Consideraciones para la Diversificación Acuícola Sustentable

Fabrizio Marcillo Morla MBA

barcillo@gmail.com
(593-9) 4194239

Fabrizio Marcillo Morla

- Guayaquil, 1966.
- BSc. Acuicultura. (ESPOL 1991).
- Magister en Administración de Empresas. (ESPOL, 1996).
- Profesor ESPOL desde el 2001.
- 20 años experiencia profesional:
  - Producción.
  - Administración.
  - Finanzas.
  - Investigación.
  - Consultorías.

Otras Publicaciones del mismo autor en Repositorio ESPOL

Diversificacion?

- Mucho se ha hablado en el país sobre la diversificación de cultivos Acuícolas.
  - Tilapia
  - Ostras
  - Scallop
  - Crawfish
  - Red Claw
  - Red Drum
  - Huayaipe
  - Chame
  - Cachama
  - Paiche
  - Ranas
  - Caracoles
  - Bocachico
  - Vieja Roja y Azul
  - Pepino y Caballitos de Mar
  - ….etc
















Resultado a la Fecha?

- Camarón sigue siendo el principal cultivo acuícola en el país.
- Diversificación Acuícola con mismo enfoque del camarón no ha sido lo óptimo
- Tilapia ha sido único cultivo de diversificación que ha logrado niveles importantes de producción.

Porque?

La Rueda Del Éxito.

No Olvidar

- Para cultivar una especie debemos tener la técnica para su producción.
- Sin embargo, posibilidad técnica de cultivar una especie no es razón suficiente para cultivarla.
- Demanda, Cadena de comercialización, precio, costos de producción, posicionamiento, etc. son consideraciones muy importantes.
- No olvidar efectos ecológicos de introducción de especies.

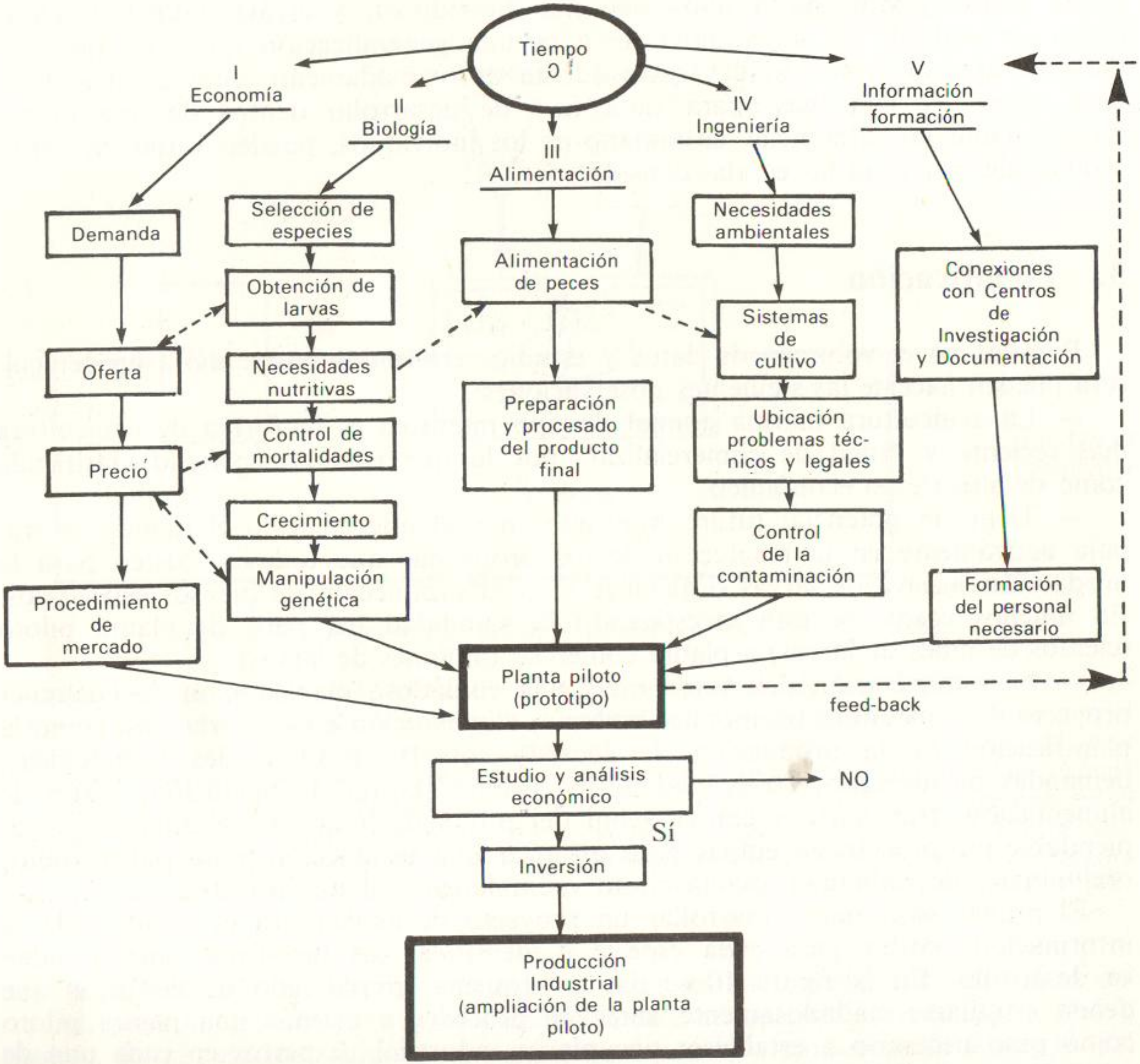

Figura 10.—Ejemplo de estudio preliminar de planificación para un proyecto en acuicultura.

Mercado

- Demanda
  - Es conocida la especie?
  - Existe una demanda actual REAL del producto? **ESTE**
  - Todo el mercado o parte de el?
- Oferta
  - Pesca o Acuicultura?
  - Estacional o continua?
  - Posición estratégica de competidores
  - Productos sustitutos
- Precio
  - Márgenes en la cadena.
  - Rendimientos y costos de proceso
- Canales de Distribución
  - Acceso a canales, distribución, conservación
  - Gastos de Venta
- Presentación y proceso de producto.
  - Entero/ Carne, Fresco / congelado, Crudo / Cocinado, etc.
- Posicionamiento

Posicionamiento

VENTAJA ESTRATEGICA

OBJETIVO ESTRATEGICO

`

	Exclusividad percibida por Cliente	Posición de Costo Bajo
Todo un Sector Industrial	DIFERENCIACION	LIDERAZGO GENERAL EN COSTOS
Solo un Segmento Particular	ENFOQUE, ENICHAMIENTO O ALTA SEGMENTACION	

Posicionamiento

VENTAJA ESTRATEGICA

OBJETIVO ESTRATEGICO

`

	Exclusividad percibida por Cliente	Posición de Costo Bajo
Todo un Sector Industrial	Lexus	Toyota
Solo un Segmento Particular	Hummer	Andino

Fuerzas Que Mueven La Competencia

Competidores Potenciales

Amenaza de Nuevos Ingresos

Competidores en Sector Industrial

Proveedores

Poder Negociador de Proveedores

Compradores

Poder Negociador de Compradores

Rivalidad entre competidores existentes

Amenaza de Productos substitutos

Sustitutos

Tecnología / Biología

- Existe técnica de producción para esta especie?
  - Aquí o en el exterior?
  - Se aplica esta tecnología a nuestro medio?
  - Se aplica esta tecnología a nuestra POSICION?
- Requerimientos alimenticios
  - Se conocen?
  - Nivel en la cadena trófica
  - Acepta alimento artificial?
- Provisión de semilla
  - Existen reproductores en medio natural?
  - Existe tecnología producción de semilla?
- Tolerancia condiciones adversas.
  - Hacinamiento, Calidad Agua, Enfermedades, Parásitos, Transporte, Manipuleo.
- Infraestructura, Ingeniería, Insumos, Industria de Apoyo.

Costos

- Viene dada por la tecnología de Cultivo.
- Debe de estar de acorde con el Posicionamiento de nuestro negocio.
- Deben de poder ser cubiertos por precio de venta.
- Tener en cuenta otros costos ocultos
  - Costo de oportunidad
  - Costo del dinero
  - Gastos Generales y de venta.
- Duración del ciclo y periodo de cobro afectan a rentabilidad.

Introducción de Especies

- Especies nativas no siempre son conocidas en mercados internacionales.
  - Nicho de mercado:
    - Local
    - Regional
    - Mercados étnicos
  - Desarrollo de mercado
    - Costo de desarrollo de producto
    - Tiempo de desarrollo
    - Riesgo de no lograrlo
  - Introducción de especies
    - Enfermedades
    - Competir o cruzar con especies nativas
    - No adaptarse: producción, enfermedades o mercado

Reglamentación Introducción Especies

- Ministerio de Acuicultura ha desarrollado reglamentación para introducir animales acuáticos al país
- Basado en modelo internacional.
- Disminuye riesgo de introducción de enfermedades y / o especies potencialmente dañinas.
- Debe ser ágil, transparente para desincentivar importaciones “por la izquierda”

Tilapia

- Originalmente introducida al país en 1965 como "proteína barata"
- Posicionamiento: Segmentación mercado / Bajo costo.
- En década de los 80 ESPOL desarrolla proyecto experimental con el mismo enfoque: animales de 1 libra para consumo local.
- Problemas de mercado no alientan su producción.
- Año pasado tesis en este sentido encuentra que este enfoque no es todavía viable.
- Precio mercado mayorista \$0.25 - \$0.35 / lb
- Opciones de venta directa requieren alta mano de obra para venta

Tilapia

- A mediados de la década del 90, se retoma su cultivo como alternativa al camarón afectado por síndrome de Taura.
- Se cambia su posicionamiento: Liderazgo general en costos.
- Peces de > 700 g, filete fresco, estados unidos.
- Se debe desarrollar tanto mercado, como canales de distribución
- Al inicio algunos productores tienen fuertes pérdidas, debido a mercado reducido y falta de canales de distribución
- Industria va a instalaciones grandes altamente integradas.
- A finales de la década industria empieza a estabilizarse.

Red Claw

- Introducido al país en 1994 como otra alternativa a síndrome de Taura.
- La expectativa de mercado con la cual se enfocó la estrategia para el desarrollo de este nuevo cultivo fue de diferenciación.
- Se esperaba contar con una demanda suficiente de este producto a precios FOB de entre US$ 5 y US$ 7. (Graca, 1996).
- Los niveles de inversión para producir un producto de estas características aunque altos, parecían justificarse por el alto valor de mercado.
- No se logró las expectativas de mercado y para 2002 todas las granjas menos una habían cerrado.

Red Claw

- Poblaciones naturales se habían desarrollado en varias presas.
- Una pesquería artesanal de estas poblaciones se desarrolló y proveyó producto barato que permitió a procesadores buscar nichos de mercado para un producto específico.
- Al momento existe un mercado puntual para producción a bajo costo de esta especie.
- Posicionamiento: Segmentación mercado / Bajo costo.
- Reto es poder producir a bajo costo para lograr mejor rentabilidad que cultivos alternativo.

Posicionamiento?

- Ostras
- Scallop
- Crawfish
- Red Drum
- Huayaipe
- Chame
- Cachama
- Paiche
- Ranas
- Caracoles
- Bocachico
- Vieja Roja y Azul
- Pepino y Caballitos de Mar

Conclusiones

- Al igual que con cualquier negocio, el cultivo de una nueva especie debe de ser evaluado para su factibilidad financiera.
- El posicionamiento, el mercado, los canales de comercialización, la técnica de producción y los costos deben de tener concordancia entre si.
- Los impactos ambientales de cultivar nuevas especies deben de ser evaluados correctamente y minimizados.
- Esta presentación NO trata de desincentivar la diversificación. Por el contrario enumera puntos a tomar en cuenta para que al enfocarla correctamente, tenga mayores posibilidades de éxito.

LO DIFICIL SE HACE DE INMEDIATO, LO IMPOSIBLE DEMORA UN POCO MAS

Muchas Gracias