



Análisis Rápido de la Cadena de Valor de Tilapia Honduras 2011




swisscontact

 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra
Cooperación Suiza en América Central


SAG


PyMe rural


PRONAGR
Cooperación Suiza en América Central


SEDUCA



INTRODUCCIÓN

Distintos actores de la cadena de tilapia participaron en el taller “Vinculación de los Servicios de la Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG) a las demandas de las Cadenas Agroalimentarias”, el cual tuvo el objetivo de contribuir al fortalecimiento y organización del rubro; a través de la vinculación de los servicios ofrecidos por las diferentes dependencias de la SAG a las necesidades de la cadena. El presente documento hace un resumen de los resultados más relevantes. Además de identificar las demandas para la SAG, se elaboró un mapa de la cadena, se hizo un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) y se identificaron y priorizaron los problemas más críticos que están afectando la producción, procesamiento y comercialización.

La SAG ha identificado 32 cadenas, de las cuales es necesario conocer sus características, sus verdaderas necesidades tecnológicas, sociales y económicas, sus productos finales, sus tendencias de mercado y sus oportunidades. La tilapia es una de las cadenas priorizadas. El siguiente cuadro lista los distintos actores que participaron en este taller. Se observa que hubo representación por parte del sector productivo, lo que permitió que los resultados tuvieran una adecuada representatividad de las necesidades del sector. También hubo participación de proveedores de servicios, insumos y equipos. Este evento contó con la facilitación metodológica del programa PYMERURAL y la coordinación del facilitador de la cadena y el Programa Nacional de Desarrollo Agroalimentario (PRONAGRO). Se usaron herramientas muy utilizadas en las metodologías de Análisis de Cadenas de Valor.

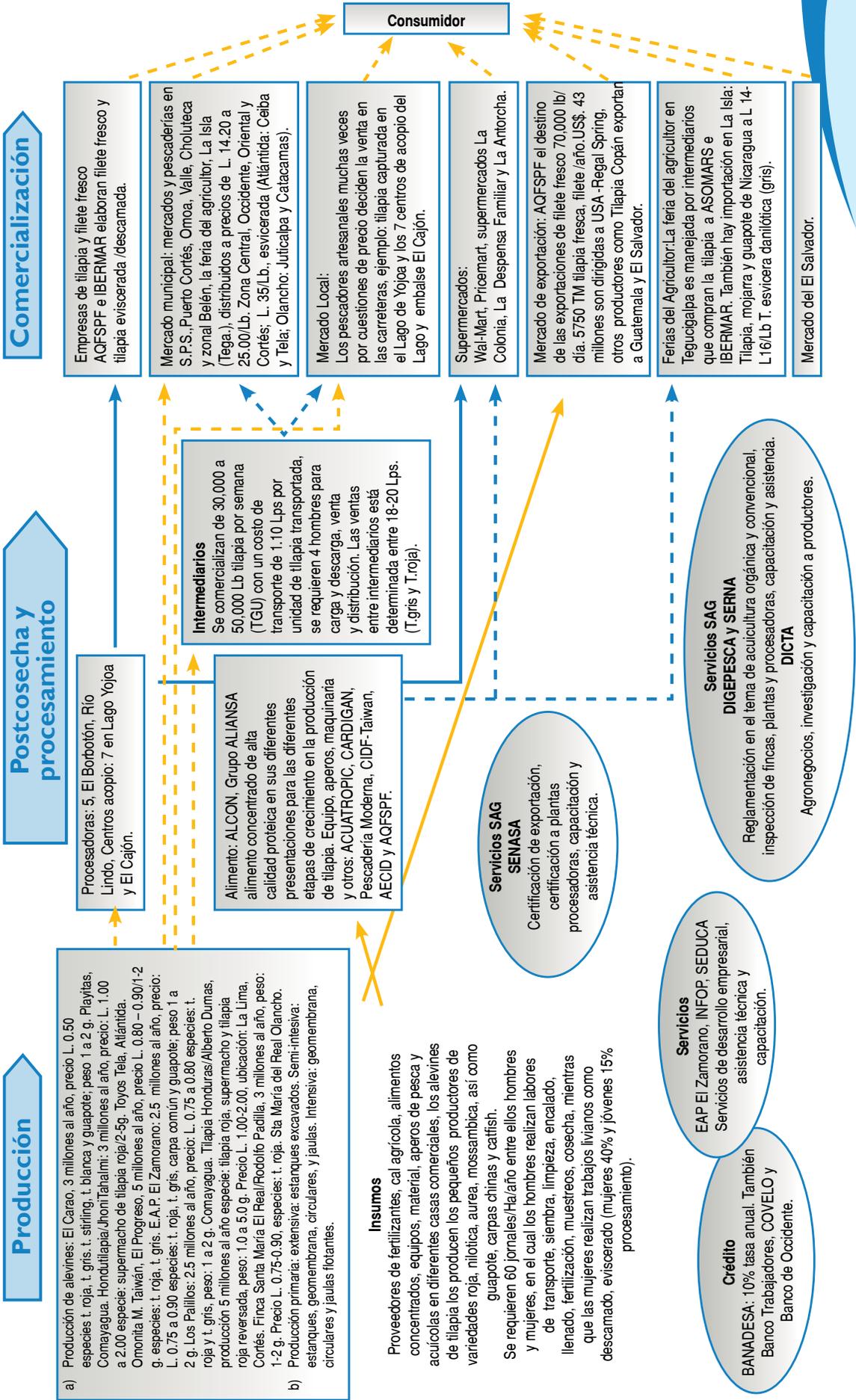
INVOLUCRADOS			
SECTOR PRIVADO	Producción primaria	Proveedores de servicios	Proveedores de insumos y equipos
Productores			
Cristo Nos Ama	2		
Piscicultura Arabeli	1		
Regalo de Dios	1		
Granjas Marinas	1		
Inversiones La Machaca	1		
Casviel	1		
Gonesa	1		
Finca Las Urupas	1		
Hacienda de Cristo	1		
Financiamiento			
CEPUDO		1	
ICDF- Misión Taiwán		1	
Otros			
CONEMAH		1	
OIDITH		3	✓
Zamorano	1	✓	✓
ACUATROPIC	1	✓	✓
Agropolis		1	✓
CAREVGAN		1	✓
SECTOR PÚBLICO			
DIGEPESCA		4	
SEDUCA		1	
PYMERURAL		1	
PRONAGRO		2	
Total de participantes	12	16	

✓ = indicativo de que un actor participante también tiene otras funciones a lo largo de la cadena.

MAPEO DE LA CADENA

Durante el evento se actualizó el mapa de la cadena, el cual muestra los distintos actores en producción, procesamiento y comercialización, así mismo, se estipulan los canales de mercado desde la provisión de insumos hasta que el producto llega al consumidor final. Las líneas punteadas simbolizan relaciones informales o puntuales, mientras que las sólidas, relaciones más formales. El mapa contiene información de tipo cuantitativa como rendimientos, áreas, producción, tasas de interés de crédito, entre otras. Asimismo información cualitativa como servicios ofrecidos, certificaciones requeridas, productos, entre otras. El mapa visualiza la situación actual de la cadena.

MAPA DE LA CADENA DE TILAPIA



Durante el taller, los participantes elaboraron un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del rubro, cuyos resultados se muestran en el siguiente cuadro.

Fortalezas:

1. La existencia de la ANDAH, CONEMAH, y las Asociaciones de Pescadores Artesanales e Industriales
2. Listado de empacadoras, plantas procesadoras, mercados, supermercados, centros de acopio y laboratorios a nivel nacional
3. El C.N.I.P. "El Carao" en Comayagua, y la reactivación del CICAP en San Lorenzo, Valle
4. La Nueva Ley de Pesca y Acuicultura, y su reglamento
5. Oferta de mercado, tanto interno como externo para la comercialización de tilapia
6. La Creación del AMC de la Cadena Acuícola, y de los Comités Locales para el fortalecimiento de la misma
7. Tenencia de la tierra (Cortés, Atlántida, Sta. Bárbara, Lago de Yojoa y Embalse EL Cajón)
8. La identificación de los proveedores de servicios que brindan capacitación y asistencia técnica
9. Estímulo para el desarrollo acuícola, el gobierno creó el "Régimen de Importación Temporal (RIT)" a través del cual los acuicultores pueden importar material, productos, maquinaria o equipo para los proyectos industriales, sin pago de impuestos
10. Levantamiento del censo y el mapeo de los proyectos y productores acuícolas
11. Identificación de los prestadores de servicios financieros (SF) y nuevos productos financieros disponibles en la banca nacional y en los territorios

Debilidades:

1. La falta de servicios de capacitación y asistencia técnica para los pequeños y medianos productores
2. La baja productividad de los cultivos artesanales de los pequeños y medianos productores
3. La baja producción acuícola debido a la existencia de productores de baja calidad genética y semilla (alevines)
4. La falta de financiamiento tanto en la banca estatal y privada
5. No se han establecido alianzas comerciales entre compradores y productores
6. Limitada innovación tecnológica
7. La falta de técnicos acuícolas especializados y con experiencia en las distintas oficinas regionales del Estado
8. Desconocimiento del Marco Regulatorio
9. Falta de la capacidad de negociación y bajo cumplimiento de compromisos contractuales o acuerdos formales de comercialización
10. Desconfianza entre los actores de la cadena
11. Relaciones de compra-venta tipo spot sin acuerdos que generen beneficios tanto al productor como al comprador, bajo un enfoque de ganar-ganar
12. Intercambio de información limitado
13. La falta de compromiso por parte de algunos en el cumplimiento de los estándares de calidad exigidos
14. Falta de conocimiento administrativo técnico
15. No existe una asociación nacional que aglutine a todos los productores acuícolas (artesanales e industriales) de Honduras
16. Falta de centros de acopio, plantas de procesamiento y empacadoras
17. Faltan servicios de inteligencia de mercados enfocado a pequeños y medianos productores para estar actualizado sobre la situación del mercado
18. Servicios de asistencia técnica y capacitación de baja calidad
19. Dificultad de adquirir alevines de buena calidad genética

Oportunidades:

1. La exención de aranceles a concentrados
2. Existe gran cantidad y buena calidad de recursos hídricos
3. La generación de nuevos mercados con precios justos y razonables
4. Existen nuevas líneas genéticas que podrían aumentar la productividad en Honduras
5. Hay nuevas tecnologías para el cultivo de nuevas especies y nuevos tipos de cultivo que podrían validarse en Honduras
6. Actualizar el Plan de Desarrollo de la Acuicultura en Honduras de la E.A.P. El Zamorano (Año 2007)
7. Demanda nacional insatisfecha
8. Cuenta con transporte, con aeropuertos y muelles de cabotaje propicios para la comercialización nacional e internacional
9. Cercanía geográfica a los Estados Unidos presenta una enorme ventaja
10. Muchos de los sistemas de riego y fuentes naturales ofrecen buenas opciones para el desarrollo de proyectos comerciales, implementando cultivos intensivos

Amenazas:

1. Los altos costos de los materiales, equipos, insumos y concentrados en la acuicultura
2. La falta de mercados seguros que ofrezcan la seguridad al productor de obtener precios razonables
3. Las tormentas tropicales, huracanes y el cambio climático (la niña y el niño) que afectan a los proyectos de cultivo de tilapia
4. Competencia desleal de productos importados de baja calidad para el mercado nacional como: bass y filete tilapia filipino/chino
5. Fluctuación en los precios de combustible
6. El difícil acceso a créditos
7. Falta de regulaciones en cuanto al pago oportuno de los productores por parte de algunos comercializadores
8. Vías de acceso en mal estado que impiden el establecimiento de relaciones comerciales y que aumentan los costos de transacción
9. La falta de un seguro acuícola
10. Inestabilidad de los precios de venta de tilapia en país
11. El monopolio existente de una empresa que distribuye el alimento concentrado a precios altos, que incide en un 60-70% de los costos de producción
12. El alto costo electricidad, que aumenta los costos de producción de tilapia
13. Competencia externa (China, Nicaragua y otros países)

IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS

Uno de los aspectos importantes del análisis de cadenas es la identificación y priorización de problemas, ya que éstos son los que entorpecen la competitividad. También es importante detallarlos según el eslabón. La priorización fue hecha en forma participativa por parte de los actores y se colocaron en orden de prioridad. El siguiente cuadro muestra este análisis para producción, procesamiento y comercialización. En base a los mismos, se realizó el ejercicio de vinculación de servicios hacia el sector gubernamental y no gubernamental.

Problemas	Mano de obra	Infraestructura y equipos	Capacitaciones	Asistencia técnica	Financiamiento	Oferta	Demanda	Gestión/ organización
PROBLEMAS PRIORIZADOS POR ESLABÓN								
Producción								
Falta de financiamiento								
Extensión acuícola y técnicos capacitados y con experiencia								
Altos costos de insumos								
Procesamiento								
Falta de financiamiento para infraestructura								
Falta de instalaciones								
La falta de compromisos por parte de algunos productores								
Comercialización								
Falta de capacidad de negociación y bajo cumplimiento de compromisos								
Desconocimiento y falta de información del mercado								
La falta de compromisos por parte de algunos productores								
Otros problemas								
Baja tecnología (producción)								
Baja calidad genética (producción)								
Desconocimiento técnico (producción)								
Innovación tecnológica (producción)								
La falta de capacitación técnica (los tres eslabones)								
Mejores controles de calidad y certificación pequeñas fincas (procesamiento)								
Inestabilidad de los precios de la tilapia en el país (comercialización)								
Competencia desleal de productos importados de baja calidad: Bass y filete chino (comercialización)								

DEMANDA DE SERVICIOS HACIA EL SECTOR GUBERNAMENTAL

Basándose en los problemas más críticos de la cadena, los actores identificaron los servicios que la SAG y otros entes gubernamentales podrían ofrecer para contribuir a mejorar la competitividad de la cadena. El siguiente cuadro lista los servicios demandados.

SECTOR GUBERNAMENTAL	SIC	UNA	UNAH	SENASA	DICTA	DIGEPESCA	AGRONEGOCIOS	INFOAGRO	BANADESA	Facilitador de cadena	Programa de Seguro Agrícola en SAG
Necesidades Productores											
Diseño del producto financiero que se adaptaría a los productores: período de gracia considerando el ciclo del cultivo (14 meses)											
Buscar recursos para constituir un fideicomiso											
Identificación de co-inversionistas, definición de las garantías, compromisos y contratos											
Analizar la posibilidad de aplicar el seguro acuícola y readecuarlo al rubro											
Incluir en el Programa de Desarrollo de la Acuicultura de Honduras: cultivo de tilapia y otras especies piscícolas viables para la producción en nuevos sistemas y tipos de cultivos con innovación tecnológica											
Identificación de alternativas de innovación tecnológica de nuevos sistemas y tipos de cultivo de tilapia y nuevas especies acuícolas											
Establecer nuevos convenios de producción y de transferencia e innovación de tecnología que faciliten el desarrollo de la acuicultura con países amigos											
Intercambio de experiencias con ANDAH, E.A.P. El Zamorano, AECID, ICDF, SAGARPA-México, entre otros											
Organización de la cadena											
Fomentar y facilitar las instancias de validación y diseño conjunto de iniciativas y revisión de paquetes tecnológicos											
La reactivación de los comités regionales											
Procesamiento											
La creación de centros de acopio, plantas de proceso y empacadoras en las zonas más productivas de tilapia											
La certificación de pequeñas fincas de tilapia (pequeños y medianos productores)											
Comercialización											
Fomentar la creación de un mercado formal (contratos que garanticen el cumplimiento de compromisos de ambas partes)											
Aprovechar los nuevos canales de mercado (de exportación)											
La creación de ofertas agradables a los productores acuícolas por sus productos (tilapia)											
Una base de datos en la página web en donde se den a conocer datos que permitan acceder a nuevos mercados nacionales e internacionales											
Eliminar la competencia desleal al importar productos de baja calidad para el mercado nacional como: bass y filete tilapia filipino/chino											
Mejorar la calidad de los productos en calidad y precios; para poder competir con los importados (China, Nicaragua, otros países)											

DEMANDA DE SERVICIOS HACIA SECTOR NO GUBERNAMENTAL

Los actores identificaron que algunas demandas no pueden ser cubiertas por el sector gubernamental, pero pueden gestionarse ante el sector no gubernamental, como por ejemplo proyectos o programas de la cooperación internacional. El siguiente cuadro hace un resumen de las mismas.

SECTOR NO GUBERNAMENTAL	ICDF-Misión Técnica Taiwán	AECID	SAGARPA-México	Zamorano	ANDAH (No incluye productores artesanales)	CONEMAH	FENAPESCAH	FHIA	CEPUDO	OSPESCA	AQFSPF
Necesidades de producción											
Diseño del producto financiero que se adaptaría a los productores: período de gracia considerando el ciclo del cultivo (14 meses)											
Establecer nuevos convenios de producción y de transferencia e innovación de tecnología que faciliten el desarrollo de la acuicultura con países amigos											
Intercambio de experiencias con ANDAH, E.A.P. El Zamorano, AECID, ICDF, SAGARPA-México, entre otras instituciones											
Fomentar y facilitar las instancias de validación y diseño conjunto de iniciativas y revisión de paquetes tecnológicos											
Necesidades de procesamiento											
La creación de centros de acopio, plantas de proceso y empacadoras en las zonas más productivas de tilapia											
Necesidades de comercialización											
Mejorar la calidad y precios de los productos; para poder competir con los importados (China, Nicaragua y otros países)											

Nota: Las siguientes son demandas exclusivas hacia la Cámara de Comercio:

- Fomentar la creación de un mercado formal (contratos que garanticen el cumplimiento de compromisos de ambas partes)
- Aprovechar los nuevos canales de mercado (de exportación)
- La creación de buenas ofertas para los productores acuícolas por sus productos (tilapia)
- Una base de datos en la página web en donde se den a conocer datos que permitan acceder a nuevos mercados nacionales e internacionales
- Eliminar la competencia desleal de productos importados de baja calidad para el mercado nacional como: bass y filete tilapia filipino/chino

GLOSARIO

1. **ANDAH:** Asociación Nacional de Acuacultores de Honduras
2. **ASOMARS:** Asociación de Vendedores de Mariscos de la Región Central
3. **AQFSPF:** Aquafinca Saint Peter Fish
4. **BCH:** Banco Central de Honduras
5. **CONEMAH:** Consorcio de Empresas Acuícolas de Honduras
6. **DIGEPESCA:** Dirección General de Pesca
7. **FENAPESCAH:** Federación Nacional de Pescadores Artesanales de Honduras
8. **FHIA:** Fundación Hondureña de Investigación Agrícola
9. **IBERMAR:** Iberoamerica de Mariscos S.A.
10. **ICDF-Taiwán:** Fondo de Desarrollo y Cooperación Internacional
11. **IICA:** Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
12. **INA:** Instituto Nacional Agrario
13. **INE:** Instituto Nacional de Estadísticas
14. **OSPESCA:** Organización del Sector Pesquero y Acuícola del Istmo Centroamericano
15. **SERNA:** Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente
16. **UNA:** Universidad Nacional de Agricultura
17. **UNAH:** Universidad Nacional Autónoma de Honduras