

ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO DEL ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR DE ALIMENTOS

BIBLIOGRAPHIC ANALYSIS OF THE STUDY OF THE FOOD VALUE CHAIN

Galo Mauricio Durán Salazar, Jennifer Cecivel Toala Arteaga, Anggie Janina Tomala Vera

Universida de Guayaquil - Ecuador

e-mail: galo.duransa@ug.edu.ec, jennifer.toalaa@ug.edu.ec, anggie.tomalav@ug.edu.ec

Recibido: 25/04/2019

Aceptado: 04/09/2019

DOI: https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v10i3.1738

Código Clasificación JEL: M10, L97

RESUMEN

El presente documento muestra los resultados de un análisis bibliométrico sobre la Cadena de Valor de Alimentos CVA y su respectiva clasificación según el mercado de aplicación. La cadena de valor permite conocer de manera integral todos los procesos que se requieren para producir y hacer la venta-entrega de los bienes o servicios en una organización, de esta forma se puede precisar costos, buscar la eficiencia de los procesos e incrementar los beneficios; es una estrategia que mejora los resultados en una empresa, llegando inclusive a generar alianzas que al final incrementan las utilidades. Para realizar el análisis bibliográfico, se utilizó la base de datos SCOPUS, considerando el periodo 2010-2018, de esta forma obtener indicadores sobre cadena de valor alimentaria que muestren a los principales investigadores, países, revistas y productos científicos, que escribieron sobre esta temática; lo anterior permitió conocer el estado del arte de la CVA utilizando una base de datos de impacto. Como resultado, se determinó que los países de primer mundo están dentro de los indicadores presentados, es decir, que naciones como China, Estados Unidos, Alemania, tienen a los principales investigadores y revistas científicas que han escrito sobre el tema. De la misma forma, los países latinoamericanos no aparecen en los indicadores, es decir, hay pocas contribuciones o es marginal su aporte en la comunidad científica.

Palabras clave: indicadores bibliométricos, SCOPUS, cadena de suministros, estrategia.

ABSTRACT

This document shows the results of a bibliometric analysis on the Food Value Chain FVC and its respective classification according to the application market. The value chain allows to comprehensively know all the processes that are required to produce and make the sale-delivery of the goods or services in an organization, in this way you can specify costs, look for the efficiency of the processes and increase the Benefits; it is a strategy that improves the results in a company, even generating alliances that ultimately increase profits. To do the bibliographic analysis, the SCOPUS database was used, considering the period 2010-2018, in this way to obtain indicators on the food value chain that show the main researchers, countries, journals and scientific products that wrote about this topic; This allowed to know the state of the art of the FVC using an impact database. As a result, it was determined that the first world countries are within the indicators presented, that is, that nations such as China, the United States, and Germany have the main researchers and scientific journals that have written on the subject. In the same way, Latin American countries do not appear in the indicators, that is, there are few contributions or their contribution is marginal in the scientific community.

Key words: bibliometric indicators, SCOPUS, supply chain, strategy.



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación es parte de semillero de investigación en la facultad de Administración de la Universidad de Guayaquil, el cual se basa en el análisis de la cadena de valor, para la producción agrícola de maracuyá, por ello, como parte inicial de la investigación se ha realizado un estudio del arte, revisando en la base de datos SCOPUS, lo que existe en materia de Cadena de Valor Alimentaria CVA. La definición del Valor según Zheithaml (1988) se percibió como la estimación general que se da después de la utilidad de un producto por parte del consumidor. El inicio del concepto de cadena de valor se dio en 1985 por Michael Porter quien la consideró como un instrumento elemental que detalla el mecanismo de las actividades de una corporación, permitiendo generar valor al consumidor final.

De esta manera, es posible encontrar las fuentes de ventaja competitiva de una entidad, dando seguimiento paso a paso de una manera detallada, todas las labores que se realizan, como también la forma en cómo interactúan. El autor la definió, como un conjunto de actividades que una empresa industrial realiza para entregar un producto o servicio valioso para el mercado. Este concepto se mantuvo durante tres décadas después de su publicación; y tras pasar el tiempo, diversos autores indicaron sobre la cadena de valor como una herramienta administrativa que aplicada en cualquier empresa facilitaría la observación del proceso productivo.

En la actualidad la cadena de valor describe una lista de actividades organizacionales que genera y otorga valor en cada paso para obtener un producto o prestar un servicio, es decir, desde la obtención de la materia prima, hasta el producto terminado en manos de los usuarios finales. La ejecución de la cadena de valor se puede puntualizar como la manera de administrar la continuación de las actividades y la participación de información valiosa para entregar valor durante toda la cadena de suministro. El precio del producto o servicio que se encuentra disponible en el mercado se determina en base al valor agregado que se les da a las actividades que intervienen en la cadena.

Cadena de valor

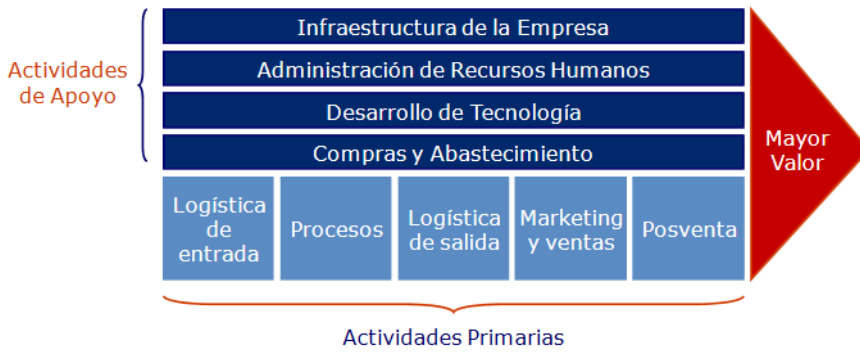
Iglesias (2002) definió “Cadena de valor” como estrategias que colaboran a las empresas para conseguir los objetivos específicos proyectados en el mercado durante un largo plazo, satisfaciendo así ambas partes que intervienen en las transacciones comerciales, buscando beneficios para todos los “eslabones” de la cadena. El término “cadena del valor” se refiere a una red de alianzas verticales o estrategias entre varias empresas de negocios independientes dentro de una cadena agroalimentaria. La filosofía de trabajo de una cadena de valor se enmarca perfectamente en el enfoque neoinstitucional, siendo interesante para una mejor comprensión, repasar algunos conceptos teóricos.

Quintero & Sánchez (2006), indicaron que la cadena de valor proporciona:

- Un esquema coherente para diagnosticar la posición de la empresa respecto de sus competidores.
- Un procedimiento para definir las acciones tendentes a desarrollar una ventaja competitiva sostenible.

Cadena de valor según Alonso (2008), señaló que el concepto fundamental que respalda a la herramienta es que toda organización puede analizarse en virtud de la contribución de valor que genera cada una de sus actividades principales, así como el que emerge de las interrelaciones entre ellas. En la figura 1 se observa la propuesta del autor sobre las actividades que se requieren para aplicar cadena de valor:

Figura. 1 Cadena de valor



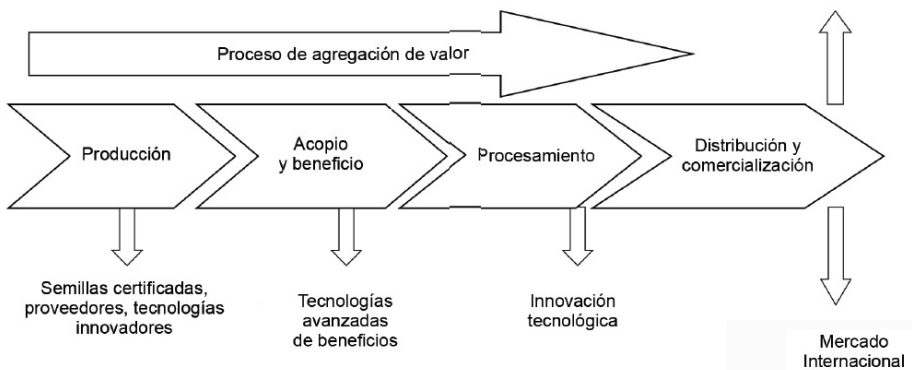
Fuente: Elaboración propia

Es así como el modelo propuesto permite analizar el desempeño de una empresa organizando el análisis en virtud de cinco actividades primarias y cuatro actividades de apoyo, siendo cada una de estas actividades fuente potencial de ventajas competitivas en costos o diferenciación, cuyas interrelaciones permitan lograr un mayor valor diferencial emergente que pueda ser apreciado y reconocido por los compradores, en detrimento de otras ofertas de la competencia.

Cadena de valor de alimentos y su clasificación

La aplicación de la cadena de valor en la agricultura engloba las actividades que se realizan en el proceso de producción hasta la distribución de productos agroalimentarios, con el objetivo de que dichos productos puedan llegar al hogar de los consumidores. Dentro de las actividades que se relacionan con la cadena de valor están la producción, procesamiento, almacenamiento, comercialización, distribución y consumo, así como también su participación en el impacto ambiental que este pueda causar.

Figura 2 Cadena de valor en la agricultura



Fuente: Elaboración propia

En la figura 2 se puede observar el proceso por el cual pasa un producto para poder llegar al consumidor, este como tal, se encontrará en el proceso de producción, la semilla del producto a fabricar, seguido estará el centro de acopio el cual cuenta con la tecnología necesaria para almacenar el producto, luego estará el procesamiento en donde el producto que se encuentra en estado natural será transformado para su posible venta, por último esta la distribución que es en donde el producto terminado será comercializado, sea en el mercado nacional como internacional. Según estudios

existen ocho tipos de cadenas de valor de alimentos :

1. Cadena de suministro impulsada por un gran minorista: en esta se entrega a los consumidores productos estandarizados que se venden con una etiqueta privada o con etiquetas de productores sin o con un valor de marca débil, que el gran minorista recibe por una red de proveedores. Los proveedores deben respetar reglas de producción bastante estrictas y cumplir con los estándares de calidad / seguridad.
2. Cadena de suministro agrícola local tradicional: las transacciones tienen poca complejidad en realizarse, es en esta donde los pequeños comerciantes tradicionales compran principalmente a los pequeños agricultores y venden a los mayoristas que a su vez venden a los pequeños minoristas.
3. Cadena de suministro impulsada por un gran procesador: está liderado por grandes productores privados con una reputación muy larga. Se venden a través de diversos canales de mercado, incluidos los grandes minoristas. Los grandes productores generalmente compran materias primas y otros insumos de un conjunto muy grande de granjas / empresas.
4. Cadena de suministro impulsada por una cooperativa: suele estar compuesta por una planta de procesamiento de alimentos que es propiedad y está controlada por los miembros de la cooperativa, que generalmente actúan como proveedores de la planta de procesamiento. Los proveedores contribuyen directa e indirectamente a la producción con su experiencia.
5. Cadena de suministro impulsada por un comerciante internacional: está dirigido por una empresa comercial que entrega productos tropicales a nivel mundial, principalmente bananas, piñas y mangos. En algunos casos, las transacciones pueden caracterizarse por la alta complejidad, el bajo reconocimiento de códigos y la alta competencia de los proveedores.
6. Cadena de suministro de productos GI: suele estar compuesto por productores de productos alimenticios con calidad, reputación u otras características esencialmente atribuibles a su origen geográfico. El nombre geográfico que identifica el producto en el mercado funciona como marca colectiva y la especificación del producto y el proceso están, más o menos ampliamente, definidos por los productores locales y otras partes interesadas locales.
7. Cadenas de suministro cortas: los agricultores crean una cadena descendente y venden directamente sus propios productos a través de formas alternativas en comparación con los minoristas modernos o tradicionales, tales como tiendas en las granjas, mercados de agricultores y entregas a los consumidores finales. La reputación del agricultor debe cumplir con los atributos de calidad como “más autenticidad” y “menos sofisticación”.
8. Cadenas de suministro dirigidas por minoristas de productos alimenticios especializados: la compañía principal es un minorista especializado en ofrecer a los mercados finales una amplia selección de productos alimenticios de alta calidad como vino, queso, carnes curadas, etc. a través de grandes cadenas de tiendas como minoristas nacionales / internacionales, o en la web. Dichos minoristas entregan productos alimenticios cultivados y procesados por una red de proveedores capaces de cumplir con los estrictos requisitos de calidad codificados definidos por el minorista.

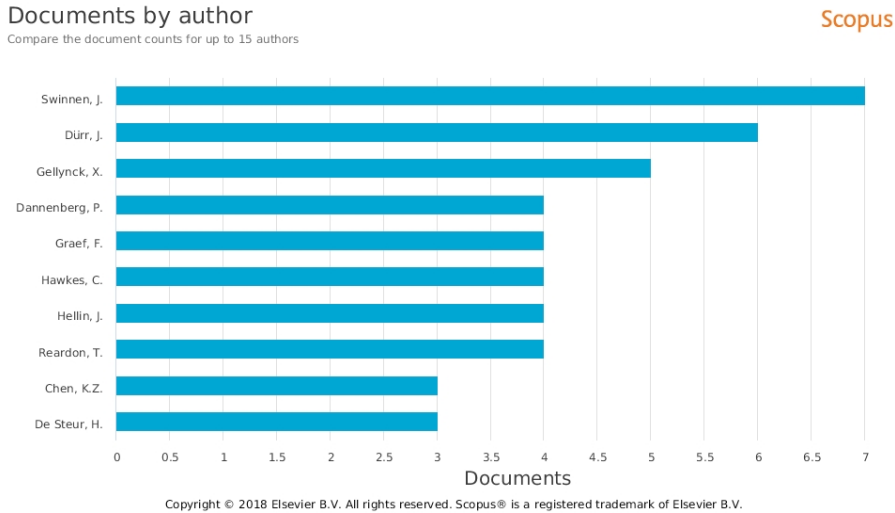
METODOLOGÍA

La investigación consistió en revisión documental e información bibliométrica sobre el tema cadena de valor alimentaria CVA. Para ello, se usó la base de datos SCOPUS www.scopus.com, de esta forma se identificó a través de indicadores el estado del arte sobre todo lo que ha investigado sobre CVA. El total de documentos analizados por el sistema fue de 2125 documentos, durante el periodo 2010 al 2018, esta información fue tomada el 8 de diciembre del 2018 del sitio web.

RESULTADOS

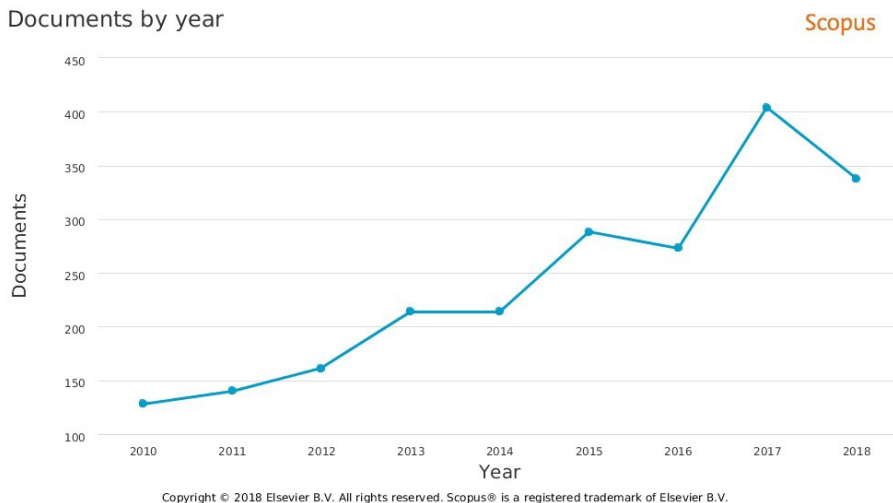
Los principales autores que han escrito sobre CVA, considerados a partir de tres artículos o más, se observa en la figura 3, donde se tiene como referentes a Swinnen con siete artículos, seguido de Dürr con 6, Gellynck con 5, Dannenberg, Graef, entre otros con 4, todos ellos se encuentran en la base de datos Scopus.

Figura 3. Autores de artículos sobre Cadena de Valor de Alimentos



Los documentos escritos por año, conforme la figura 4, muestran un incremento en las investigaciones sobre la cadena de valor de alimentos al pasar los años, haciéndose evidente el análisis y creciente interés de la temática, en el año 2010, se realizaron 130; en el 2011 fueron 145; llegando en el año 2017 a 400 artículos y en el año 2018 con 338 productos.

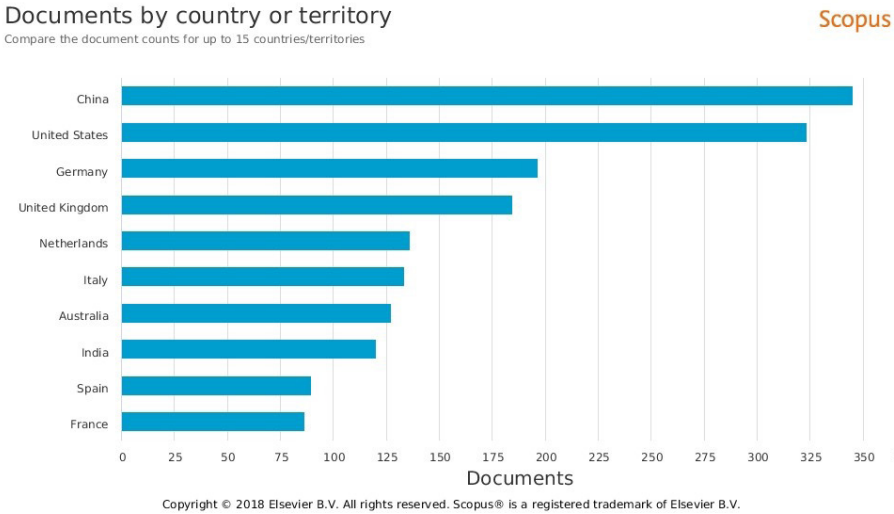
Figura 4. Documentos por año- Cadena de valor de alimentos



Como se observa en la figura 5, el país representante en investigaciones científicas con respecto al tema es China, seguido de Estados Unidos, ambos con más de trescientos documentos cada uno, luego Alemania con alrededor de 200 artículos, entre los principales. Se puede notar que

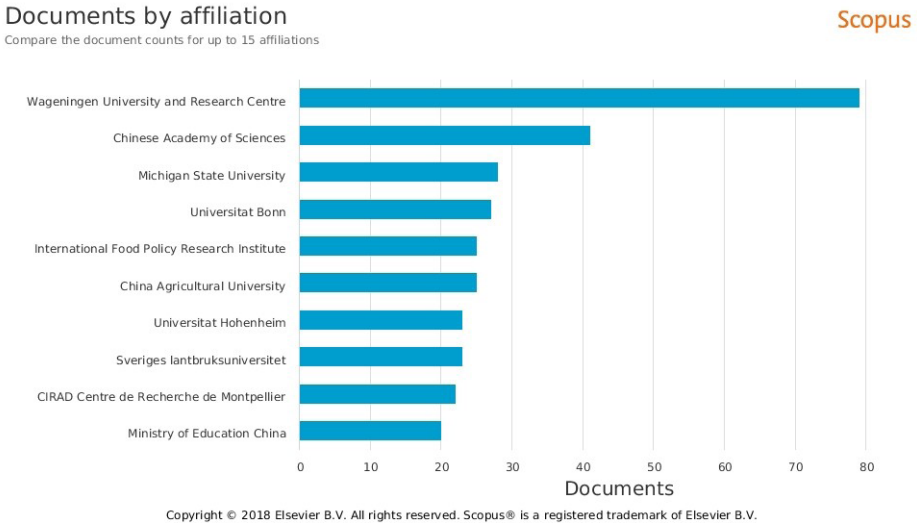
países latinoamericanos no aparecen o su producción ha sido marginal.

Figura 5. Países que escriben sobre cadena de valor de alimentos



La figura 6, indica las principales revistas que han escrito sobre CVA, siendo la más importante en este campo Wageningen University and Research Centre con 79 publicaciones, seguida por Chinese Academy of Sciences con 41 Michigan State University con 28 publicaciones; de igual forma no aparecen revistas latinas en este listado.

Figura 6. Instituciones que escribieron sobre Cadena de Valor de Alimentos

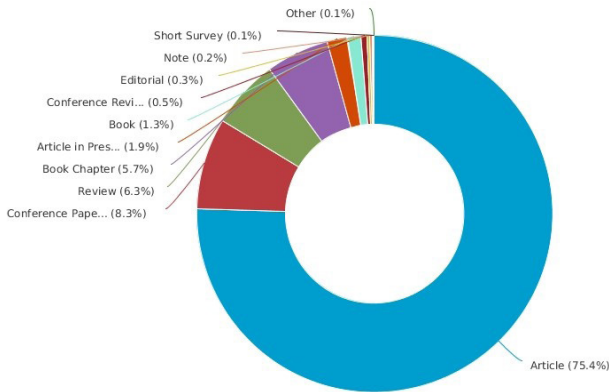


La figura 7, indica el tipo de publicaciones que se han realizado, le corresponde para artículos científicos el 75%, seguido del 8% de publicaciones de conferencias o congresos; luego se tiene capítulos de libro con el 5.7%, entre los principales.

Figura 7. Tipos de publicaciones sobre cadena de valor de alimentos

Documents by type

Scopus



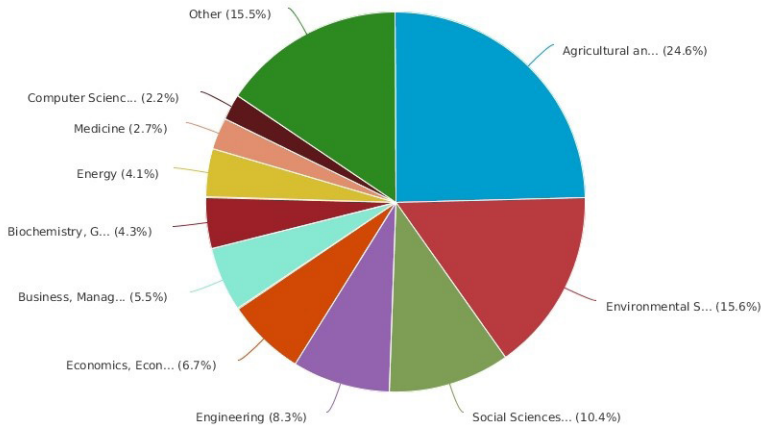
Copyright © 2018 Elsevier B.V. All rights reserved. Scopus® is a registered trademark of Elsevier B.V.

En la figura 8, se puede observar el interés investigativo por área, se ha escrito principalmente en agricultura representando un 24,6% que equivale a 523 publicaciones con respecto a este tema, seguido de ciencias medioambientales con un 15,6%, en tercer lugar, las ciencias sociales con un 10,4%, 8,3% Ingeniería, Economía 6,7% y luego otras.

Figura 8. Documentos por área sobre cadena de valor de alimentos

Documents by subject area

Scopus



Copyright © 2018 Elsevier B.V. All rights reserved. Scopus® is a registered trademark of Elsevier B.V.

DISCUSIÓN

La cadena de valor es conocida debido a que en la sociedad es usada para identificar de una manera más detalla el proceso por el cual cruza un bien o un servicio con la finalidad de obtener un valor agregado y poder satisfacer las necesidades y requerimientos del mercado, esta herramienta para los autores se considera de mayor utilidad para aquellas sociedades pertenecientes al sector industrial, pero también se da un énfasis en la agricultura, dicho sector cuenta con una serie de procedimientos para que los productos en su estado natural sean comercializados ya sea dentro del país o mediante exportaciones; la cadena de valor también permite estimar de una manera asertiva los costos que intervienen en la generación del valor del producto o servicio.

El estudio de arte sobre la cadena de valor es un tema muy amplio, en el cual se puede realizar investigaciones en diferentes áreas y sectores productivos, es de vital importancia tener conocimientos sobre esta herramienta, las empresas y personas dedicadas a una actividad económica pueden emplearla y poder llevar de una manera ordenada el proceso de darle valor a sus productos o servicios y a su vez determinar claramente los costos que intervienen en dicho procedimiento.

CONCLUSIONES

El estudio de la cadena de valor de alimentos es un tema amplio de investigación, tiene un grado de importancia significativo debido a que esta se considera una estrategia en la empresa para la toma de decisiones en cuanto al cálculo de sus costos, permitiendo reconocer todos los costos incurridos mediante la metodología que aplica la cadena de valor para el análisis del proceso productivo. Además, de esta forma se puede observar las diferentes actividades a realizar para la correcta comercialización de un producto y que este cumpla el fin de satisfacer las necesidades del consumidor.

Su proceso comienza desde la obtención de la semilla del fruto, pasando por una serie de procesamientos, con el objetivo de llevar a la mesa de los consumidores finales el producto, ya sea mediante mercados nacionales o internacionales. Existen diferentes tipos de cadena de valor de alimentos las cuales se diferencian por la manera de comercializar en el mercado, en la mayoría de estas existen intermediarios para que los productos puedan ser distribuidos.

En cuanto a la revisión bibliográfica, se pudo determinar que los mayores investigadores respecto al tema cadena de valor alimentaria son: Swinnen, Durr, Gellynck, Dannenberg, Graef. Los países que más han escrito sobre este tema es: China, Estados Unidos, Alemania, es decir, potencias mundiales y las revistas detectadas corresponden a países de primer mundo. Por lo anterior, a nivel de Latinoamérica se ha escrito poco o nada en base a producción de impacto, por lo que es una oportunidad para replicar estudios en estos países, buscando soluciones empresariales que ayuden a la toma de decisiones.

REFERENCIA BIBLIOGRAFÍA

Astley, G., & Sachdeva, P. (1984). Structural sources of intraorganizational powers. *Academy of Management Review*, 9(1), 39.

Alonso, G. (Agosto de 2008). Marketing de Servicios: Reinterpretando la Cadena de valor. *Revista de Management de la Universidad de Palermo*. Número 2.

Daft, R. (2000). *Teoría y diseño de la organización*. Thomson editores.

Dorta, P. (2013). Universidad de las Palmas de Gran Canaria. Recuperado el 26 de 11 de 2018, de https://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/7101/7101787/transporte_y_logistica_internacional_2013.pdf

Fernández, M. (2013). *La confianza como instrumento de análisis en la cadena de valor alimentaria*. Universidad Politécnica de Madrid.

Iglesias, D. (2002). *Cadena de valor como estrategia: las cadenas e valor en el sector agroalimentario*. Obtenido de eumed.net: <http://www.eumed.net/ce/dhi-cadenas.pdf>/www.eumed

Pomarici, E. (2018). *Cadenas de valor de los alimentos: modelos de gobernanza*. Módulo de Referencia en Ciencia de los Alimentos. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780081005965221112>

Porter, M. (1985). *Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press. Obtenido de [https://www.albany.edu/~gs149266/Porter%20\(1985\)%20-%20chapter%201.pdf](https://www.albany.edu/~gs149266/Porter%20(1985)%20-%20chapter%201.pdf)

Pulido, J., & López, Y. (2016). La cadena de valor del destino como herramienta innovadora para el análisis de la sostenibilidad de las políticas turísticas. El caso de España. *Revista Innovar Journal* 26(59), 155-176.

Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. *Telos Revista Científica Arbitrada*

Segura, B. (2014). Cadena de valor de papas. En la provincia de Jauja, Perú. Universidad Politécnica de Madrid.

Simatupang, T., Piboonrungrroj, P., & Williams, S. (2017). The emergence of value chain thinking vol. 8. *International Journal of Value Chain Management*, 40-57.

Suárez-Tirado, J. (2013). Cuaderno de Contabilidad.

Trejo, B. (2011). Modelo de cadena de valor para el desarrollo rural: el caso del sector ovino en México y España. Universidad Politécnica de Madrid.

Zeithaml, V. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing* 52(3), 2-22.