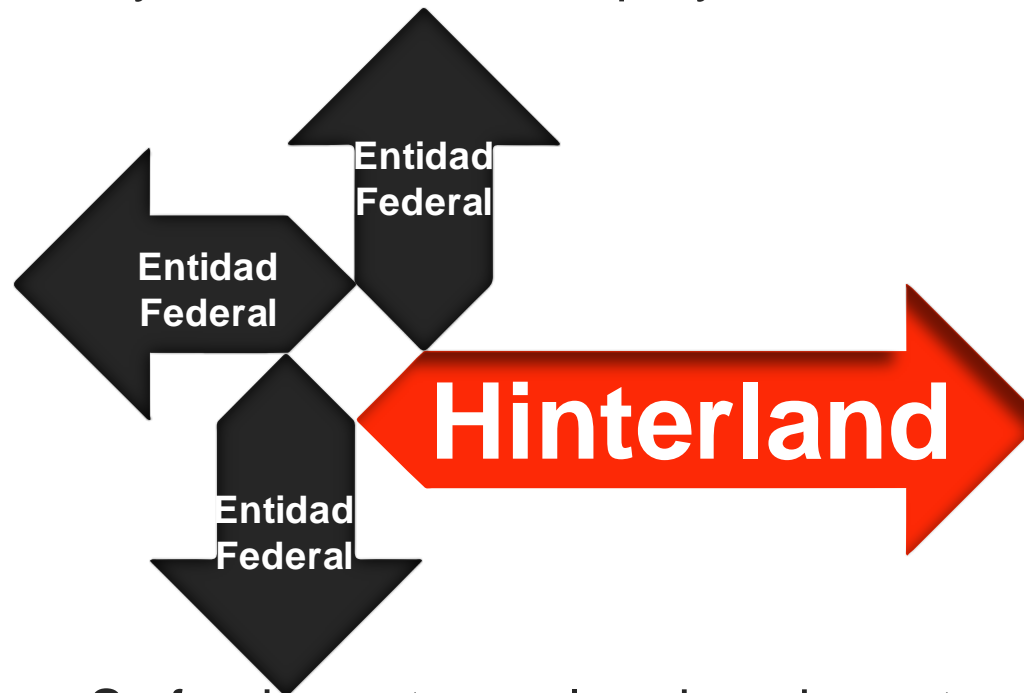
1. Me integro a un STAF (SISTEMA TERRITORIAL DE AGRICULTURA FAMILIAR)



Se fundamentan en el tejido social, las relaciones intra e inter-familiares y el capital tanto social como relacional de un territorio, los cuales facilitan emprendimientos colaborativos y la construcción de proyectos de futuro.

STAF

Son conjuntos complejos de sistemas de producción, relaciones sociales y prácticas culturales, asociados a un territorio específico, a su base de recursos naturales y a los medios y modos de vida construidos históricamente en él.



Se fundamentan en las sinergias entre agriculturas familiares y dinámicas territoriales, las cuales se expresan de maneras cambiantes y diversas

Espacios De Crecimiento de mi emprendimiento

En un sentido amplio, el término HINTERLAND, se refiere a la esfera de influencia de un asentamiento. Es el área para la cual el asentamiento central es el nexo comercial. También se le conceptualiza como espacio de crecimiento.




¿Para qué?

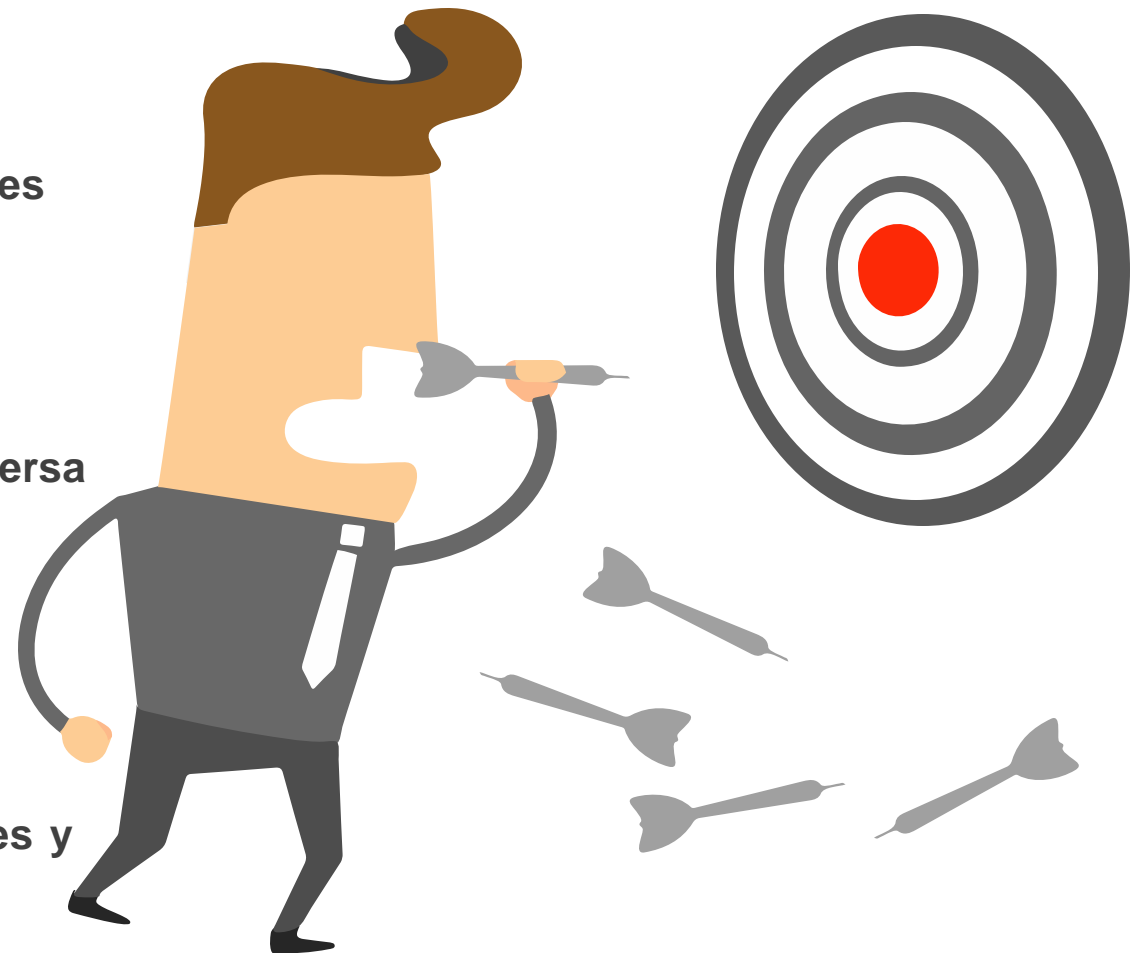


Promover el fortalecimiento de mi emprendimiento, a través de la dinamización de las cadenas de valor y así generar mayores impactos en el ingreso de mi familia.

Cadenas de Valor

Una cadena de valor comprende la amplia variedad de actividades requeridas para que un producto o servicio transite a través de diferentes etapas, desde su concepción hasta su entrega a los consumidores y la disposición final después de su uso (Kaplinsky y Morris, 2002).

-  Generan externalidades positivas o negativas de diversa índole y beneficios que no son solo privados, sino también sociales.
-  Articulan unidades productivas familiares entre sí y participan en cadenas de valor, redes e identidades colectivas basadas en los territorios.
-  Su escala es territorial, inciden en los paisajes locales y forman parte de sistemas agrarios regionales.



2. Participación en un Hinterland



Me incorporo
Ya que me garantiza
la ejecución de
acciones conjuntas,
para alcanzar
objetivos que
individualmente
no podría alcanzar

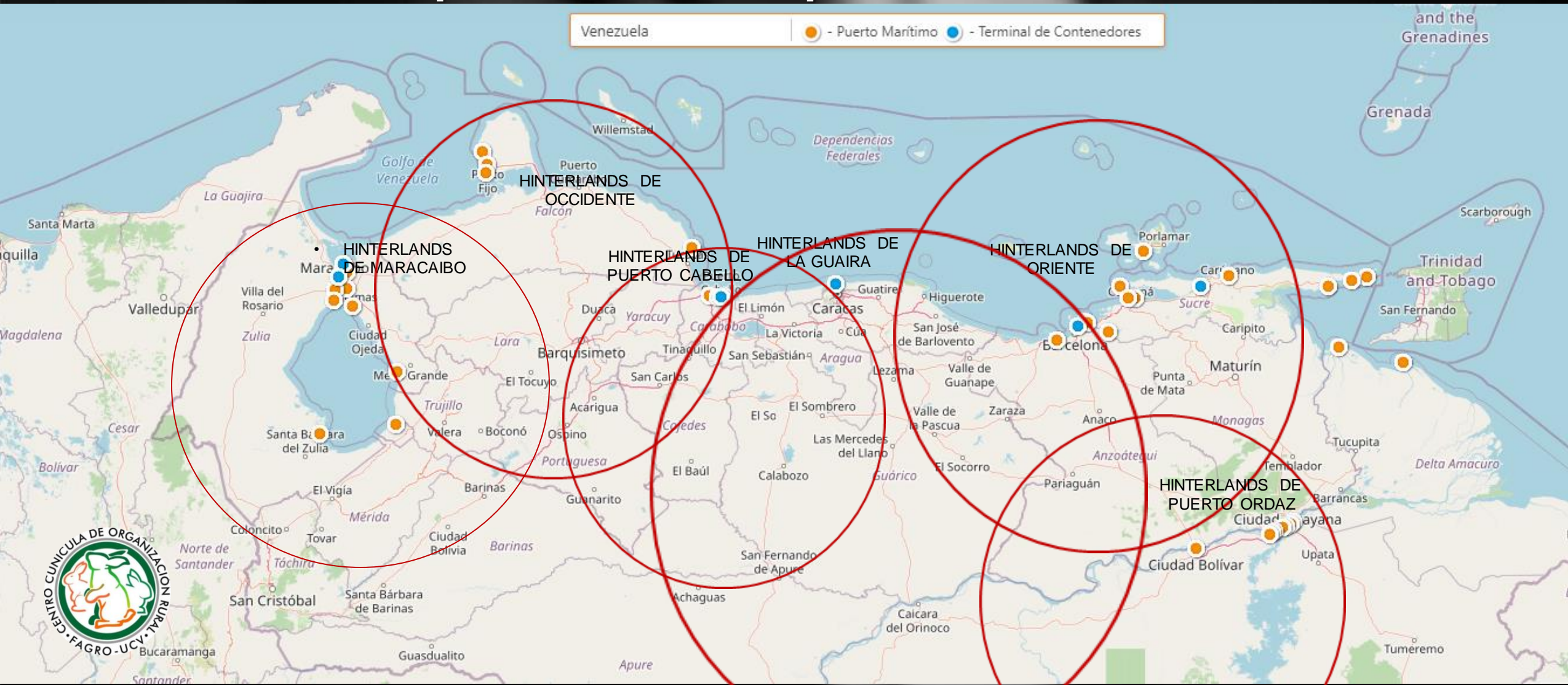
Busca el desarrollo de espacios geográficos con la participación de instituciones y organizaciones vinculadas de forma directa o indirecta con la cunicultura. Reúne a proveedores de insumos (vacunas, jaulas, agrocomercio y agroindustria) y servicios; consumidores intermedios y finales (restaurantes, familias consumidoras e intermediarios), instituciones públicas y privadas, universidades y gobiernos regionales y locales.

Para el Administrador de una Granja Cunícola

- Es un espacio para la gestión (organización, capacitación, planificación, seguimiento, evaluación y control) de su emprendimiento.
- Asegura consenso con otros productores
- Genera mayores posibilidades de crecimiento del sistema productivo cunícola
- En conjunto se trabaja para generar cambios en los hábitos de consumo de la carne de conejo
- Son el espacio gerencial de interacción entre diferentes tipos de actores.

HINTERLANDS DE LA CUNICULTURA EN VENEZUELA

se refiere a la esfera de influencia de un asentamiento. Es el área para la cual el asentamiento central es el nexo comercial. También se le conceptualiza como espacio de crecimiento.



HINTERLANDS CUNICOLAS DE VENEZUELA



**LOS CRIADEROS CUNÍCOLAS REGISTRADOS EN CCOR
SERÁN ASIGNADOS A UN GRUPO DE HINTERLANDS EN WHATSAPP
LUEGO SE DISTRIBUIRÁN EN STAF PARA CONFORMAR LA CADENA DE VALOR**

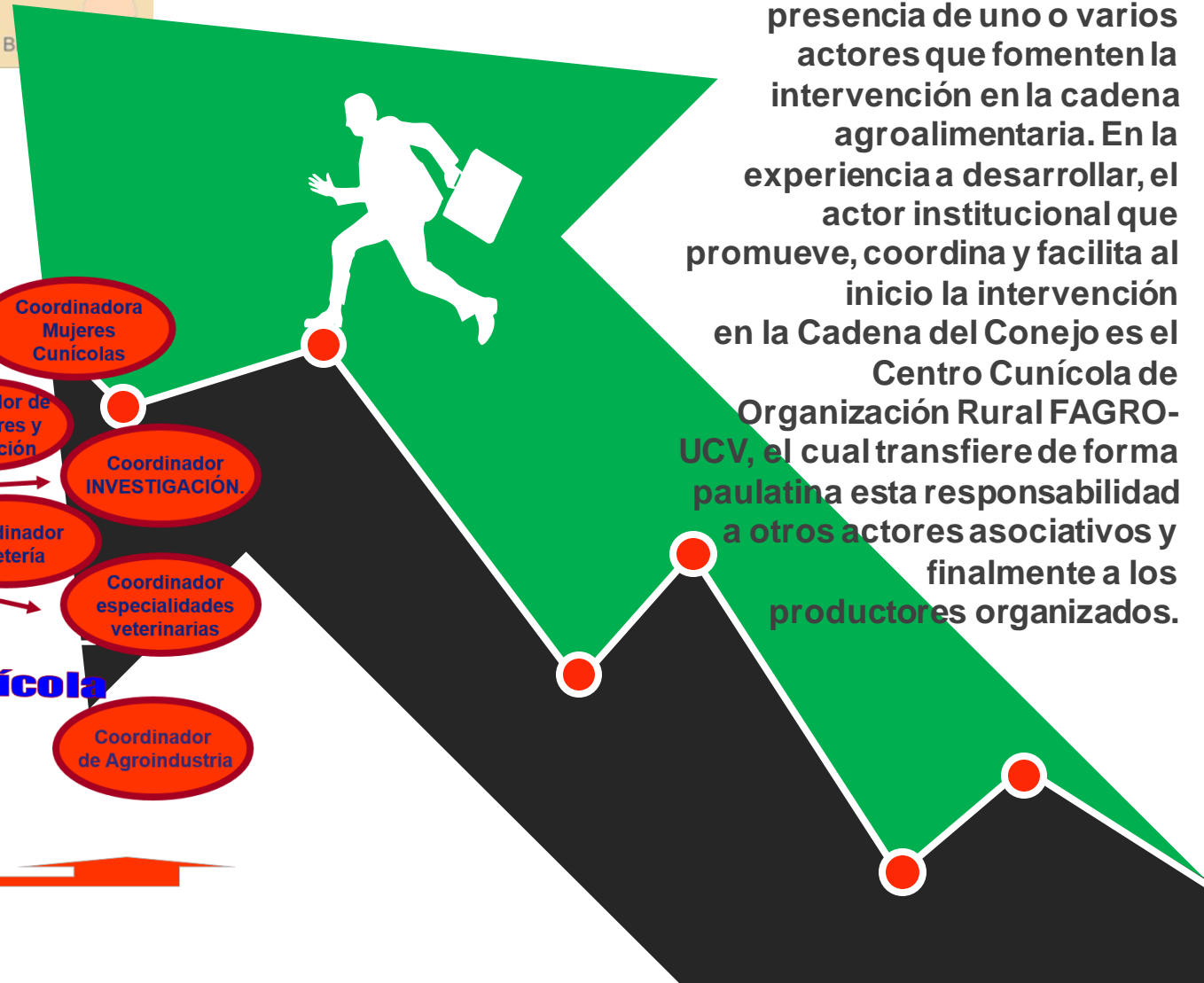


3, INTEGRACIÓN EN LAS AREAS DE CRECIMIENTO



¿Quién promueve EL CRECIMIENTO CUNÍCOLA?

Para implementar los HINTERLAND, se requiere la presencia de uno o varios actores que fomenten la intervención en la cadena agroalimentaria. En la experiencia a desarrollar, el actor institucional que promueve, coordina y facilita al inicio la intervención en la Cadena del Conejo es el Centro Cunicola de Organización Rural FAGRO-UCV, el cual transfiere de forma paulatina esta responsabilidad a otros actores asociativos y finalmente a los productores organizados.



4. COMPARTIR TRANSVERSALIDAD DE FUNCIONES



Mesas de concertación con el agrocomercio y la agroindustria para procurar precios y productos siempre disponibles con alta calidad.
Investigación y desarrollo, diseño, investigación de mercados, renta de maquinaria y equipo, servicio al cliente

Crear una red de transporte y distribución que garantice la entrada de insumos y salida de animales de las granjas a tiempo, Mercadotecnia, investigación de mercado, almacenaje, servicios de manejo de carga.

Impulsar el consumo de Conejos con campañas que generen una cultura favorable de esta proteica y nutritive carne. Mercadotecnia, investigación de mercado, asistencia técnica, asistencia postventa.



Escuelas de Formación por Hinterland y Entidad Federal.
“Cada productor una Escuela”

Participación de la familia en la cría y producción del conejo, con participación de instituciones que garanticen mejoramiento genético. Investigación y desarrollo, diseño, asistencia técnica, renta de maquinaria y equipo, pruebas técnicas, certificaciones.

Desarrollar una amplia red de distribución de los productos y sub-productos derivados de la cría de conejos



Principales Tareas en las cuales debo participar como administrador de una Granja Cunícola



En el STAF

- Características propias del producto.
- Aptitudes de consumo de acuerdo a cada STAF
- Volúmenes aproximados de producción.
- Servicios de apoyo.
- Flujos de producción.
- Principales problemas.
- Regularidad de oferta.

En el Hinterland

- Tipo de institución u organización que puede apoyar al equipo de Coordinadores
- Cobertura geográfica de cada apoyo
- A quién se le pueden presentar los proyectos por área de desarrollo
- Capacitación y formación de instructores
- Relaciones existentes e integración de Coordinadores por área de crecimiento

A Nivel Nacional

- Eventos de difusión por Coordinación
- Talleres por áreas de crecimiento con panel de expertos.
- Reuniones, mesas de diálogo y discusión sobre desarrollo económico de los emprendimientos.
- Comercialización.
- Internacionalización
- Otros.

EL ADMINISTRADOR DE UNA GRANJA CUNÍCOLA ES UN ESTRATEGA Y POR LO TANTO SE INTEGRA EN AQUELLAS ORGANIZACIONES QUE LE DEN MAYOR VALOR AGREGADO A SU EMPRENDIMIENTO



PARTE III

ASUMIENDO EL COMPROMISO

COMO ADMINISTRADOR DE LA GRANJA
CUNÍCOLA Y CORRESPONSABLE
DEL FUTURO DEL SECTOR

Institucionalizar la alianza a través de la Promoción

Establecer compromisos para acciones inmediatas.

Integrarse a los eslabones de la Cadena de Valor

Generación de capacidades promotoras

1. Institucionalizar la alianza a través de la Promoción



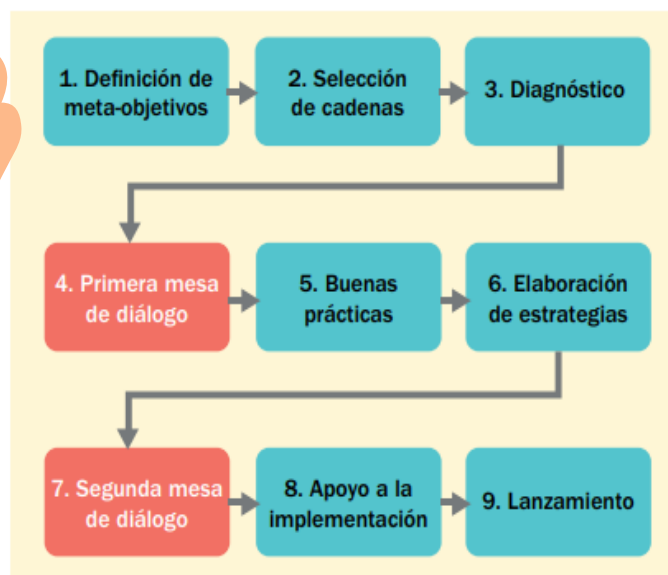
- Establecer compromisos para acciones inmediatas.

Nuevos Emprendedores

Promoción y motivación del enfoque de STAF, Hinterland y cadenas de Valor.



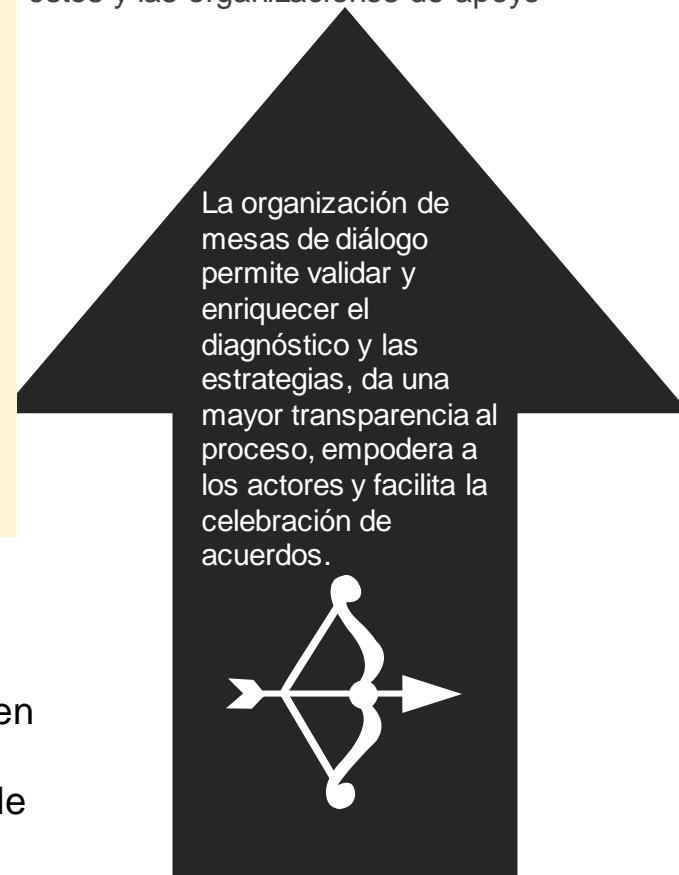
PASOS



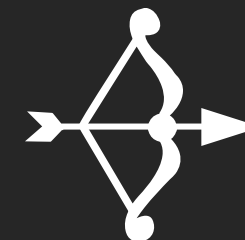
Consensuar una visión común entre los actores, tanto de los problemas como de las soluciones; y, decidir el intervenir en alianza entre varios actores en una cadena de valor, a través de una estructura organizacional para beneficio de los cunicultores.

Mesas de diálogo a distancia STAF

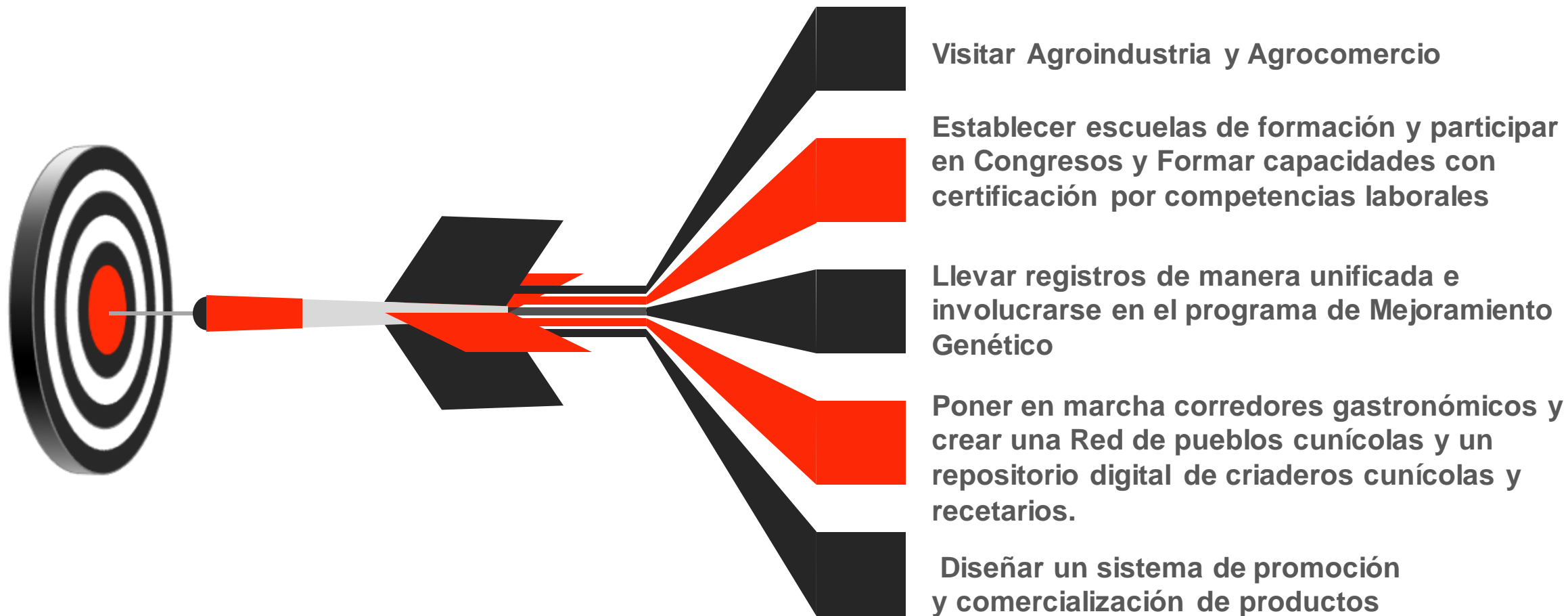
Uno de los elementos distintivos de la metodología para el fortalecimiento de cadenas de valor es la construcción de espacios de diálogo entre los actores de la cadena, y entre éstos y las organizaciones de apoyo



La organización de mesas de diálogo permite validar y enriquecer el diagnóstico y las estrategias, da una mayor transparencia al proceso, empodera a los actores y facilita la celebración de acuerdos.



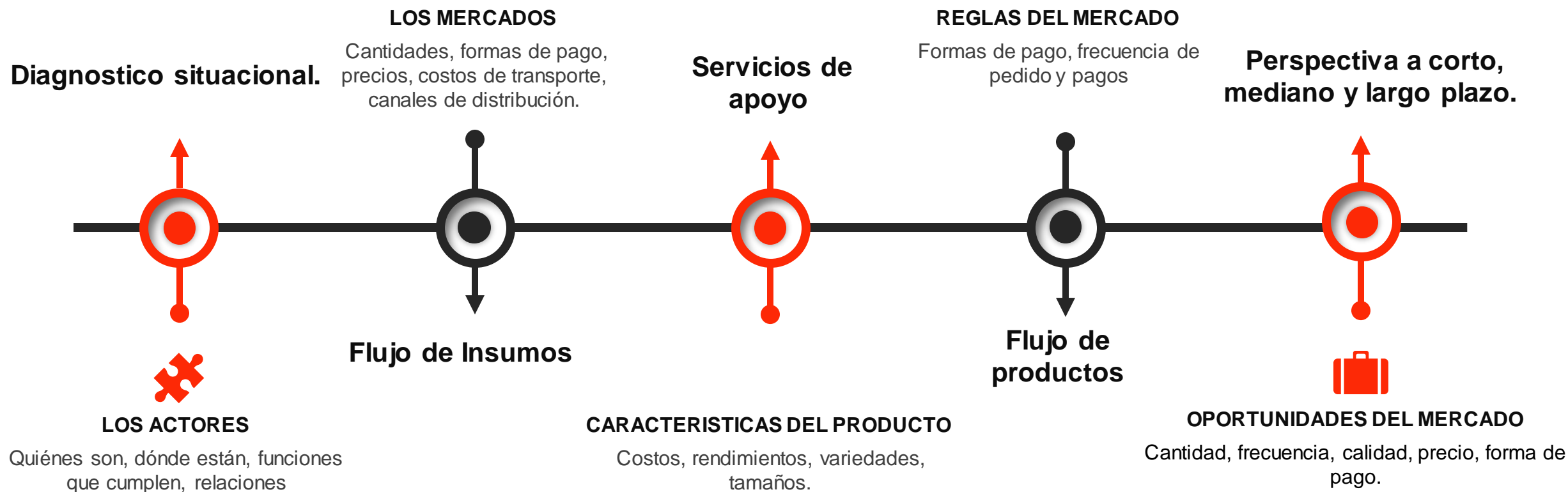
2. Establecer compromisos para acciones inmediatas.



EJEMPLO: DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE ESCALAMIENTO, CADENA DE TURISMO GASTRONÓMICO CUNÍCOLA



3. Integrarse a los eslabones de la Cadena de Valor



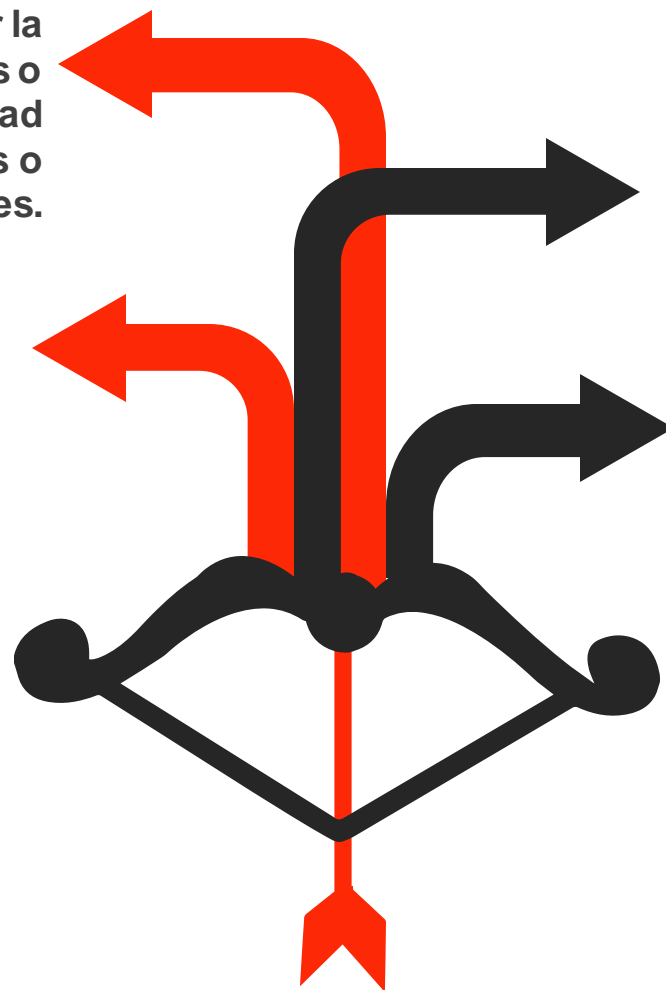
A cada una de las etapas –concepción y diseño, producción del bien o servicio, tránsito de la mercancía, consumo y manejo, y reciclaje final- se les denomina eslabones. La cantidad de eslabones de una cadena de valor varía de manera sustancial según el tipo de SISTEMA DE PRODUCCIÓN. Las actividades de la cadena a veces se llevan a cabo por una empresa y en otras, por varias (Kaplinsky, 2000).

Formas de escalamiento económico que potenciarán tu Granja



a) **ESCALAMIENTO DE PRODUCTOS**, que corresponde al desarrollo y la comercialización de un producto con mejores características o un nuevo producto. El producto final (o servicio) ofrecido por la cadena presenta características tecnológicas o estéticas que le dotan de una mayor capacidad competitiva en mercados nacionales o internacionales.

b) **ESCALAMIENTO DE PROCESOS**, que es el resultado de la introducción de nuevas tecnologías que ofrecen técnicas de producción más eficientes o formas de distribución de los productos (o servicios) de la cadena. La compra de maquinaria y equipo, la introducción de técnicas avanzadas de producción (por ejemplo, seis sigma o manufactura esbelta), o el uso de tecnologías de la información y la comunicación suelen conducir a un escalamiento de procesos.



c) **ESCALAMIENTO FUNCIONAL**, ocasionado por el desplazamiento de los actores de la cadena hacia eslabones de mayor valor agregado o complejidad tecnológica. Un ejemplo es la participación creciente y gradual de empresas encargadas del eslabón de manufactura en actividades de diseño.

d) **ESCALAMIENTO DE CADENA**, que consiste en el movimiento hacia nuevas actividades productivas o cadenas de valor haciendo uso de conocimientos y habilidades previamente adquiridos. Así, el conocimiento y las habilidades obtenidas en el sector... “productivo” pueden emplearse para participar en el sector... “transformación”.

4. Generación de capacidades PROMOTORAS

ESCUELAS POR HINTERLAND DE CAPACITACIÓN

- Generación de NUEVOS EMPRENDEDORES
- Desarrollo del mercado de servicios a través de los INSTRUCTORES, que se convierten en técnicos locales en cunicultura.
- Fortalecimiento de las Granjas Cunícolas y empoderamiento del STAF.
- Establecimiento de estructuras funcionales de COORDINACIÓN para la asistencia técnica y comercialización de la producción.
- Integración a la estrategia de multiplicación de granjas.
- Incorporación del enfoque generacional (niños/as y adultos mayores), de género (equilibrio de participación entre hombres y mujeres) y de interculturalidad (técnicos locales indígenas).



PARTE 4

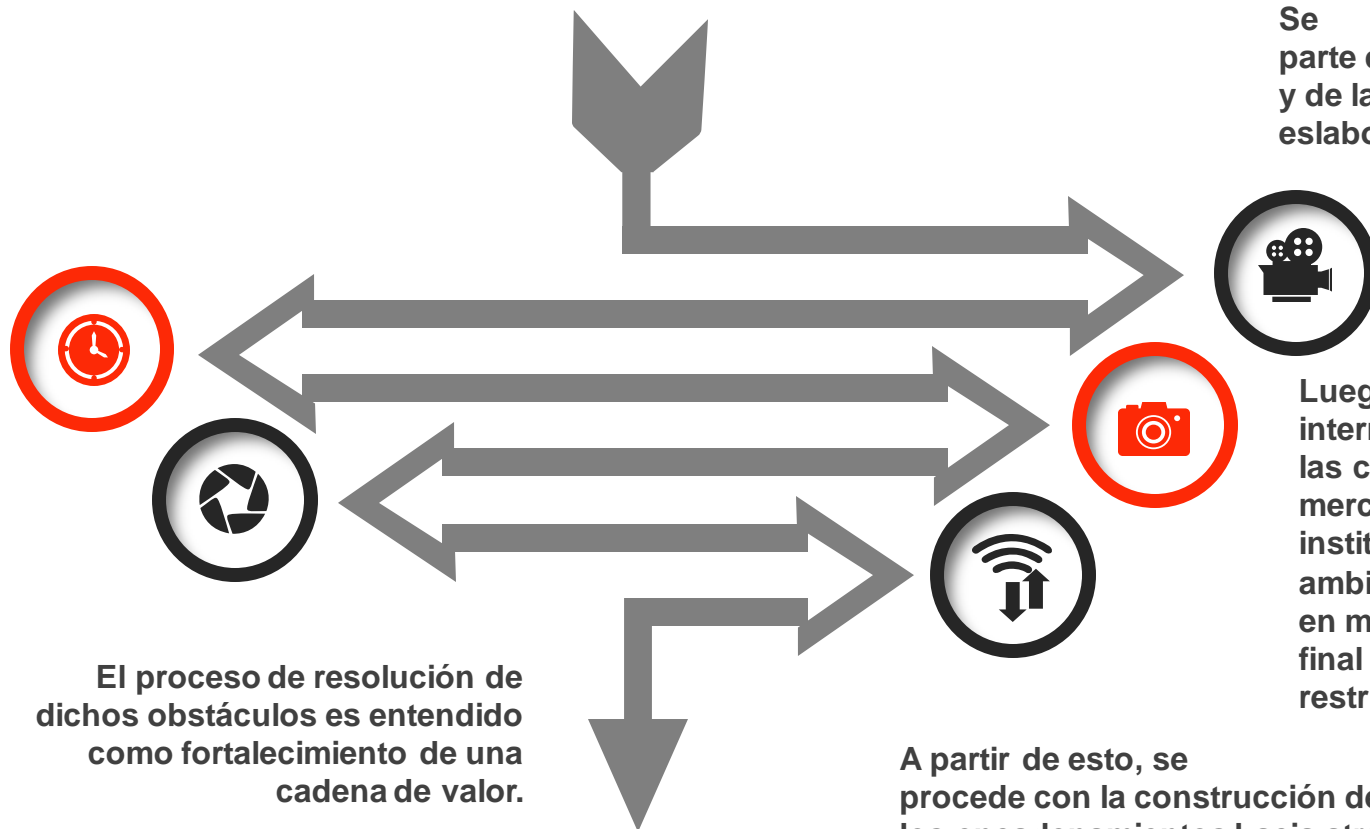
OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO EN LA CADENA DE VALOR



SUPERAR LAS RESTRICCIONES



Las restricciones, también conocidas como cuellos de botella, son los obstáculos o problemas que enfrentan los eslabones de la cadena o la cadena en su conjunto (restricciones sistémicas), que impiden su buen funcionamiento o articulación, así como su escalamiento económico y social.



El proceso de resolución de dichos obstáculos es entendido como fortalecimiento de una cadena de valor.

A partir de esto, se procede con la construcción de los encadenamientos hacia atrás y hacia delante, dada la función que cumplen los diferentes eslabones

Se parte de un mapeo de la cadena y de la identificación de sus eslabones y actores principales

Luego se analiza el contexto internacional y nacional de la cadena, las características económicas, de mercado, de gobernanza, de las instituciones de apoyo y de medio ambiente. En cada paso conviene tener en mente que el objetivo final es la identificación de restricciones.

IDENTIFICACIÓN DE ENCADENAMIENTOS HACIA ATRÁS Y HACIA ADELANTE

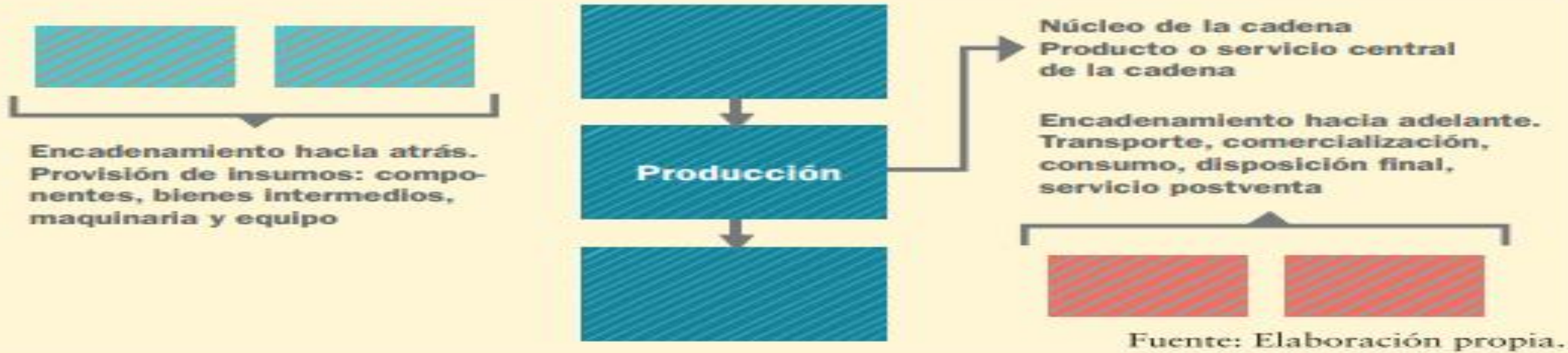
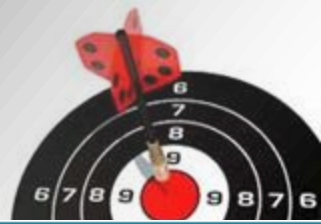


DIAGRAMA VI.2
ORGANIZACIONES DE APOYO



DIAGNOSTICO DE LA CADENA



MAPEO DE LA CADENA E IDENTIFICACIÓN DE LOS ESLABONES PRINCIPALES

IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LOS ACTORES PRINCIPALES DE LA CADENA

Actores por eslabón

Organizaciones de apoyo

NIVELES DE ANÁLISIS

CONTEXTO

- Tendencias y regulaciones globales, cambios tecnológicos y dinámicas de crecimiento
- Factores político-sociales nacionales

ECONÓMICO

- Producción, distribución territorial, empleo, comercio internacional, inversión
- Competitividad, costos y márgenes de ganancia por eslabón

MERCADO Y CONOCIMIENTOS TECNOLÓGICOS

- Demanda, producto(s) y precios
- Oferta, competidores, clientes
- Estándares y certificaciones
- Generación y fuentes de conocimiento

GOBERNANZA

- Relaciones de poder y vínculos entre los eslabones
- Circulación de la información
- Apropriación del valor agregado

ORGANIZACIONES DE APOYO

- En sus dimensiones normativa, jurídica, política, social, económico-financiera y científico-tecnológica

MEDIO AMBIENTE

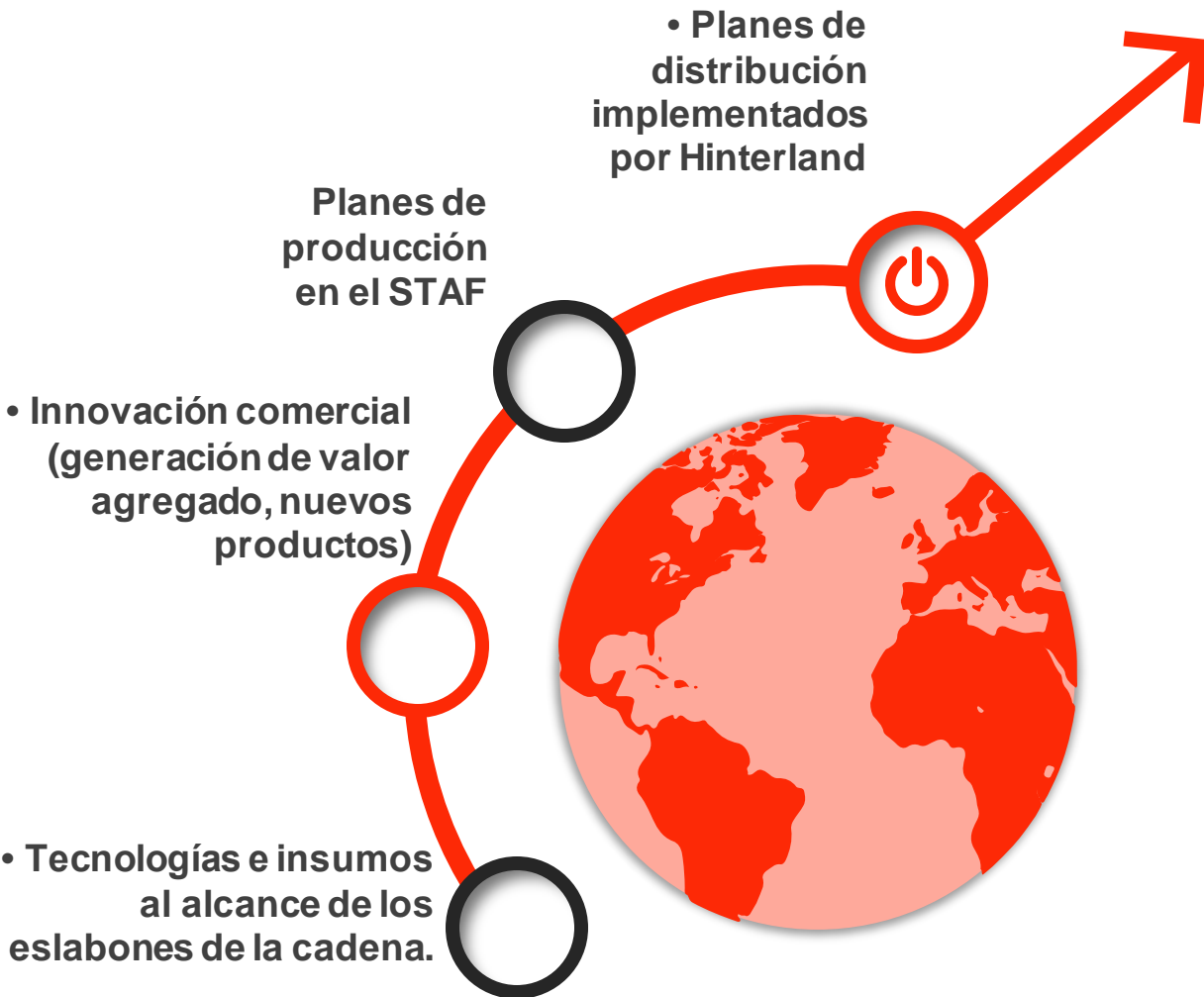
- Impacto ambiental
- Sostenibilidad y adaptaciones frente al cambio climático

RESTRICCIONES

Sistémicas

Por eslabón

DESARROLLO DE LA CADENA DE VALOR



Planes de Producción

Deben estar concatenados con el transporte y la distribución en un cronograma común.

Una inquietud permanente de los consumidores intermedios y finales, cuando los proveedores de productos agropecuarios son pequeños/as productores/as, es la continuidad en el abastecimiento. Bajo esta hipótesis es necesaria, desde el inicio del proceso, la presencia de grupos de productores de diversas zonas de producción bajo condiciones climáticas diferentes, que permitan combinar épocas de producción, pero en conjunto ofertar la producción todo el año.



PLANES DE PRODUCCIÓN

STAF



Los planes de producción se realizan en reuniones con cada grupo de STAF involucrado, tomando datos por productor/a; esta función debe ser realizada por el Coordinador. Esta información debe ser consolidada y conjuntada con la de otros STAF, formando un plan de producción del Hinterland

HINTERLAND



Para mayor seguridad en el cumplimiento de los planes de venta, se debe realizar seguimientos mensuales en las reuniones del Hinterland, para comprobar el cumplimiento de la planificación o realizar ajustes, además asegurar el abastecimiento de insumos (especialmente ABA)

MERCADOS

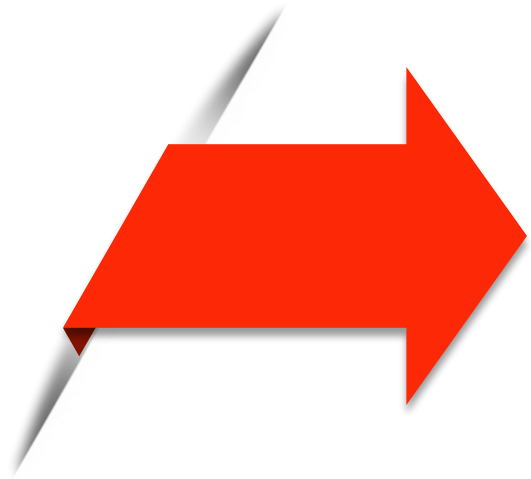


La mayoría de productos cuícolas en el mercado se caracterizan por tener fluctuaciones bruscas de precios. Cuando los precios suben los productores tienden a filtrar la producción hacia otros mercados; caso contrario, cuando los precios bajan, existe una sobre oferta hacia los mercados. Para evitar estas fluctuaciones es necesario contar con información permanente de mercado y rendimientos con respecto al ABA, que permita monitorear y evitar distorsiones.

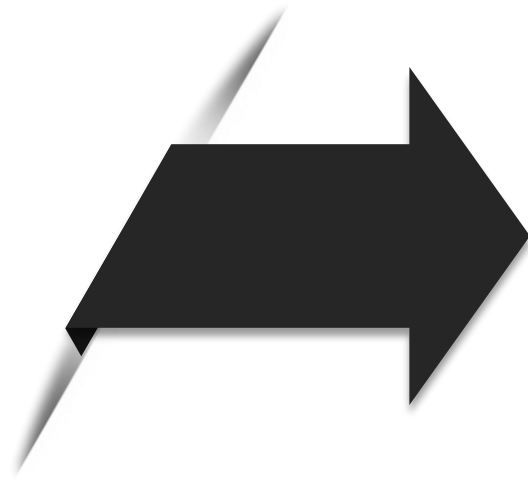
SISTEMA DE CADENAS DE VALOR BASADO EN LOS STAF E HINTERLAND



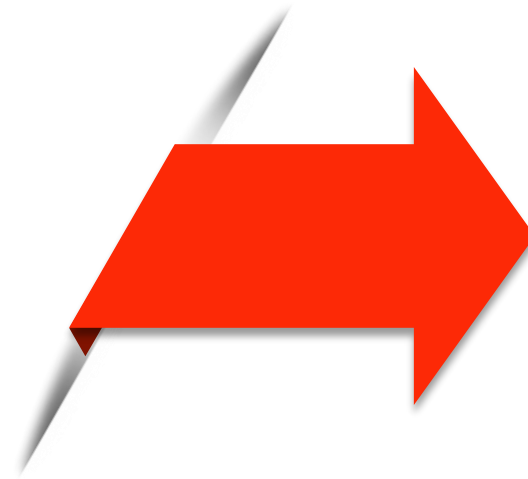
ESTRATEGIA DE ENCADENAMIENTO



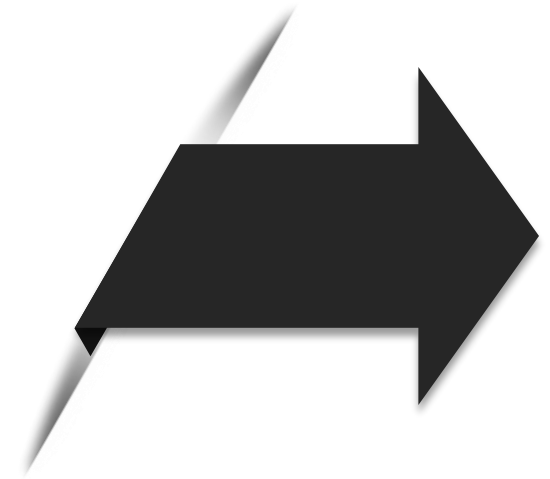
Identificación de zonas, en cada HINTERLAND, con potencial para la instalación de Centros Genéticos.



Identificación y especialización de productores de Gazapos, con un plan de cruzamiento para engorde.



Planificación e implementación de Productores exclusivamente de ENGORDE con planes de producción, que incluyen control de calidad.



• Abrir subastas para empresas que deseen TRANSFORMAR la carne de conejo en productos terminados.

MESAS DE CONSERTACIÓN



Cuando la producción está cercana a la fecha de venta, es necesario concretar las negociaciones, para ello las mesas de negocios son una estrategia válida; éstas son reuniones rápidas de demandantes y oferentes, que conocen cierta información, pero que todavía no han concretado negocios.



Este espacio genera relacionamiento entre los actores de la cadena, especialmente, con los consumidores intermedios (la mayoría no está presente en las fases previas).



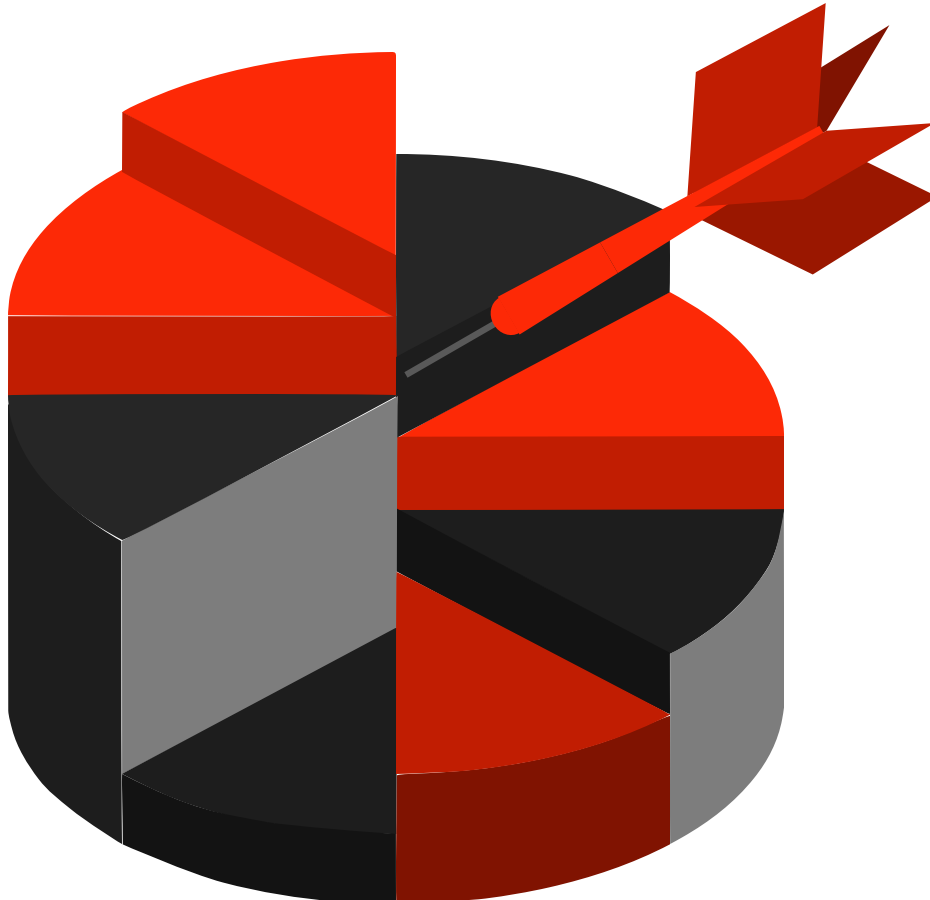
Resulta una actividad interesante para dar a conocer la experiencia, atraer clientes y socializar el STAF, pero debe ponerse énfasis en la creatividad de los ejecutores para causar la mejor impresión del proceso (muestras, promociones, imagen corporativa, otras).



Aquí se ratifican los datos preliminares de demandas en calidades, cantidades, variedades; además, se presenta al STAF como una instancia formal, organizada, con apoyo institucional y con potencialidades para concretar negocios.



Es importante además la presencia de los productores, para que ellos sean quienes establezcan los acercamientos con los potenciales compradores, lo que genera confianza y empoderamiento en relación a las actividades de comercialización.



BENEFICIOS, DEBILIDADES Y RIESGOS DE LA METODOLOGÍA DE FORTALECIMIENTO DE LAS CADENAS DE VALOR

Beneficios

- Facilita la implementación de planes de desarrollo y políticas industriales.
- Enfoque micro, que hace posible la identificación de restricciones y el diseño de estrategias focalizadas.
- Fomenta la creación de acuerdos entre los sectores público y privado, pero también en el interior de cada uno de ellos.
- Toma de decisiones participativas, al gestar un marco de transparencia e información compartida.
- Transferencia y apropiación de la metodología por parte del sector público.

Debilidades y riesgos

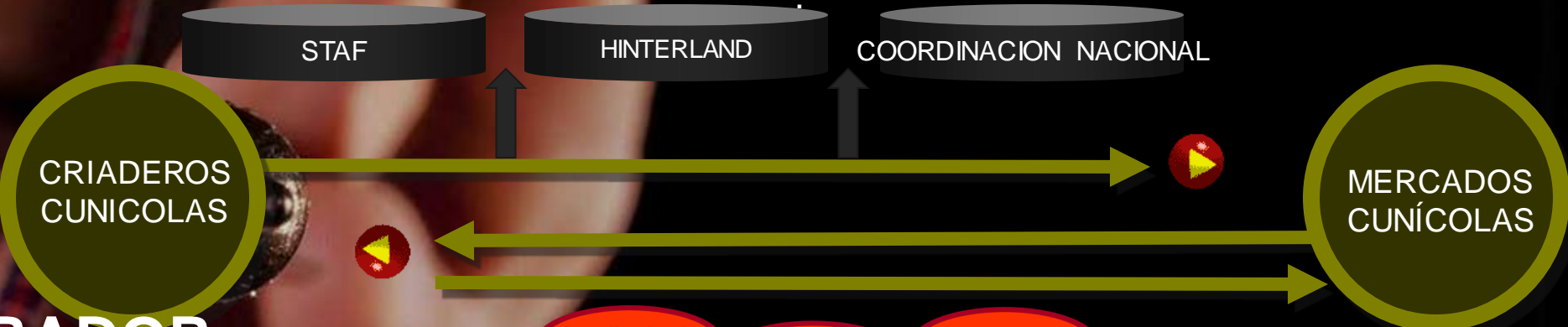
- En general, una sola cadena tiene poco peso en la actividad económica total.
- Falta de compromiso del sector público.
- Falta de compromiso del sector privado.
- Convertirse en un espacio en el que sólo se expresan inconformidades y opiniones de conflicto.
- Recursos financieros limitados o inexistentes para su implementación.



SISTEMA CCOR-SVC



Perspectiva Demográfica-Económica
SISTEMICA DE DESARROLLO
RURAL SOSTENIBLE

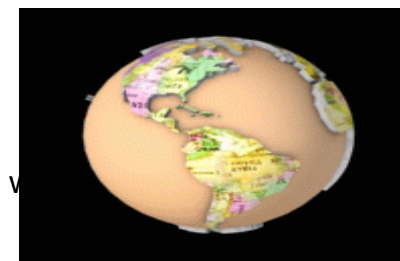


COMO ADMINISTRADOR
DE UNA GRANJA
CUNÍCOLA ME INTEGRO
AL SISTEMA QUE ME
GARANTIZA LA
PROYECCIÓN DE MI
EMPRENDIMIENTO



SOCIEDAD CUNICOLA

Condiciones de la participación



ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LOS HINTERLANDS Y STAF CCOR-SVC

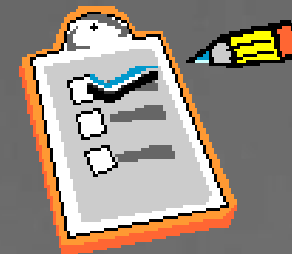




¿Cuál es le perfil del Coordinador para que asuma los retos de desarrollo de este HINTERLAND?

SER CUNICULTOR CCOR

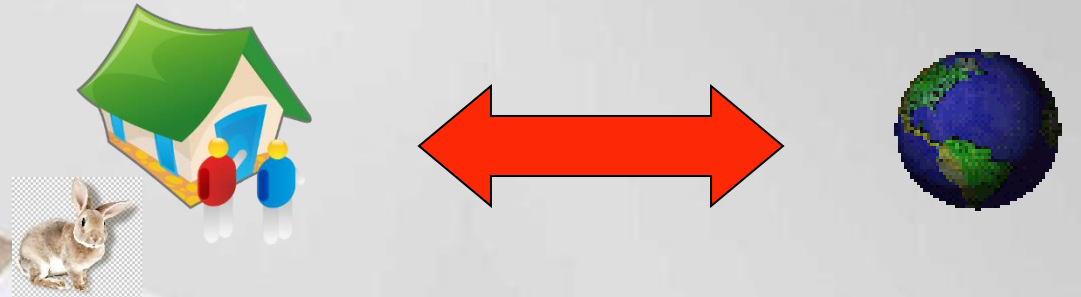
¿Coordinadores?



Las Funciones de los Coordinadores

Las coordinaciones

La COORDINACIÓN tendrá entonces como reto el desarrollo de la capacidad de organización y gestión INTEGRADA de los Criaderos Cunícolas y su crecimiento hacia adentro y hacia fuera en un área específica pero integrada a la totalidad.



- Hoy, tenemos la oportunidad de asumir el compromiso y cumplir con el desarrollo de la Cadena Cunícola.





MUCHAS GRACIAS

ALEXIS LAMAS