

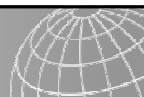
## Introdução a *ValueLinks* *ValueLinks* Módulos 0-1

# Cadeias de valor e crescimento inclusivo - Introdução

**giz**

1

ValueLinks



## Cadeias de valor e crescimento inclusivo – introdução

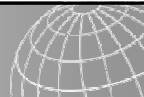
### Conteúdo

- 1** Cadeias de valor – sob uma perspectiva de desenvolvimento
- 2** O conceito de “*ValueLinks*”
- 3** Delimitação & seleção de uma cadeia de valor para a promoção

2

ValueLinks

## Cadeia de valor – definição



### “Cadeia de valor” significa....

- a sequência de processos produtivos (funções) desde a provisão de insumos específicos para um determinado produto, passando pela produção primária, transformação, até a comercialização e o consumo final
- O conjunto de atores que desempenham estas funções, como os produtores, processadores, comerciantes e distribuidores de um determinado produto
- um modelo de negócio que organiza a escolha de um determinado produto e a tecnologia apropriada desde a produção até sua comercialização

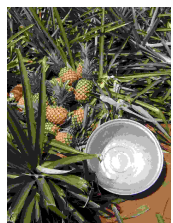
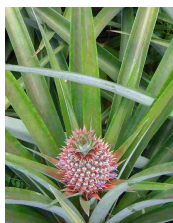
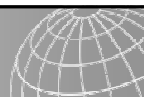
1

3

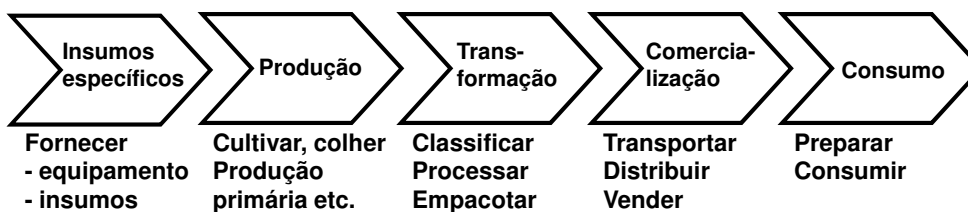
ValueLinks



## O “mapa” da cadeia de valor

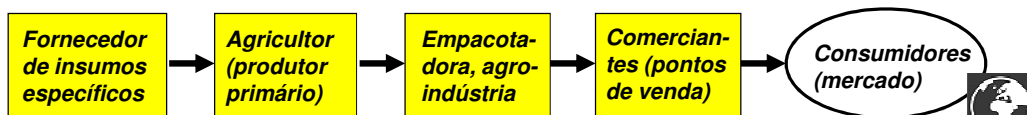


### Sequência básica de funções na cadeia de valor do agronegócio



1

### Categorias de operadores de cadeias de valor e suas relações



4

ValueLinks



## Por que promover cadeias de valor?

### A resposta do setor privado:

**Não é sempre que os mercados funcionam sem intervenções!**

Como os serviços públicos de apoio são insuficientes, o potencial de crescimento permanece não atendido:

- infraestrutura precária e normas legais & administrativas inapropriadas
- falta de confiança, capacidades, transparência...

**Globalização econômica demanda...**

- Coordenação estreita entre produção e distribuição ao longo da cadeia para cumprir com requisitos de qualidade e reduzir custos de logística

1

### A resposta do setor público:

**Desenvolvimento econômico gera benefícios sociais**

Ao promover mercados de forma satisfatória:

- empregos são criados e a renda familiar é aumentada
- mais imposto de renda é arrecadado (podendo ser investido em educação, saúde etc)
- PMEs podem ser integradas aos mercados, alcançando regiões remotas

**Proteção ambiental e uso apropriado dos recursos naturais**

- Desenvolvimento e crescimento econômico devem se pautar pela capacidade de regeneração dos recursos naturais e do clima

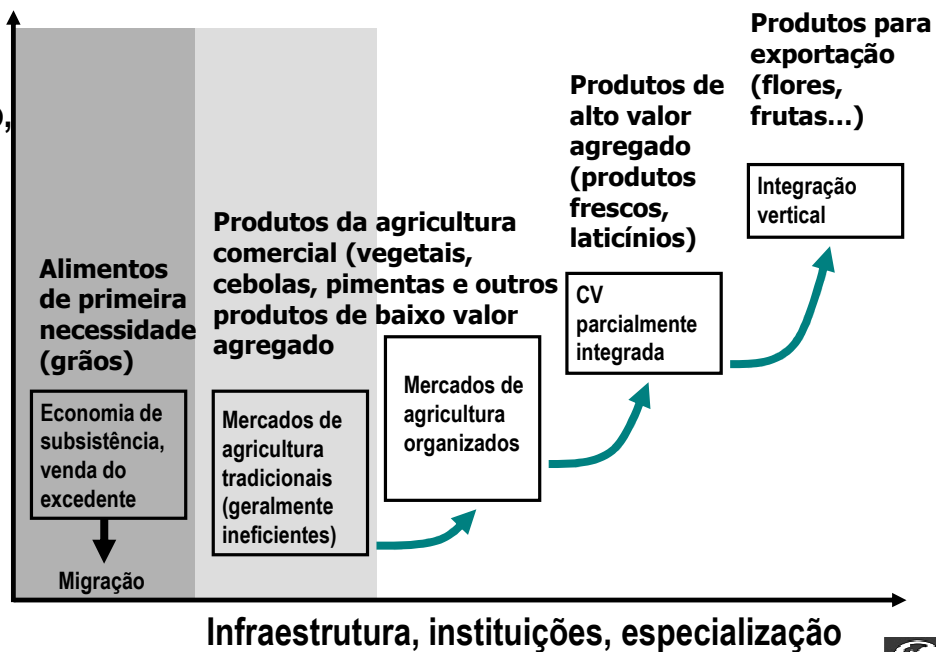
5



## Evolução do mercado de alimentos

Valor agregado, custos, renda

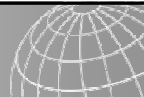
1



6



## A ideia de uma “Economia Verde”



Definição da UNEP / UNCSD (2010-2012)

**“Economia verde resulta em melhoria do bem-estar humano e da igualdade social, ao mesmo tempo em que reduz significativamente os riscos ambientais e a escassez ecológica.”**

**1** É pouco intensiva em carbono, eficiente no uso de recursos naturais e socialmente inclusiva.



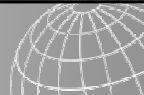
Este caminho para o desenvolvimento deve manter, estimular e reconfigurar o capital natural como um ativo econômico crítico e fonte de benefícios públicos, especialmente para pessoas pobres que dependem dos recursos naturais para sua sobrevivência.

7

ValueLinks



## Dimensões do desenvolvimento de CV



**Crescimento econômico**  
= maior *volume* e maior *valor* gerado  
 (“aumenta o bolo”)



**1** **Proteção ambiental**  
Recursos naturais e clima são utilizados de forma sustentável, gerando uma “pegada ecológica universal” (crescimento “verde”)



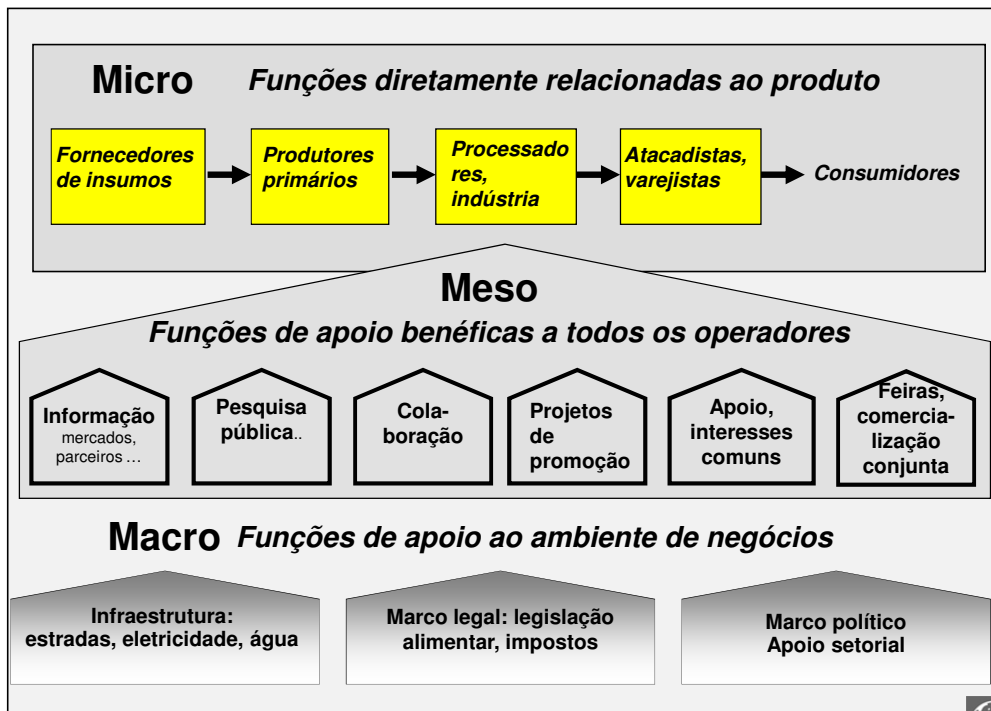
**Inclusão dos pobres**  
Pessoas pobres poderão se beneficiar da geração de rendas de forma igualitária ou até mesmo acima da média (crescimento inclusivo)

8

ValueLinks



## Conceito: níveis micro – meso – macro

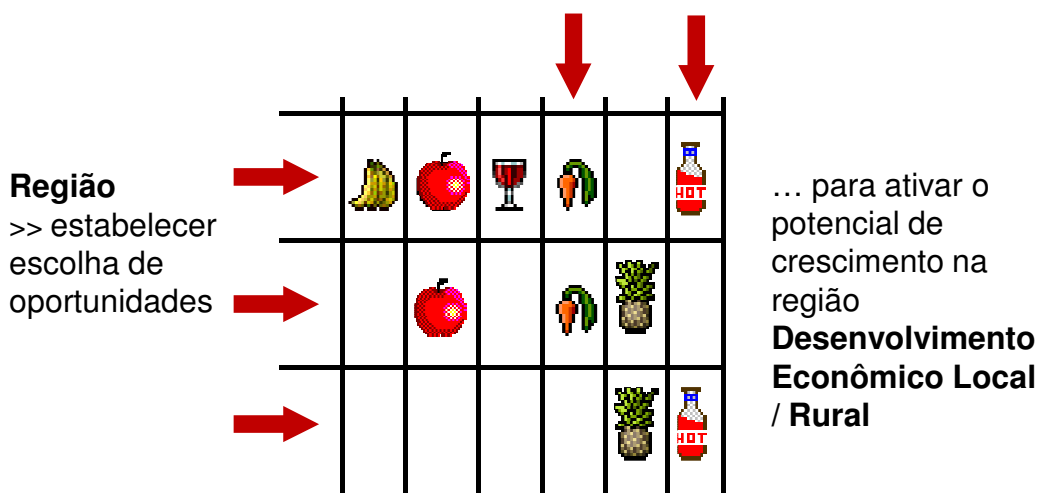


1

11

## Combinando o enfoque setorial e territorial

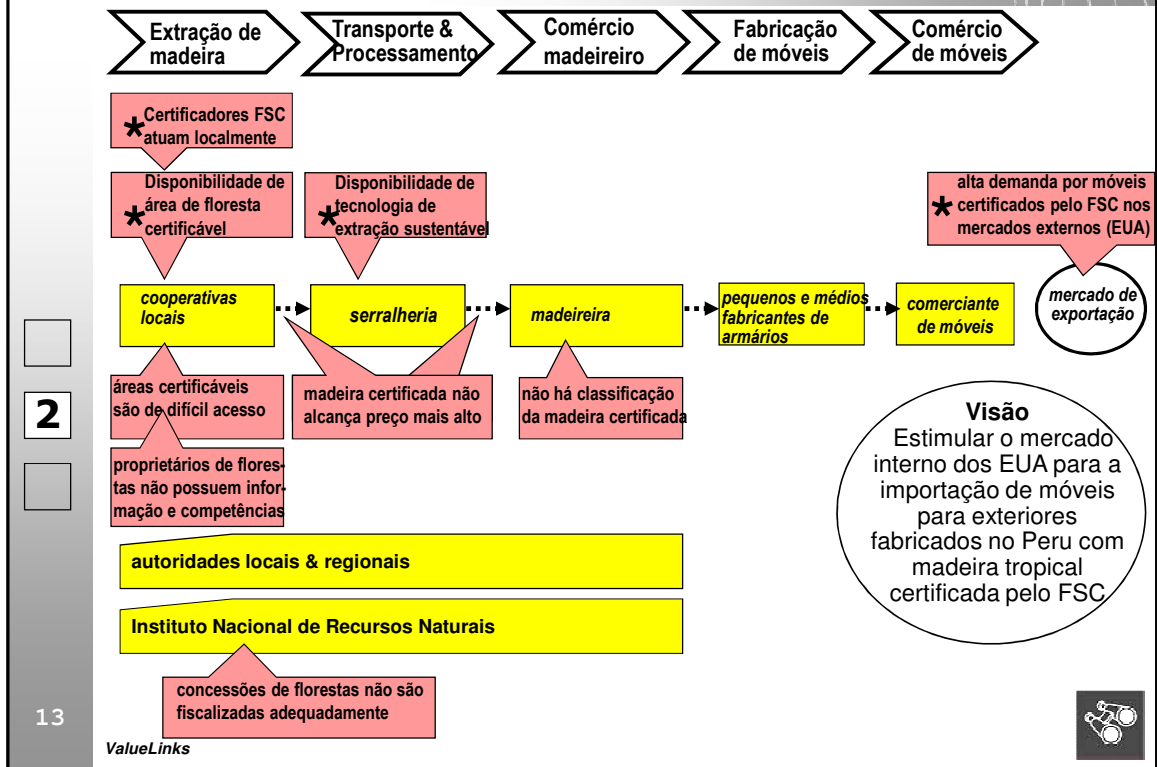
Oportunidades de negócio  
 >> seleção de cadeias de valor



... para preparar a promoção da cadeia de valor

12

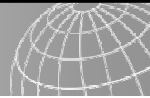
## Exemplo: Cadeia de Móveis no Peru



## Cadeias de valor – introdução

## Conteúdo

- 1 Cadeias de valor – sob uma perspectiva de desenvolvimento
- 2 Conceito de “ValueLinks”
- 3 Delimitação & seleção de uma cadeia de valor para a promoção

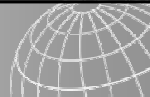
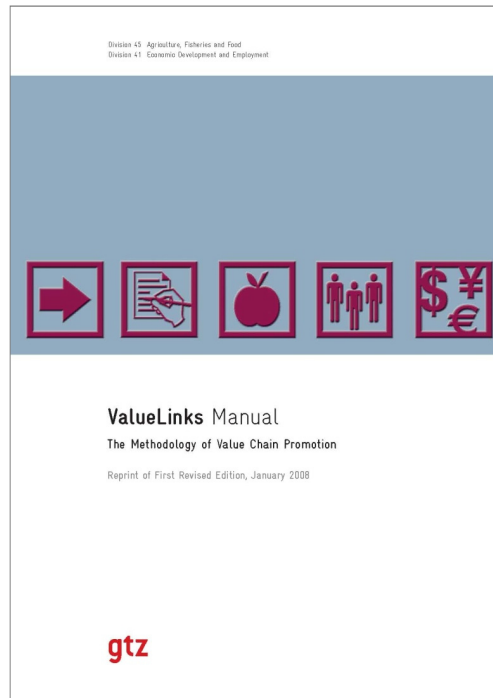


2



15

ValueLinks



2

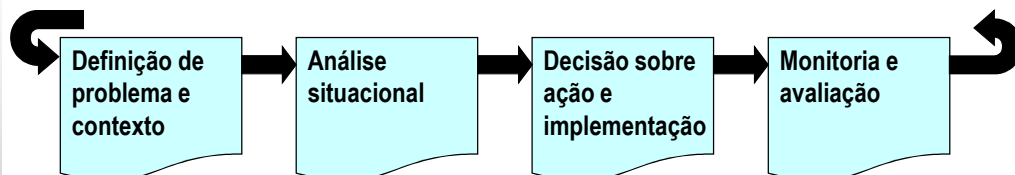


16

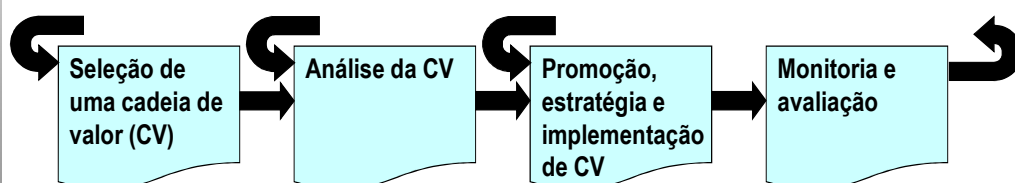
ValueLinks

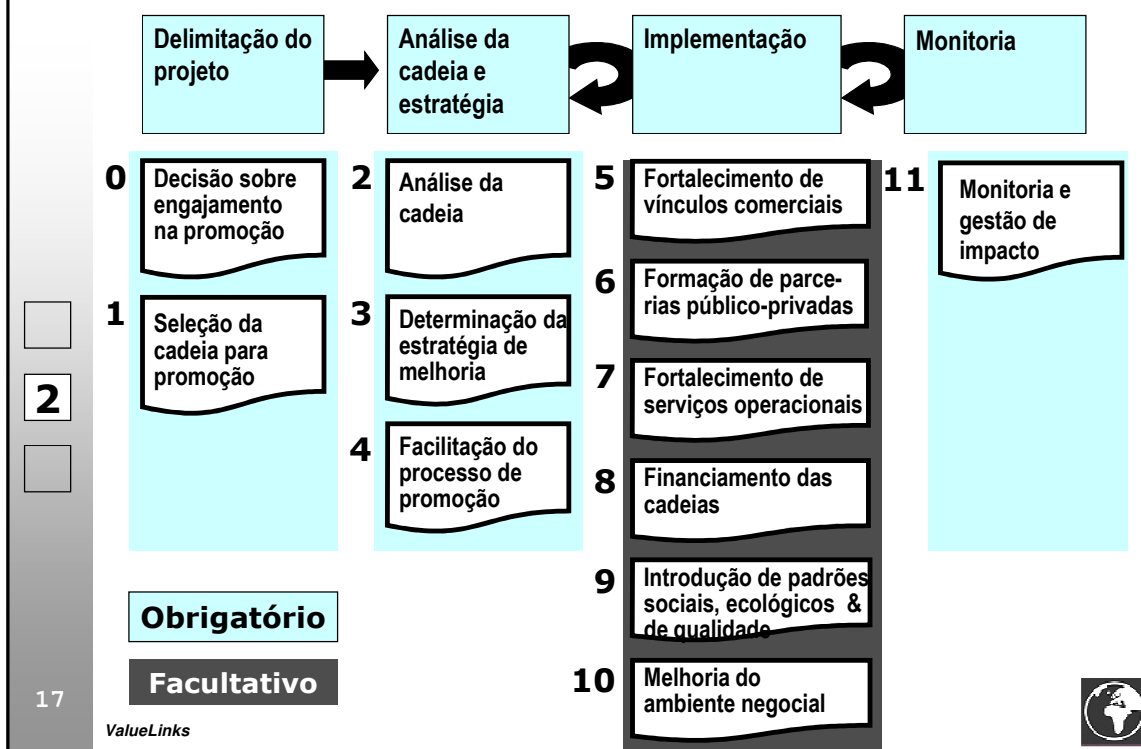
### *Ciclo de projeto da promoção de cadeia de valor*

Procedimentos genéricos do ciclo de projeto



Ciclo de projeto aplicado à promoção da cadeia de valor



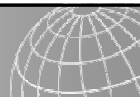


## Análise e tomada de decisão

Módulos	Temas / Tarefas
<b>Módulo 0</b> Decisão sobre engajamento na promoção	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Avaliar potenciais e limitações da promoção de CV</li> <li>▪ Combinar a promoção da CV com outras abordagens de desenvolvimento</li> </ul>
<b>Módulo 1</b> Seleção da cadeia para promoção	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Determinar o escopo da CV a ser promovida</li> <li>▪ Realizar e apoiar pesquisas de mercado</li> <li>▪ Estabelecer prioridades ao longo da CV</li> </ul>
<b>Módulo 2</b> Análise da cadeia	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mapeamento da cadeia</li> <li>▪ Quantificação e análise detalhada da CV</li> <li>▪ Análise econômica da CV</li> </ul>
<b>Módulo 3</b> Determinação da estratégia de melhoria	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acordar a visão</li> <li>▪ Análise de oportunidades e limitações de melhoria da CV</li> <li>▪ Estabelecer objetivos operacionais de melhoria</li> <li>▪ Identificar atores para implementação de atividades de melhoria</li> <li>▪ Prever o impacto da melhoria da CV</li> </ul>
<b>Módulo 4</b> Facilitação do processo de promoção	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Delimitar os papéis dos atores públicos, privados, bem como das agências de cooperação</li> <li>▪ Desenhar um processo e estabelecer pontos de entrada e saída</li> <li>▪ Organizar o projeto de promoção da CV e disseminá-lo</li> <li>▪ Institucionalizar a ação coletiva dos atores da CV</li> </ul>

18 ValueLinks





## Campos de implementação e ações de apoio

<i>Módulos</i>	<i>Temas / Tarefas</i>
<b>Módulo 5</b> Fortalecimento de enlaques comerciais e associativos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intermediar a cooperação vertical – contratação fornecedor / comprador</li> <li>▪ Adotar a cooperação horizontal – associações de produtores</li> <li>▪ Articulação comercial (Business Matchmaking)</li> </ul>
<b>Módulo 6</b> Formação de parcerias público-privadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Engajar empresas privadas no desenvolvimento</li> <li>▪ Tecer acordos de parceria público-privadas</li> </ul>
<b>Módulo 7</b> Fortalecimento de serviços operacionais	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Avaliar as necessidades e mercados de serviços</li> <li>▪ Fortalecer mercados e acordos de serviços privados</li> <li>▪ Melhorar o atendimento dos fornecedores de serviços públicos</li> <li>▪ Uso estratégico de serviços operacionais temporários</li> </ul>
<b>Módulo 8</b> Financiamento das cadeias	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intermediar acordos de financiamento da CV</li> <li>▪ Destinar fundos públicos para o desenvolvimento da CV</li> </ul>
<b>Módulo 9</b> Introdução de padrões sociais, ecológicos & de qualidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Facilitar o desenvolvimento de padrões</li> <li>▪ Acompanhar a implementação de padrões</li> <li>▪ Desenvolver a capacidade para a verificação de padrões</li> </ul>
<b>Módulo 10</b> Melhoria do ambiente negocial	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Apoiar iniciativas privadas que abordem limitações a nível macro</li> <li>▪ Impulsionar políticas coerentes para a promoção de CV</li> </ul>

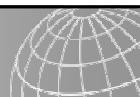


2



19

ValueLinks



## Monitoria

<i>Módulo</i>	<i>Temas / Tarefas</i>
<b>Módulo 11</b> Monitoria e gestão de impacto	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Formular hipóteses de promoção de CV</li> <li>▪ Verificar hipóteses de impacto</li> <li>▪ Gestão orientada a resultados</li> </ul>



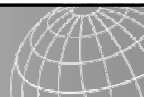
2



20

ValueLinks





## Cadeias de valor – introdução

### Conteúdo

- 1 Cadeias de valor – sob uma perspectiva de desenvolvimento
- 2 Conceito de “ValueLinks”
- 3 Delimitação & seleção de uma cadeia de valor para a promoção**

## Classificação de atividades / produtos



	Agricultura & Alimentos	Turismo	Têxtil & Vestuário
<b>Sector</b>	Horticultura Laticínios Carne Flores ...	Turismo Aventura Turismo Cultural Turismo de Lazer Conferências ...	Vestuário Têxteis Tapeçaria ...
<b>Sub Sector</b>	...	...	...
<b>Cadeia</b>	Ex. horticultura: - Feijão - Tomates - ...	Ex. turismo aventura: - Visita a Parques Nacionais - Observação de animais - Excursões - ...	Ex. Vestuário: - Roupas - Malha / Tricô - ...
<b>Canal</b>	De acordo com o produto final / sistema de marketing - ex. tomates vendidos em supermercados	De acordo com o sistema de marketing - ex. como parte de um pacote oferecido pelos operadores de turismo	De acordo com sistemas de marketing e de vendas ao varejo - ex. Roupas de marca vendidas em lojas especializadas



**Questões-chave:**

Qual o custo do produto para o consumidor?

Quais as perspectivas para o crescimento da demanda?

Há demanda do produto por parte dos comerciantes?

**3**

23

ValueLinks

**Questões-chave:**

Quantos produtores estão envolvidos atualmente?

O produto requer grande escala de produção?

O produto requer grandes investimentos de capital?

São utilizadas tecnologias em detrimento da mão-de-obra local?

A produção e a comercialização requerem serviços adicionais que possam ser prestados localmente?

**3**

24

ValueLinks



**Potencial de crescimento, competitividade**

- Demanda de mercado / potencial de crescimento / potencial para agregar valor não atendidos
- Vantagens comparativas nos mercados nacionais e de exportação (produto único, vantagem de custo, proximidade dos mercados consumidores)
- Concorrentes e seus produtos



3

**Potencial de benefícios sociais e redução de pobreza**

- Potencial para a geração de renda,
- Potencial para a criação de emprego,
- Relevância para os mais pobres, inclusão social, participação de PMEs
- Relevância para as mulheres
- Padrões sociais e ecológicos

25

ValueLinks

**Perspectivas de êxito**

- Ambiente político propício
- Iniciativas próprias das contrapartes da CV, compromisso
- Predisposição para a mudança
- Urgência das intervenções



3

**Abrangência**

- Número de empresas, número de domicílios
- Cobertura regional

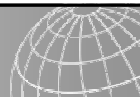
**Aspectos relacionados ao programa**

- Relevância para componentes do programa, demanda dos parceiros
- Sinergias/ vínculos/ cooperação com outros programas
- Problemas que podem ser abordados pelo programa, valor agregado & experiências próprias que possam contribuir
- Relevância para a área de intervenção do programa

26

ValueLinks





Seleção de cadeias de valor alternativas no Programa Germano-tailandês de Competitividade das Empresas Privadas (PEC) na Tailândia			
<i>Critérios e seus pesos</i>	<i>Pontuação para cada CV alternativa</i>		
	CV 1	CV 2	CV 3
<b><i>Demanda do mercado e potencial de crescimento inclusivo (peso 15%)</i></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribuição do subsetor ao PIB / receita de exportações</li> <li>• Perspectivas positivas de crescimento e oportunidades de renda e emprego</li> </ul>			
<b><i>Alcance (peso 15%)</i></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número ou importância das PMEs no subsetor e sua distribuição ao longo da cadeia de valor</li> <li>• Emprego estimado no subsetor</li> <li>• Localização dos principais atores da CV (clusters) nas áreas rurais</li> </ul>			
<b><i>Classificação de Prioridade Nacional (peso 20%)</i></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Setor de prioridade política conforme expresso em discursos ou planos governamentais</li> </ul>			
<b><i>Oportunidades para a Intervenção do Programa (peso 30%)</i></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existência de restrições / gargalos que o programa poderia superar</li> </ul>			
<b><i>Relevância dos temas transversais (peso 10%)</i></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta probabilidade de impacto sobre a pobreza ou sobre segmentos socialmente excluídos da sociedade</li> <li>• Oportunidades de impactar temas ambientais e sociais críticos</li> </ul>			
<b><i>Complementaridade da Intervenção (peso 10%)</i></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existência de outras atividades importantes de atores / doadores (oportunidades de sinergias, nichos, coordenação)</li> </ul>			
<b><i>Pontuação total</i></b>			