

## **INSTITUTO: POLIVALENTE LAMANI**

### **Red de Institutos Técnicos Comunitarios Modelo Educativo Comunitario EDUCAR**



**Lugares donde realizo el análisis de cadena de valor.**

**CASCO URBANO DEL MUNICIPIO DE LAMANI,  
LOS PINTORES Y LAS MESETAS.**

**Rubros analizados:**

**CARNE DE CERDO, QUESO Y  
TILAPIA**

**Lugar y fecha: LAMANI COMAYAGUA OCTUBRE 2024**

## I. INDICE

### Tabla de contenido

I. INDICE .....	2
II. ANTECEDENTES DE LA RED ITC .....	3
III. RESUMEN EJECUTIVO .....	4
IV. OBJETIVOS.....	5
V. METODOLOGÍA.....	6
VI. SELECCIÓN DE LA CADENA .....	6
VII. ANÁLISIS DE LOS ESLABONES DE LA CADENA .....	7
VIII. MAPEO DE LA CADENA .....	9
IX. PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS.....	11
X. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.....	11
XI. CONCLUSIONES.....	12
XII. RECOMENDACIONES .....	14
XIII. ANEXOS.....	15

## II. ANTECEDENTES DE LA RED ITC

La Red de Institutos Técnicos Comunitarios (ITC) tiene como misión el desarrollo de capacidades técnicas y productivas en comunidades rurales, enfocándose en áreas clave como la agroindustria, la educación comunitaria y el empoderamiento de pequeños productores. El Instituto Polivalente Lamani, como parte de esta red, se dedica a formar a los estudiantes en disciplinas agropecuarias, con énfasis en la sostenibilidad y el impulso de economías locales. En este marco, se ha realizado un análisis de la cadena de valor en los rubros de carne de cerdo, queso y tilapia para identificar oportunidades de negocio y mejorar la competitividad de los productores locales.

### III. RESUMEN EJECUTIVO

Este análisis de cadena de valor se centró en los rubros de carne de cerdo, queso y tilapia en el municipio de Lamani y sus alrededores. El objetivo fue identificar puntos clave en la producción, comercialización y consumo de estos productos, con el fin de encontrar oportunidades de mejora y posibles ideas de negocio.

Se realizaron encuestas a 90 consumidores y 10 mayoristas, lo que permitió recopilar datos sobre las preferencias de compra, los volúmenes de consumo y los canales de distribución. Se observó que la carne de cerdo es el producto más consumido, especialmente en fines de semana, y que el queso tiene una demanda constante tanto en consumidores individuales como en mayoristas. La tilapia, aunque menos popular, mostró un potencial de crecimiento si se mejora su disponibilidad y se ofrecen presentaciones más convenientes.

El análisis de la cadena de valor mostró que existen oportunidades significativas para mejorar la rentabilidad en cada uno de los eslabones, desde la producción hasta la comercialización, mediante una mejor distribución, diversificación de productos y alianzas estratégicas.

## IV. OBJETIVOS

### Objetivo General:

Analizar la cadena de valor de los rubros de carne de cerdo, queso y tilapia en el municipio de Lamani para identificar oportunidades de mejora y posibles negocios.

### Objetivos Específicos:

- Evaluar el potencial de producción y mercado de los rubros seleccionados.
- Identificar los eslabones críticos en la cadena de valor de cada producto.
- Proponer estrategias para mejorar la rentabilidad y sostenibilidad de los productores locales.

## V. METODOLOGÍA

La investigación se basó en el uso de encuestas aplicadas a consumidores y mayoristas en las zonas de Lamani, Los Pintores y Las Mesetas. Se seleccionaron tres rubros clave para el análisis: carne de cerdo, queso y tilapia. Las encuestas permitieron recopilar datos sobre la demanda, los volúmenes de compra y las preferencias de los consumidores. Posteriormente, se realizó un análisis detallado de la cadena de valor, evaluando cada eslabón desde la producción hasta la comercialización. La metodología también incluyó la priorización de problemas críticos y la identificación de oportunidades de negocio en cada rubro.

## VI. SELECCIÓN DE LA CADENA

En esta sección, se evaluaron los rubros según criterios de potencial de producción, potencial de mercado, impacto socioeconómico, equidad comunitaria y equidad de género. La carne de cerdo resultó ser el rubro con mayor potencial, seguido por el queso, mientras que la tilapia mostró menor puntuación debido a su menor demanda actual, aunque con oportunidades de crecimiento.

Cadena o rubro	Potencial de producción	Potencial de mercado	Socioeconómico	Equidad comunitaria	Equidad de género	SUMA
Carne de cerdo	24	44	39	27	29	163
Queso	26	40	36	30	28	160
Tilapia	22	35	34	25	24	140

## VII. ANÁLISIS DE LOS ESLABONES DE LA CADENA

Este análisis detalla cada eslabón de la cadena de valor, evaluando las etapas de producción, procesamiento, y comercialización de los rubros analizados, en función de los datos obtenidos del sondeo de producción y mercado, así como del análisis de la cadena de valor.

Cuadro comparativo de sondeo de producción, sondeo de mercado, análisis de cadena de valor.

RUBRO	SONDEO DE PRODUCCIÓN	SONDEO DE MERCADO		ANÁLISIS
		A NIVEL DE MAYORISTAS	A NIVEL DE HOGARES	
Carne de cerdo	La producción de carne de cerdo en la región está bien establecida. Los productores locales abastecen tanto a consumidores individuales como a mayoristas. La mayoría de los productores tienen acceso a los insumos necesarios y técnicas básicas de manejo, aunque la tecnificación es limitada.	Los mayoristas adquieren carne de cerdo regularmente en volúmenes significativos (hasta 75 libras mensuales)	La carne de cerdo es el producto más consumido, especialmente durante los fines de semana. La demanda es alta, y los consumidores prefieren comprar en pulperías o a vendedores ambulantes.	El eslabón de la comercialización muestra oportunidades de mejora, particularmente en la diversificación de productos y la presentación de la carne. También se podría fortalecer la cadena de frío para asegurar la frescura del producto.
Queso	La producción de queso en Lamani es constante. Los productores locales suelen vender directamente a consumidores y mayoristas, quienes compran volúmenes significativos	El queso tiene una demanda continua tanto por parte de consumidores individuales como mayoristas. A nivel de mayoristas hay espacios en los negocios locales, solo que	Los consumidores valoran la frescura y la calidad, y están dispuestos a pagar más por productos artesanales de mayor calidad.	En este eslabón, se identifican oportunidades en mejorar la cadena de suministro, especialmente en cuanto a almacenamiento y transporte. La diversificación de productos,



	(hasta 50 libras por semana). Sin embargo, algunos productores enfrentan limitaciones en infraestructura y acceso a insumos.	se debe de cuidar la calidad.		como la introducción de quesos semiduros o con valor agregado, también podría mejorar la rentabilidad.
Tilapia	La producción de tilapia es más modesta en comparación con los otros rubros. Los pequeños productores abastecen principalmente a consumidores locales. Existen limitaciones en la capacidad de producción debido a la infraestructura básica y acceso limitado a insumos.	La demanda de tilapia es menor, pero los consumidores que adquieren el producto valoran su frescura.	La compra se realiza en pequeñas cantidades (entre 3 y 10 libras mensuales), lo que indica un consumo esporádico.	El eslabón de la comercialización presenta oportunidades significativas. Mejorar la disponibilidad del producto y ofrecer presentaciones más convenientes, como filetes empacados, podría incentivar un mayor consumo

## VIII. MAPEO DE LA CADENA

El mapeo de la cadena de valor es una herramienta clave para analizar el entorno en el que se desarrollan las actividades productivas y comerciales en Lamani. Para cada rubro, se han identificado los principales actores, proveedores, insumos y canales de mercado.

### Carne de Cerdo

- **Proveedores:** Productores locales de carne de cerdo, con acceso a insumos básicos como alimento para animales y servicios veterinarios limitados.
- **Insumos:** Alimento balanceado para cerdos, vacunas y suplementos.
- **Actores de apoyo:** Asociaciones de productores locales, técnicos agropecuarios.
- **Canales de mercado:** Pulperías, vendedores ambulantes, mercados locales, mayoristas.
- **Precios:** Varían entre Lps. 65 y Lps. 75 por libra dependiendo del punto de venta.

### Queso

- **Proveedores:** Pequeños productores de queso en Lamani y sus alrededores.
- **Insumos:** Leche fresca, cuajo y sal.
- **Actores de apoyo:** asociaciones de productores lecheros y mayoristas que compran directamente a los productores.



- **Canales de mercado:** Pulperías, mercados locales, vendedores ambulantes, supermercados.
- **Precios:** El queso se vende entre Lps. 65 y Lps. 100 por libra dependiendo de la calidad.

### Tilapia

- **Proveedores:** Pequeños productores que crían tilapia en estanques locales.
- **Insumos:** Alimento para peces, insumos básicos para el mantenimiento de estanques.
- **Actores de apoyo:** Asociaciones locales de productores de peces, técnicos en acuicultura.
- **Canales de mercado:** Vendedores ambulantes, pulperías, mercados locales.
- **Precios:** Los precios varían entre Lps. 45 y Lps. 60 por libra.

Este mapeo permite visualizar los eslabones clave y las áreas donde se pueden implementar mejoras, como el acceso a mejores insumos, formación técnica y mejoras en la comercialización.

## IX. PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS.

A continuación, se identifican los problemas más críticos en los eslabones de producción, procesamiento y comercialización para cada rubro, junto con su frecuencia y orden de prioridad:

**Cuadro 8.3** frecuencia de los problemas por rubro.

Problema	Frecuencia	Orden de prioridad
Acceso ilimitado a insumos.	4	1
Dificultad en la distribución.	3	2
Baja calidad en el producto.	2	3
Falta de acceso a la financiación.	1	4

Estos problemas fueron identificados tanto a nivel de los productores como de los comercializadores, y su resolución puede mejorar la eficiencia de la cadena de valor.

## X. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.

- Barbería (cortes de pelo para varón)
- Venta de repuestos para

Nota: enlistar las ideas de negocio en la plataforma.

## XI. CONCLUSIONES

El análisis de la cadena de valor realizado en el municipio de Lamani y sus alrededores para los rubros de carne de cerdo, queso y tilapia reveló importantes oportunidades de mejora y crecimiento para los productores locales. Los resultados de los sondeos aplicados a consumidores y mayoristas muestran una clara demanda de productos frescos y de calidad, lo que indica un potencial significativo para fortalecer estas cadenas de valor.

### **Carne de Cerdo:**

- La carne de cerdo es el producto más demandado en la zona, con compras regulares tanto por consumidores individuales como mayoristas.
- Existe una alta demanda los fines de semana, lo que presenta una oportunidad para mejorar la distribución en días clave.
- Sin embargo, se identificaron limitaciones en el acceso a insumos y dificultades en la distribución, que podrían mejorarse para incrementar la rentabilidad de los productores.

### **Queso:**

- El queso es otro producto de gran importancia en la economía local.
- La mayoría de los consumidores valoran la frescura y la calidad, lo que abre la puerta a oportunidades de diversificación del producto (como quesos semiduros y con valor agregado).
- Sin embargo, el eslabón de la cadena de suministro, especialmente en lo relacionado con almacenamiento y transporte, necesita mejoras.

### **Tilapia:**

- Aunque la tilapia no tiene la misma demanda que la carne de cerdo o el queso, presenta un potencial de crecimiento.



- Mejorar la presentación del producto, con opciones más convenientes como filetes empacados, y aumentar la disponibilidad en mercados locales, podría incentivar un mayor consumo.

El análisis identificó varios problemas críticos en la cadena, como el acceso limitado a insumos, dificultades en la distribución y la falta de acceso a financiamiento, que deben ser atendidos para mejorar la competitividad de los productores.

## XII. RECOMENDACIONES

- Mejorar la distribución de carne de cerdo en días clave: Dado que la demanda de carne de cerdo es mayor los fines de semana, se recomienda optimizar la distribución para asegurar un suministro constante en días como viernes y sábado. Además, ofrecer promociones en estos días podría aumentar aún más las ventas.
- Diversificar la oferta de productos derivados de carne de cerdo: Incluir productos pre-empacados y presentaciones especiales como cortes selectos o embutidos, que podrían atraer a consumidores que buscan conveniencia y variedad. Esta diversificación permitiría a los productores ofrecer un mayor valor agregado.
- Optimizar la cadena de suministro de queso: Se recomienda mejorar el almacenamiento y transporte del queso para asegurar su frescura, así como ofrecer presentaciones de mayor volumen para mayoristas y diversificar las variedades de queso disponibles.
- Desarrollar productos derivados de tilapia: Para incrementar el consumo de tilapia, se sugiere ofrecer filetes empacados o productos pre-listos, lo que facilitaría la compra y consumo en hogares. Además, aumentar la disponibilidad de tilapia en puntos de venta clave como mercados locales y pulperías también ayudaría a aumentar las ventas.
- Acceso a financiamiento e insumos: Se recomienda facilitar el acceso a financiamiento para pequeños productores, lo que les permitiría mejorar su capacidad de producción. Asimismo, el acceso a insumos de calidad debe mejorarse mediante la creación de alianzas con proveedores locales.



- Programas de capacitación: Para fortalecer la cadena de valor, sería beneficioso implementar programas de capacitación técnica para los productores en áreas como el manejo de insumos, técnicas de producción y mejores prácticas de comercialización.

### XIII. ANEXOS

Participantes	H	M	TOTAL
Estudiantes	6	11	17
Productores	1	4	5
Técnicos - Docentes	1	0	1
Comercializadore s	0	1	1
Procesadores de materia prima	0	2	2