



# Proyecto especial para el fortalecimiento del desarrollo empresarial de la red RENDRUS del estado de Coahuila de Zaragoza

Toluca, 29 de noviembre de 2013



# Objetivo

Favorecer el **fortalecimiento** de las **capacidades administrativas y de gestión** entre las empresas agropecuarias y/o proyectos susceptibles de participar en la RENDRUS en el estado de Coahuila.

## Objetivos específicos:

- Elaborar un **diagnóstico** de las empresas rurales exitosas.
- Diseñar de manera conjunta con la empresa, un **programa de trabajo para el fortalecimiento** de sus capacidades administrativas y de gestión.
- Dar **seguimiento** y sistematizar experiencias
- Favorecer la **consolidación e integración territorial** a través de una **innovación** empresarial proactiva



# Un apunte teórico

Un clúster, o complejo productivo, implica simultáneamente:



## **Entonces, un clúster es:**

- Un fenómeno dinámico
- Basado en modos de cooperación
- Sustentado una cultura productiva
- Cuyos aspectos más dinámicos son:
  - Saber cómo (know how)
  - Capacidad de innovación

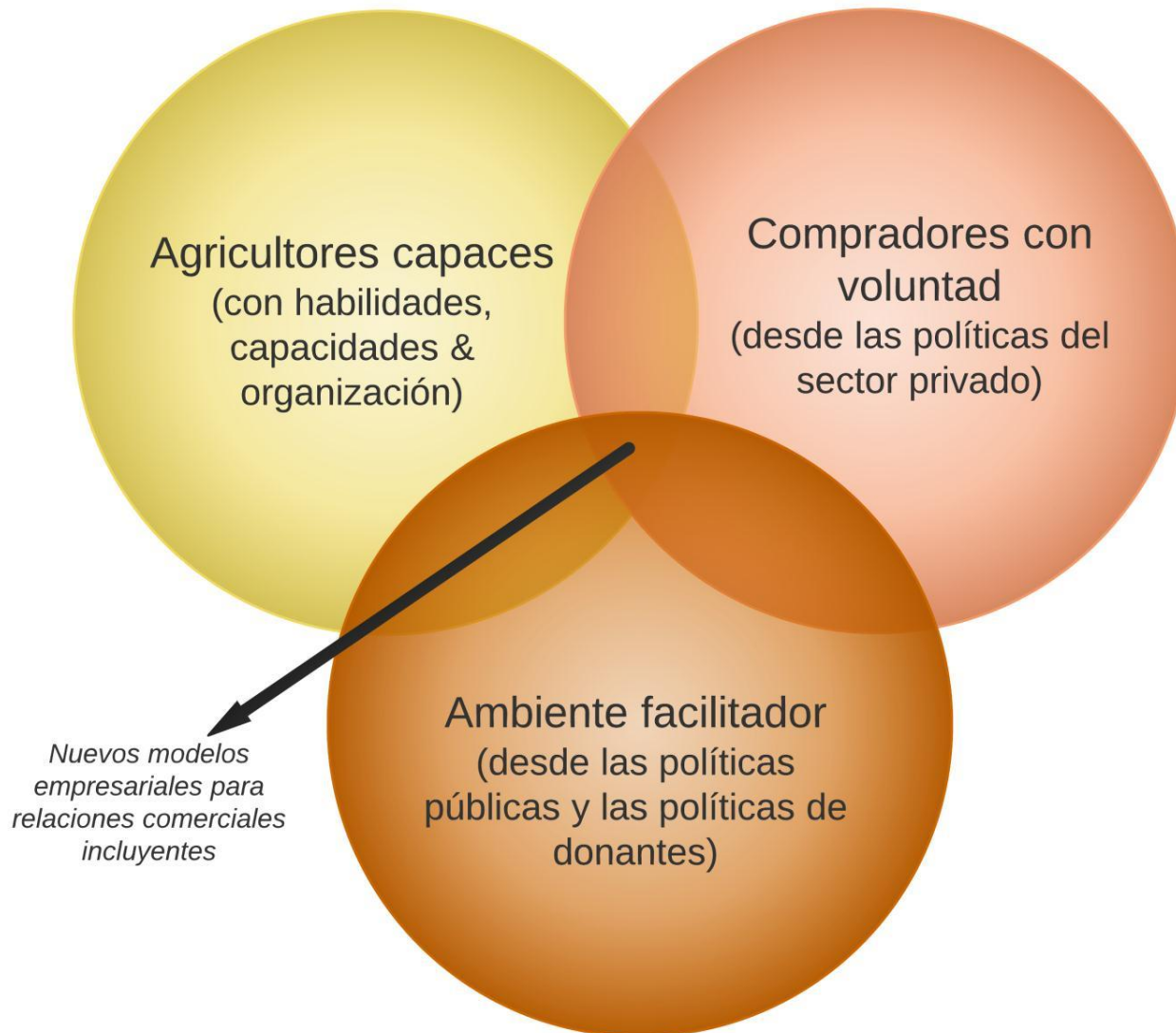
## Entonces, un clúster es:

- Un fenómeno dinámico
- Basado en modos de cooperación
- Sustentado una cultura productiva
- Cuyos aspectos más dinámicos son:
  - Saber cómo (know how)
  - Capacidad de innovación

**Surge en un ambiente innovador de aprendizaje**

**Donde prevalece la habilidad de hacer las cosas bien hechas**

# La meta es la construcción de relaciones comerciales sustentables e incluyentes en los territorios rurales



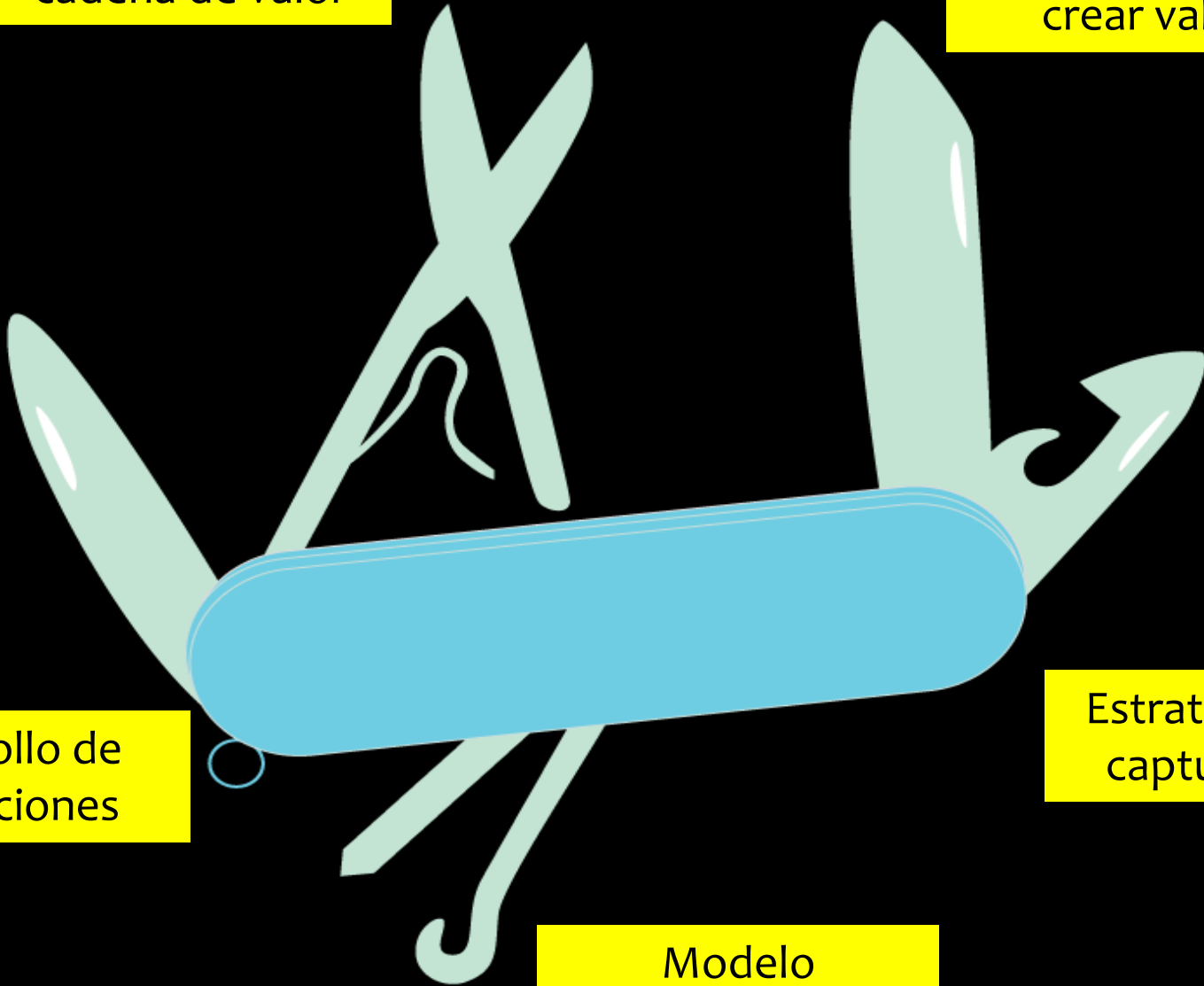
Mapeo de la  
cadena de valor

Estrategias para  
crear valor

Desarrollo de  
innovaciones

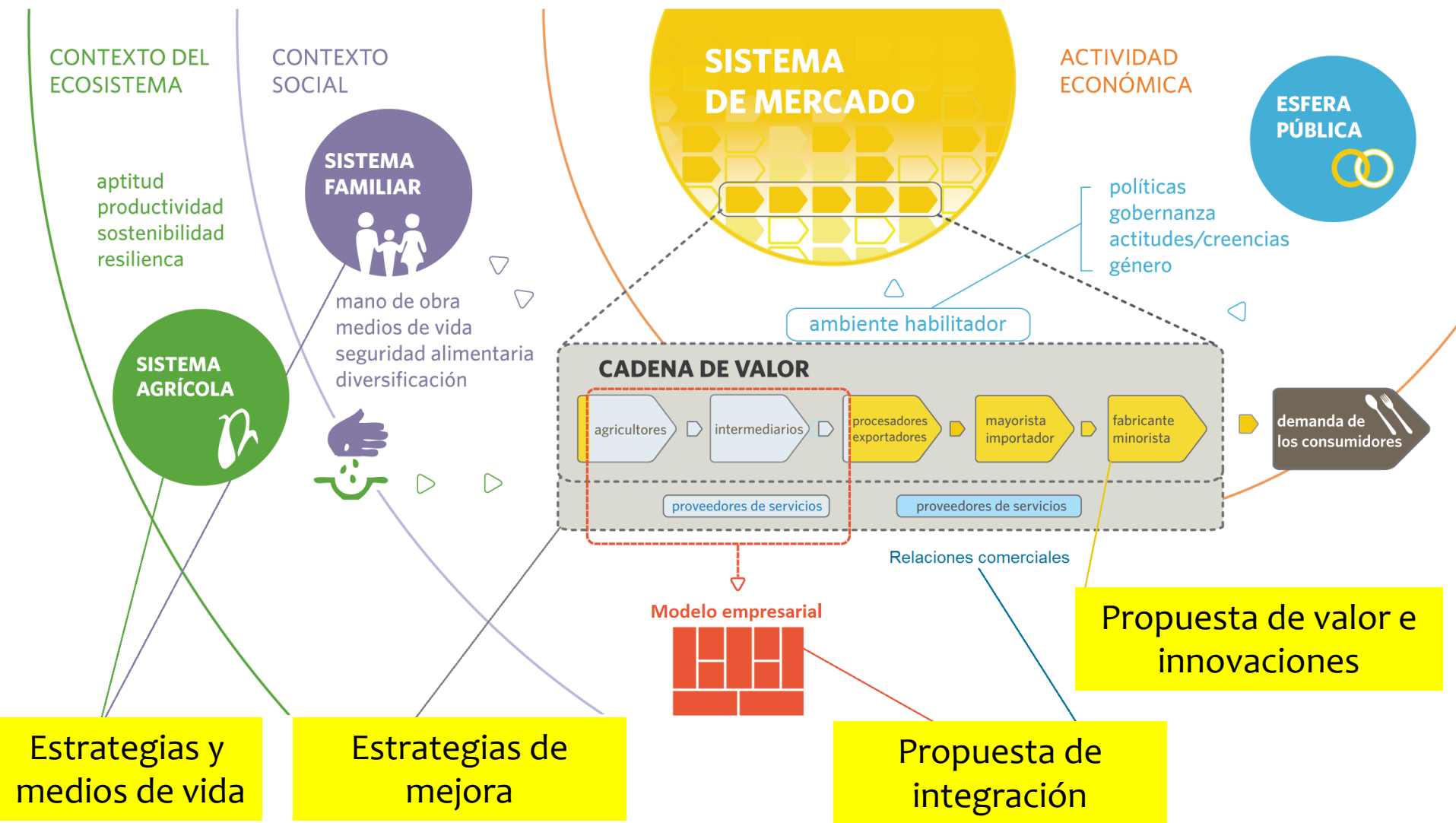
Estrategias para  
capturar valor

Modelo  
empresarial





# Hacia un modelo empresarial incluyente con productores rurales: el mapeo



## 1. CLIENTES



¿Para quiénes estamos generando valor?  
¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?

## 2. PROPUESTA DE VALOR



¿Qué valor entregamos al cliente?  
¿Cuáles de las necesidades de nuestro cliente estamos satisfaciendo?

## 3. CANALES



¿Mediante qué canales accedemos a los diferentes segmentos de clientes?

## 4. RELACIONES CON LOS CLIENTES



¿Qué tipo de relación espera de nosotros cada segmento de clientes?

## 5. FUENTES DE INGRESOS



¿Por qué propuesta de valor están dispuestos a pagar nuestros clientes?  
¿Por qué propuesta de valor pagan actualmente?

## 6. RECURSOS CLAVE



¿Qué recursos clave requiere nuestra oferta de valor?

## 7. ACTIVIDADES CLAVE



¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

## 8. SOCIOS CLAVE



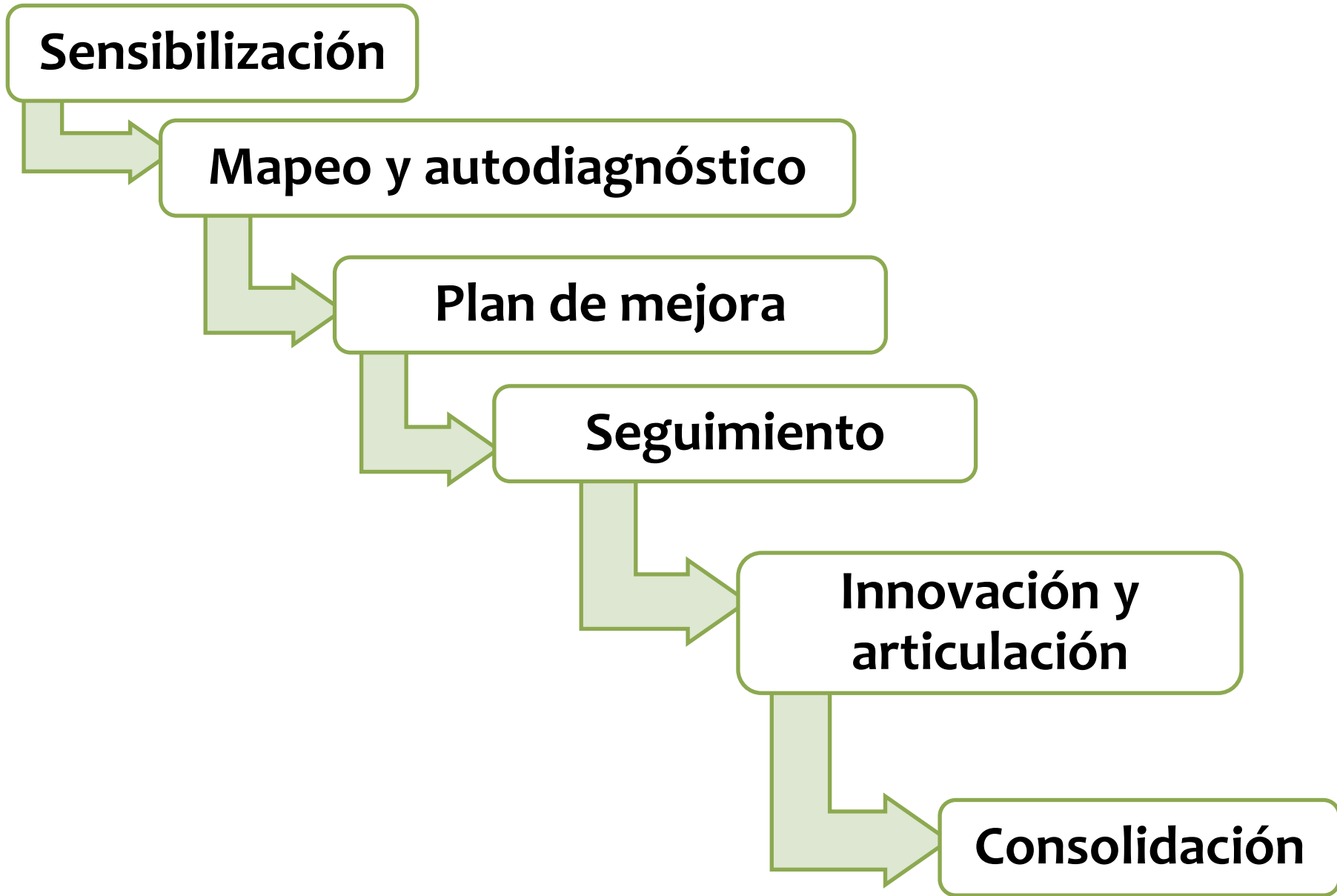
¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave?

## 9. ESTRUCTURA DE COSTOS



¿Cuáles son los costos más importantes en nuestro modelo?

# Autodiagnóstico



**Estrategia operativa**

# Resultados

Autodiagnósticos 18

---

Programas de seguimiento 18

---

Clúster con perspectivas de consolidación:

---

Pesca

---

Bovinos de carne

---

Lácteos

---

Carne seca

---

Caprinos

---

Nuez

---

La mejor  
manera de  
tener **una  
buena idea**  
es tener un  
montón de  
ideas

# GRACIAS

[lalopbar@yahoo.com.mx](mailto:lalopbar@yahoo.com.mx)

[www.lopezbarbosa.jimdo.com](http://www.lopezbarbosa.jimdo.com)

LINUS PAULING, PREMIO NOBEL DE QUÍMICA DE 1954



**SEDER**

Secretaría de Desarrollo Rural

**SAGARPA**

SECRETARÍA DE AGRICULTURA,  
GANADERÍA, DESARROLLO RURAL,  
PESCA Y ALIMENTACIÓN

