

OCTUBRE DE 2020

USO DE CADENAS DE SUMINISTRO BASADAS



UNIVERSITY OF CALIFORNIA
Agriculture and Natural Resources

Sustainable Agriculture Research and
Education Program

ANTECEDENTES

En las últimas décadas, los expertos en sistemas alimenticios han documentado el surgimiento en EE: UU. de **canales de comercialización de mediana escala** que se ubican entre los mercados de materias primas y directos.

Estas cadenas de suministro pueden llenar una brecha esencial al ofrecer:

- puntos de venta de tamaño suficiente para productores de mediana escala, que podrían ser demasiado grandes o de otra manera no aptos para los mercados directos
- oportunidades para que los productores más pequeños unan sus productos para llegar a mercados más grandes.

Un tipo de canal de comercialización de mediana escala notable es la **cadena de suministro basada en valores (VBSC)**. Las VBSC involucran asociaciones en la cadena de suministro entre varios negocios, incluidos los agricultores, que se distinguen por:

- atributos del producto (orgánicos, locales, prácticas de producción, etc.).
- ética o valores compartidos entre los participantes en la cadena.

Las alianzas estratégicas permitidas por las VBSC pueden permitir que grupos de agricultores unan sus productos para su distribución a gran escala, mientras mantienen su identidad comercial única y reciben un pago por productos diferenciado por valores como calidad, ambiente, lugar o relaciones sociales.

INVESTIGACIÓN

PREGUNTAS:

¿De qué modo están usando las VBSC los agricultores en comparación con otros canales de comercialización? ¿Cuáles son los desafíos y beneficios percibidos de las VBSC?

MÉTODOS:

Encuesta nacional realizada en 2017 con 298 agricultores que participaban en 19 VBSC de distintos tamaños y en distintas ubicaciones en todo el país. Se evaluaron los efectos de las características de la granja sobre las variables de resultados mediante análisis de regresión.

DEMOGRAFÍA DE LOS PARTICIPANTES:

DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE VBSC

- **Pacífico:** 8 VBSC
- **Noroeste:** 4 VBSC
- **Montaña, región central norte (Upper Midwest), región central (Heartland), Grandes Lagos, región este, montañas, región noreste, región sur:** 1-2 VBSC por región

TAMAÑO DE LA GRANJA (ingresos brutos anuales de la granja)

- 39% grandes (> \$500,000)
- 44% mediana escala (\$50,000-\$500,000)
- 17% pequeña escala (<\$50,000)

PRODUCTOS VENDIDOS POR VBSC

- Hortícolas (84% de las VBSC)
- Huevos (26%)
- Carnes rojas (21%)
- Granos (21%)
- Cultivos para aceite (16%)
- Aves (11%)
- Lácteos (11%)
- Frijoles secos y arvejas (5%)

RESULTADOS

Las cadenas de suministro basadas en valores son beneficiosas para los agricultores que participan

La mayoría (90.4%) de los encuestados indicaron que se habían beneficiado de la venta a través de sus VBSC.

Beneficios de comercializar a través de VBSC



La importancia de las VBSC como una salida al mercado varía según las características de la granja

Las granjas de pequeña y mediana escala (por ingresos) indicaron que las VBSC son su salida al mercado más importante, mientras que las granjas grandes las indicaron como su segunda salida más importante, después de la venta mayorista. Las granjas de pequeña y mediana escala también realizan un porcentaje más alto de las ventas generales a su VBSC (en promedio, 42.5% y 25% de las ventas totales, respectivamente) que las granjas grandes (en promedio, 16% de las ventas totales). Sin embargo, las granjas más grandes fueron más propensas a percibir beneficios específicos a VBSC. La importancia de las VBSC también difirió según los tipos de cultivos plantados por una operación o la región de EE. UU. de la operación.

Las VBSC también conllevan desafíos para los agricultores que participan

El cincuenta y uno por ciento (51%) de los encuestados indicó que se enfrenta a algunos desafíos como resultado de la venta a través de su VBSC. Las granjas más grandes son más propensas a informar que su VBSC no da abasto para recibir el volumen que necesita suministrar, y los estándares como la calidad, los estándares laborales y la certificación de productos orgánicos son desafíos a la hora de vender a sus VBSC, mientras que las granjas más pequeñas son más propensas a indicar que no cuentan con suficiente volumen al vender a su VBSC.

Desafíos de comercializar a través de VBSC

