

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA

“ANTONIO NARRO”

División de Ciencias Socioeconómicas

Departamento de Economía Agrícola



“Identificación y Priorización de Redes de Valor de las Actividades del Sector Rural. Caso: Municipio de Parras, Coahuila”

Por:

OSCAR MONTAÑO GUTIÉRREZ

TESIS

Presentada como Requisito Parcial para

Obtener el Título de:

LICENCIADO EN ECONOMÍA AGRÍCOLA Y AGRONEGOCIOS

Buenavista, Saltillo, Coahuila, México, Febrero de 2013.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA "ANTONIO NARRO"
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

"Identificación y Priorización de Redes de Valor de las Actividades del Sector Rural.
Caso: Municipio de Parras, Coahuila"

POR:

OSCAR MONTAÑO GUTIÉRREZ

TESIS

Que se somete a consideración del H. Jurado examinador como requisito parcial para
obtener el título de:

LICENCIADO EN ECONOMÍA AGRÍCOLA Y AGRONEGOCIOS

Aprobada por:

PRESIDENTE DEL JURADO



M.C. Rubén Morán Oñate

SINODAL



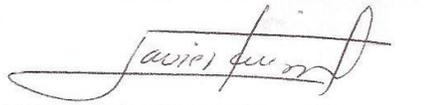
M.C. Esteban Orejón García

SINODAL



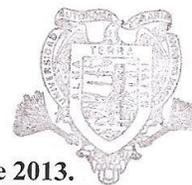
M.C. Arturo Guevara Villanueva

COORDINACIÓN DE LA DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS



M.C. Vicente Javier Aguirre Moreno

Buenavista, Saltillo, Coahuila, México, Febrero de 2013.



DIV. CS. SOCIOECONÓMICAS
COORDINACIÓN

Dedicatorias

A mis padres:

C. Alejandra Gutiérrez de Montaña y C. Misael Montaña de Gutiérrez

A ustedes que me dieron la vida y que han sido el motivo de mis ánimos de seguir adelante, porque con sus grandes esfuerzos y apoyo incondicional han logrado hacerme lo que soy, porque muchos de mis sueños no fuesen posibles sin su ayuda; quiero decirles que siempre han sido un gran complemento en mi vida.

Siempre he valorado y valoraré el amor y el gran aprecio que me han brindado, y por los buenos valores y principios que han sabido inculcar en mi persona, también los regaños que en su momento me dieron para corregirme en lo malo; porque gracias a todo ello hemos llegado a alcanzar este triunfo en mi vida profesional y hoy nuestros esfuerzos no son en vano.

Que Dios me los bendiga y me los tenga siempre. Con gran respeto y admiración reciban de mí un agradecimiento especial, su hijo Oscar.

A mis hermanos:

Teresa, a ti por ser mi hermana mayor, por tus buenos consejos y los mejores ánimos para que pudiéramos lograr este objetivo, y porque has sabido entenderme siempre y perdonar los errores y malos ratos que por cualquier motivo hemos enfrentado; pero lo más valioso e importante es estar unidos siempre como familia.

Amado, a ti por ser mi gran compañía y un gran apoyo siempre durante nuestra estancia en la universidad, por tu amistad y los ánimos que nos damos para seguir luchando en cada momento de nuestras vidas, Dios te bendiga y felicidades por este logro en tu vida profesional.

Virgen, a ti por ser la última de mis hermanos y la consentida de mamá, porque también has sabido entender lo que es mejor para ti, y seguir luchando y aprendiendo de cada día, gracias por tu gran amistad y compañía, espero ser un ejemplo para ti.

A mis cuñados:

Miguel, a ti por tus consejos y los ánimos que me has brindado siempre para seguir adelante, te admiro y te respeto por ser una gran persona y por ser mi amigo; siempre te considero porque eres parte de mi familia.

Malleni, a ti por tu amistad y tus ánimos de siempre, ahora nos toca seguir luchando y triunfar en cada objetivo en la vía de la vida profesional, felicidades.

A mis sobrinos: Ashley, Betzy y Alexis

A ustedes por ser los miembros más pequeños de la familia, por sus diversiones y aprecio; porque llegarán a ser personas de grandes triunfos, espero también ser un ejemplo para ustedes.

¡Los quiero!

A Lupita Zárate

A ti por ser mi amiga y compañera de siempre, gracias por los momentos que pasamos juntos, por tu amistad y cariño; siempre recordaré y valoraré las cosas que has sabido hacer por mí, y por los ánimos que me das para seguir triunfando; no sé cuál sea el destino de nuestras vidas pero hoy te admiro y te respeto porque eres una gran persona.

A mis amigos y compañeros

En hora buena a todos mis amigos y compañeros con los que compartí gratos momentos durante nuestra estancia en éste nuestro segundo hogar, quiero desearles la mejor de las suertes y que sigan triunfando con los ánimos de siempre en cada objetivo que se propongan en sus vidas.

Dios los bendiga y ojalá algún día nos volvamos a encontrar.

Agradecimientos

A Dios

El ser supremo que bajo su bendición he caminado y triunfado día con día, por darme el don del entendimiento y la sabiduría, y guiarme en cada paso de mi vida.

A mi “ALMA TERRA MATER”

La gloriosa Universidad Autónoma Agraria “Antonio Narro”, el nombre que siempre pondré en alto, y al Departamento de Economía Agrícola, por albergarme en esta etapa de mi vida y por todo lo que me han brindado que va más allá del conocimiento.

Al M.C. Rubén Morán Oñate quien fue mi asesor principal, por su dirección en este trabajo y el tiempo dedicado a la revisión de mis avances y por hacer las observaciones y aportaciones con el fin de mejorar la calidad de esta investigación; por su confianza y apoyo en todo momento; lo admiro y respeto por ser una gran persona pero sobre un gran amigo.

Al M.C. Esteban Orejón García por su orientación, por su apoyo, y el tiempo que le dedicó a las revisiones de mis avances y por dejarme ver en su persona y en su trabajo que la misión comprometida es la base de la experiencia y la recomendación en el campo del profesionalismo.

Al M.C. Arturo Guevara Villanueva por sus observaciones y aportaciones para que este trabajo se desarrollara de la mejor manera y por el tiempo que le dedicó para su revisión; porque sin la ayuda de cada uno de ustedes esta investigación no hubiese sido posible.

A todos y cada uno de los profesores que aportaron con su granito de arena a través del traspaso de grandes conocimientos y experiencias profesionales con los cuales hicieron posible mi formación como profesionalista. ¡Un reconocimiento especial!

ÍNDICE DE CONTENIDO

	PÁGINA
ÍNDICE DE CUADROS.....	i
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ii
ÍNDICE DE MAPAS.....	iii
INTRODUCCIÓN.....	iv

CAPÍTULO I. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.3 Justificación.....	3
1.4 Objetivos.....	5
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos.....	6
1.5 Hipótesis.....	6
1.6 Variables.....	6
Variable dependiente.....	6
Variables independientes.....	6
1.7 Cometario final.....	7

CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DEL TERRITORIO DEL MUNICIPIO DE PARRAS, COAHUILA

2.1 Diagnóstico Biofísico.....	8
2.1.1 Localización, colindancia y extensión territorial.....	8
2.1.2 Aspectos del medio ambiente.....	10
2.1.2.1 Clima.....	10
2.1.2.2 Hidrografía.....	11
2.1.2.3 Orografía.....	11
2.1.2.4 Flora y fauna.....	11
2.1.2.5 Edafología.....	12

2.1.3	Uso del suelo y vegetación.....	12
2.1.3.1	Uso agrícola.....	12
2.1.3.2	Uso pecuario.....	12
2.1.3.3	Zona urbana.....	13
2.2	Diagnóstico Socioeconómico.....	14
2.2.1	Demografía.....	14
2.2.2	Principales actividades económicas en el municipio.....	16
2.2.2.1	Agricultura.....	16
2.2.2.2	Principales actividades en los Ejidos.....	16
2.2.2.3	Ganadería.....	17
2.2.2.4	Minería.....	18
2.2.2.5	Organización de productores.....	18
2.2.2.6	Sector industrial.....	18
2.2.2.7	Sector comercio.....	20
2.2.2.8	Turismo.....	22
2.2.3	Educación.....	23
2.2.4	Salud.....	24
2.2.4.1	Asistencia social.....	25
2.2.5	Servicios públicos.....	27
2.2.5.1	Agua potable.....	27
2.2.5.2	Drenaje.....	28
2.2.5.3	Ecología.....	28
2.2.5.4	Electrificación.....	29
2.2.5.5	Pavimentación.....	29
2.2.5.6	Banquetas y guarniciones.....	29
2.2.6	Infraestructura y servicios básicos.....	30
2.2.6.1	Vivienda.....	30
2.2.7	Comunicaciones y transportes.....	30
2.2.7.1	Vías de comunicación.....	31
2.2.7.2	Medios de comunicación.....	31
2.3	Comentario final.....	32

CAPÍTULO III. MARCO CONCEPTUAL Y METODOLOGÍA

3.1	Teorías y enfoques de la competitividad territorial.....	33
3.2	Determinantes de la ventaja competitiva.....	35
3.3	La cadena de valor.....	38
2.3.1	Definición de la cadena de valor.....	38
2.3.2	Eslabones dentro de la cadena de valor.....	39
3.4	Panorama competitivo y la cadena de valor.....	39
3.4.1	Condiciones de los factores.....	40
3.4.2	Condiciones de la demanda.....	41
3.4.3	Sectores conexos y auxiliares.....	42
3.4.4	Estrategias, estructura y rivalidad de la empresa.....	42
3.4.5	El papel del gobierno	43
3.5	Concepto de Red.....	44
3.6	Concepto de Valor.....	44
3.6.1	Definición de valor.....	45
3.7	La Red de Valor.....	46
3.7.1	Roles y patrón de interacciones.....	47
3.7.2	Estructura de la red de valor.....	50
3.7.3	Análisis de la red de valor.....	52
3.8	Concepto de Clúster (Sistema de valor).....	52
3.9	Metodología.....	53
3.10	Comentario final.....	54

CAPÍTULO IV. DETERMINACIÓN DE LA RED DE VALOR DE NUEZ EN PARRAS, COAHUILA

4.1	Selección de Red de Valor.....	55
4.2	Procedimiento y mecánica de selección de las redes de valor a analizar.....	55
4.3	Criterios de valorización.....	56
4.4	Ponderación, comparación y valoración de las redes de valor analizadas.....	57
4.5	Justificación de la red de valor seleccionada.....	58
4.6	Perfil del productor.....	59
4.7	Producción y recolección.....	59

4.7.1	Actividades en el sistema de producción y recolección.....	60
4.8	Articulación y reconocimiento.....	63
4.9	Comercialización.....	64
4.10	Problemas identificados.....	65
4.10.1	Financiamiento y crédito.....	65
4.10.2	Alguna perspectivas y comportamientos.....	65
4.10.3	Comercialización y mercados.....	66
4.11	Estructura de la Red de Valor (Diamante de Porter).....	66
4.12	Comentario final.....	69

CAPÍTULO V. CONSTRUCCIÓN DEL ÁRBOL DE PROBLEMAS Y ALTERNATIVAS

5.1	Árbol de problemas.....	70
5.1.1	Efectos percibidos por los actores y su argumentación.....	71
5.1.2	Complejo causal y su argumentación.....	73
5.1.3	Formulación del problema central y su argumentación.....	76
5.2	Estrategia para el Desarrollo Sustentable y la Competitividad de la Red de Valor de Nuez en el municipio de Parras, Coahuila.....	77
5.2.1	Visión estratégica para la mejora de la competitividad de la Red de Valor de Nuez en el municipio de Parras, Coahuila.....	77
5.2.2	Misión estratégica para la mejora de la competitividad de la Red de Valor de Nuez en el municipio de Parras, Coahuila.....	78
5.3	Árbol de oportunidades/alternativas consensuados con los actores interesados.....	78
5.3.1	Líneas estratégicas.....	79
5.3.2	Líneas de acción.....	81
5.3.3	Proyectos propuestos para el logro de las líneas de acción.....	83
5.4	Cometario final.....	84
	CONCLUSIONES	85
	RECOMENDACIONES	88
	BIBLIOGRAFÍA	89
	ANEXOS	91

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO		PÁGINA
Cuadro 1:	Principales variables y aspectos a considerar en el estudio.....	7
Cuadro 2:	Distribución de la población por grupos quinquenales de edad y sexo, 2010.....	15
Cuadro 3:	Indicadores demográficos, 2010.....	15
Cuadro 4:	Población hablante de lengua indígena, 2010.....	16
Cuadro 5:	Principales actividades económicas en los Ejidos del municipio de Parras, Coahuila.....	17
Cuadro 6:	Industrias ubicadas en el municipio de Parras, Coahuila.....	19
Cuadro 7:	Población económicamente activa en el municipio de Parras, Coahuila.....	22
Cuadro 8:	Principales instituciones educativas existentes en el municipio de Parras, Coahuila.....	23
Cuadro 9:	Escuelas profesionales técnicas en Parras, Coahuila.....	23
Cuadro 10:	Escuelas de nivel profesional en Parras, Coahuila.....	24
Cuadro 11:	Servicios básicos de salud en el municipio de Parras, Coahuila.....	24
Cuadro 12:	Plantas potabilizadoras de agua en operación en Parras, Coahuila.....	27
Cuadro 13:	Cobertura de servicios públicos, de acuerdo a apreciaciones del Ayuntamiento.....	29
Cuadro 14:	Infraestructura vial de Parras, Coahuila.....	30
Cuadro 15:	Niveles de análisis del grado de interacción de una red de valor.....	48
Cuadro 16:	Productos agropecuarios y silvícolas más relevantes de la Subcuenca RH-36-E-b “Laguna de Mayrán”.....	56
Cuadro 17:	Selección y determinación de criterios para el municipio de Parras, Coahuila.....	56
Cuadro 18:	Matriz y valoración de criterios y ponderación para productos observados.....	57
Cuadro 19:	Resultados de la ponderación para diferentes productos observados para la Subcuenca RH-36-E-b “Laguna de Mayrán”.....	58
Cuadro 20:	Principales variedades de nuez producidas en Parras, Coahuila.....	60
Cuadro 21:	Principales actividades en el sistema de producción y recolección.....	60

Cuadro 22:	Efectos percibido por los actores de la Red de Nuez en el municipio de Pararas, Coahuila.....	72
Cuadro 23:	Complejo causal de la Red de Valor de Nuez en el municipio de Parras, Coahuila.....	73
Cuadro 24:	Efectos percibidos por los actores de la Red de Valor de Nuez en el municipio de Parras, Coahuila.....	80
Cuadro 25:	Líneas estratégicas del árbol de problemas de la Red de Valor de Nuez en el municipio de Parras, Coahuila.....	80
Cuadro 26:	Líneas de acción del árbol de problemas de la Red de Valor de Nuez en el municipio de Parras, Coahuila.....	82

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA	PÁGINA	
Figura 1:	Diamante de los determinantes de la ventaja competitiva.....	5
Figura 2:	Diamante de los determinantes de la ventaja nacional.....	36
Figura 3:	El sistema de valor.....	37
Figura 4:	Componentes de la cadena de valor.....	38
Figura 5:	Sistema completo de los determinantes de la ventaja competitiva nacional.....	40
Figura 6:	Papel del gobierno en las condiciones de los factores.....	44
Figura 7:	La Red de Valor.....	50
Figura 8:	Estrategia de ecosistema.....	51
Figura 9:	Flujograma del proceso de recolección y comercialización de nuez en Parras, Coahuila.....	62
Figura 10:	Cadena de comercialización de nuez en Parras, Coahuila.....	64
Figura 11:	Diamante de la Red de Valor de Nuez.....	67
Figura 12:	Árbol de problemas de la Red de Valor de Nuez del territorio de Parras, Coahuila.....	71
Figura 13:	Árbol de oportunidades/alternativas de la Red de Valor de Nuez del territorio de Parras, Coahuila.....	79

ÍNDICE DE MAPAS

MAPAS		PÁGINA
Mapa 1:	Ubicación de Parras, Coahuila.....	9
Mapa 2:	Climas del municipio de Parras, Coahuila.....	10
Mapa 3:	Suelos determinantes de Parras, Coahuila.....	13

INTRODUCCIÓN

Este documento es producto de la integración de varios análisis fundamentados en la investigación metodológica realizada en el campo agropecuario y las problemáticas detectadas en el municipio de Parras, Coahuila, bajo el enfoque de Redes de Valor en las diferentes actividades del sector rural de este municipio y que formó parte del proyecto de desarrollo registrado en el Departamento de Economía Agrícola denominado “Planeación y Desarrollo Microregional en el municipio de Parras, Coahuila (Subcuenca RH-36-E-b)” como resultado del Proyecto Institucional para la Concurrencia Territorial de Microcuencas (PICTeMi) y del Plan Rector de Producción y Conservación coordinado por el FIRCO Gerencia estatal Coahuila. El propósito de esta investigación es analizar y dar a conocer aspectos relacionados con la labor que los pequeños productores de este territorio realizan y cuyo denominador común son las áreas de las actividades agropecuarias y su integración a las Redes de Valor.

Es importante destacar que el presente texto es producto del interés del grupo de profesores asesores y del estudiante y tesista de la carrera de Licenciado en Economía Agrícola y Agronegocios de la Universidad Autónoma Agraria “Antonio Narro”, espacio donde se cultiva el intercambio de conocimiento interdisciplinario entre quienes formamos parte de esta investigación.

Según nos comentan Gil J. y Schmidt (2002), *“Con el paso del tiempo se ha venido cambiando el análisis de redes por el enfoque de estudio que le da a las redes una innovación teórica, metodológica y tecnológica; de tal manera que los problemas sociales se visualizan desde diferentes ópticas. El análisis de redes ha facilitado la interpretación de los campos en las diferentes actividades económicas, y para formular hipótesis interdisciplinarias para una dimensión en las investigaciones sociales y aplicaciones del análisis de redes. Se ha manifestado en el interés de analizar la comunicación entre personas de un grupo o entorno, la cohesión de un grupo en amistad, la transición de negocios entre organizaciones, el comercio entre unidades productivas y entre otros países, ya sea el flujo de mercancías y capital”*.

Por su parte Rendón (2007), citado por Pérez José L. (2011), dice que *“Una red es una estructura relacional compuesta por actores y vinculaciones dadas entorno a situaciones comunes. Importan las relaciones o vínculos desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo”*.

Bajo esta conceptualización también es importante integrar un enfoque de análisis en la competencia y competitividad productiva de un territorio bajo el mismo enfoque de redes y la integración de valor.

El contenido de esta investigación se ha dividido en cinco grandes capítulos y por último se incluyen las conclusiones y recomendaciones finales.

El primer capítulo integra los Fundamentos de la Investigación como son: antecedentes, planteamiento del problema, justificación, objetivos, hipótesis y las variables. En el segundo se diagnostica el territorio del Municipio de Parras, Coahuila definiendo los aspectos biofísicos y socioeconómicos que lo constituyen. En el tercero se contrastan las teorías y enfoques de las Redes de Valor, el marco conceptual y metodológico que se planteó para el desarrollo de esta investigación.

El cuarto capítulo se compone por los procedimientos metodológicos que se consideraron para exponer la información referente a la actividad nogalera con información básica determinando finalmente la red de valor de la nuez en el municipio de Parras, Coahuila. Y en el quinto y último capítulo se estructura el árbol de problemas ligado a la actividad nogalera de este mismo municipio, así como también el árbol de oportunidades de desarrollo que se presentan para impulsar esta actividad en el área rural del territorio objeto de estudio.

Es importante mencionar que la información que aquí se plasma fue obtenida a través de encuestas aplicadas y la consulta a la información existente en documentos elaborados en el municipio, así como también datos encontrados en línea.

Esta investigación representa la base del análisis territorial introducidas en el enfoque de Redes de Valor como oportunidad de agronegocios en sus diferentes ámbitos y la oportunidad en el proceso de desarrollo de las organizaciones agropecuarias al determinar los indicadores biofísicos, socioeconómicos y sociales del Municipio de Parras, a la vez presentar las alternativas de que permitan la solución de las problemáticas que allí se presentan. La aplicación de los resultados de este trabajo puede lograr mejorar a un cierto grado las condiciones de vida de las familias que habitan en las comunidades del sector rural, mejorando los modos de producción de las actividades agropecuarias, siendo estas actividades agrícolas, ganaderas, forestales y de pesca.

Palabras clave: Red Valor, Competitividad, Enfoque territorial, Nuez, Árbol de Problemas y Alternativas, Actores, Roles, Misión y Visión.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

En este primer capítulo se contrastan los fundamentos de esta investigación, desarrollando los principales aspectos como son: sus antecedentes, planteamiento del problema, justificación, objetivos, hipótesis y las variables.

1.1 Antecedentes

La economía del municipio de Parras de la Fuente, al igual que la economía de otras regiones, la conforman las actividades agropecuarias, industriales y de servicios, jugando un papel importante las actividades agropecuarias que agrupan actividades agrícolas, ganaderas, forestales y de pesca; que para el caso de este municipio que concentra un porcentaje importante de su población en el medio rural, estas actividades en cuanto a la producción de alimentos, generación de ingresos directos e indirectos así como en la conservación racional de los recursos naturales, sin embargo por la situación que guarda la explotación de los recursos naturales las actividades propias del sector agropecuario están condicionadas a la situación por lo que permite identificar problemáticas causadas y oportunidades de desarrollo, materializándose estas últimas a través de proyectos específicos, siendo a través de la construcción de Redes de Valor un mecanismo que permite integrar recursos, actividades y agentes incluidos y que debido a el grado de integración permite identificar las actividades de mayor importancia en la región objeto de estudio.

De lo anterior permite aplicar una metodología sin mayor costo social y económico que permitirá a la vez sustentar las propuestas de mejora en las redes identificadas con valores de priorización partiendo del diagnóstico en el aspecto Biofísico y Socioeconómico de este municipio.

Dentro de los antecedentes que enmarcan las Redes de Valor son los diagnósticos y las redes de actividades priorizadas en el Proyecto Institucional para la Concurrencia Territorial-Microcuencas (PICTeMi) con un enfoque incluyente cuyo objetivo general es impulsar la gestión integral de los recursos suelo y agua de subcuencas y microcuencas, aprovechando el potencial productivo y las ventajas competitivas territoriales, con el propósito de mejorar la inserción de los pequeños productores en Redes de Valor.

De igual manera el (PICTeMi) tiene como objetivos específicos: Construir plataformas de concertación en torno a los Consejos de Desarrollo Rural Sustentable con la concurrencia de los actores que comparten recursos e intereses en común, que permitan el entendimiento mutuo, la negociación y consenso de prioridades, así como la definición de acciones conjuntas, orientadas a la mejora de la gestión del territorio.

Formular iniciativas encaminadas a conservar, regenerar y aprovechar sustentablemente los recursos naturales de las unidades hidrográficas (Subcuencas y Microcuencas): agua, suelo y biodiversidad. Y potencializar la capacidad e integración organizativa de los pequeños productores rurales, para fortalecer la confianza y los vínculos sociales, necesarios para la coordinación, cooperación y apoyo mutuo en torno a intereses compartidos y consensuados. Siendo esta la iniciativa de aplicar esta metodología en el municipio de Parras, Coahuila con el propósito de proponer una mejora en el sistema agropecuario de las comunidades rurales.

Uno de los conceptos importantes que se encuentran dentro de los antecedentes de los sistemas y redes de valor es La Competitividad Territorial. Siendo las características de los sistemas locales se refiere a las relaciones cara a cara entre los diferentes sujetos (sobre todo entre proveedores y usuarios de productos intermedios y de servicios empresariales) que favorece la transmisión encascada de las mejoras tecnológicas y organizativas en el sistema local de empresas, aumentando en su conjunto la eficiencia del sistema local; este es otro de los objetos de estudio de esta investigación ya que una de las prioridades es lograr la competitividad del sector agropecuario de este municipio.

1.2 Planteamiento del problema

Resulta importante realizar un análisis retrospectivo de la región y un diagnóstico profundo de la situación de estos en la actualidad para identificar la problemática, el grado de marginalidad, el potencial productivo y el interés político y social, entre otros de la región y el municipio de Parras. Siguiendo el principal objetivo de estudio se plantean las siguientes cuestiones que en el desarrollo de esta investigación se pretenden contestar.

- ❖ ¿Cuál es la importancia del Diagnóstico biofísico y socioeconómico en la definición del potencial productivo en un territorio y qué papel juega en la creación de una Red de Valor?
- ❖ En base a las anteriores interrogantes y a la situación detectada en el aspecto biofísico y socioeconómico en el área rural del municipio de Parras, Coahuila ¿Cuál sería la competitividad territorial que se tendría bajo el enfoque de redes de valor en el área rural de este Municipio?
- ❖ ¿Cómo se determina una Red de Valor y cuál es su importancia para coadyuvar a la política pública de una actividad económica?
- ❖ ¿Es posible determinar mediante el enfoque de la red de valor, factores potencializables de competitividad productiva en las actividades agropecuarias del sector social rural de un municipio, dado que en la actualidad las políticas públicas en todos sus niveles se enfocan a otorgar apoyos que no generan impacto competitivo en las capacidades humanas, de capitalización y bienestar social?

1.3 Justificación

La Red de Valor es un modelo estructurado de empresas independientes que crean valor a través de la configuración de los recursos y competencias de sus integrantes; diferenciado de la Cadena de valor que son actividades de la empresa que pudieran aportarle una ventaja competitiva potencial y que para aprovechar esas oportunidades depende de la capacidad de la empresa para desarrollar a lo largo de la Cadena de Valor, aquellas actividades competitivas cruciales de una manera mejor que sus competidores.

Uno de los enfoques para ello es considerar el diamante de los determinantes de la ventaja competitiva de Michael Porter (1987), (ver figura1) considerando que la ventaja competitiva (**VC**) es el valor que se genera en las actividades de una cadena de valor, es decir, como la suma de los beneficios percibidos (**Bp**) que el cliente recibe menos los costos percibidos (**Cp**) por él al adquirir y usar un producto o servicio de calidad.

$$VC = \sum Bp - Cp = \text{Ganancia}$$

El análisis de la Competitividad Territorial y la Red de Valor contempla lo anterior y nos permite descubrir lo que el cliente desea, y buscar la satisfacción, pero también de los demás actores de la red de valor (Cadena de valor del proveedor, del competidor, de la unidad productiva en

cuestión, clientes y de otros actores complementadores). La Red de Valor comienza con la empresa tractora (unidad productiva u organización económica) al centro en busca de soluciones, debido a que la generación de valor gira en torno a él.

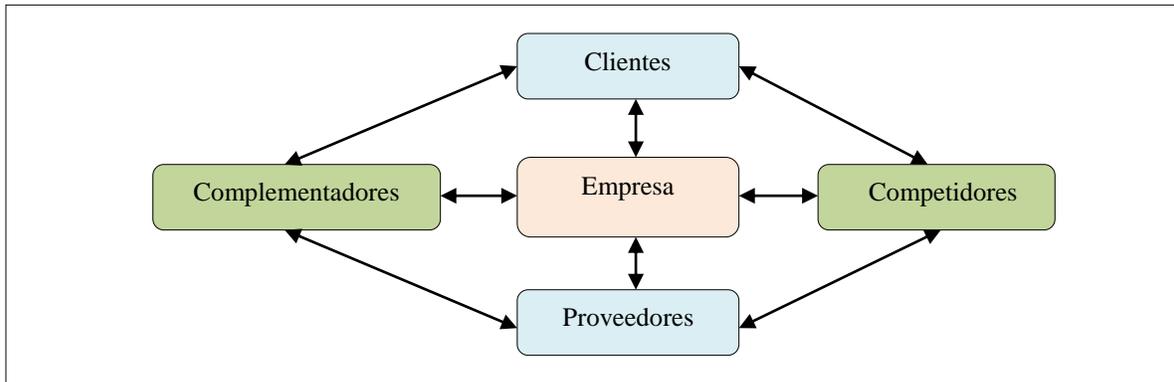
En la Red están incluidos los principales actores como son: la **empresa principal u objeto**; las empresas **proveedoras** o que realizan determinadas partes del producto; las **complementadoras**, quienes se hacen presentes cuando el cliente valora más el producto al realizar una alianza estratégica sumando los beneficios de ambos productos; y los **competidores**, quienes en su afán de mejorar sus procesos y servicios, obligan a empresas objeto a superar a éste, o su producto será menos valorado.

Actores de una red

Se consideran como los principales actores de las Redes de Valor quienes (*ver figura 1*) son:

- a) **Productores:** Es la empresa principal u objeto, quien produce bienes o presta servicios a la sociedad.
- b) **Proveedores:** Son quienes realizan determinadas partes del producto de la empresa objeto o proporcionan algún servicio a los integrantes de la red. Los proveedores mantienen estrecha relación con los productores, y viceversa; esto es debido a que en momentos los productores requieren asesoría cuando se presentan dificultades en sus actividades productivas.
- c) **Complementadores:** Quienes se hacen presentes cuando el cliente valora más el producto al realizar una alianza estratégica sumando los beneficios de ambos productos.
- d) **Competidores:** Quienes en su afán de mejorar sus procesos y servicios, obligan a empresas objeto a superar éste, o su producto será menos valorado.
- e) **Clientes (Acreedores):** Son los consumidores o compradores de los productos o servicios de la empresa objeto. Por su parte forman parte del financiamiento de la red ya que cuando más necesita el recurso económico el productor, son los que solucionan dichos problemas.

Figura 1. Diamante de los determinantes de la ventaja competitiva.



Fuente: Figura disponible en Michael Porter (1987).

En el contexto que maneja Rendón (2007), citado por Pérez José L. (2011), se puede señalar lo siguiente: *“Cualquier actor de una cadena agroalimentaria o red de valor, posee una base de conocimientos y una estructura cognitiva previa a cualquier proceso de intervención, razón por la que los actores participantes en la estrategia pueden, por sí mismos, descubrir y desarrollar nuevas comprensiones y habilidades para mejorar su desempeño actual y nivel de vida.”*

La aportación que hace este estudio como resultado de los análisis y los diagnósticos territoriales en el municipio de Parras, Coahuila puede ser útil en la toma de decisiones para el desarrollo y el agregado de valor de los productos de las actividades agropecuarias como también en la organización de los pequeños productores en busca de lograr la competitividad y la agregación de valor en sus actividades, logrando así el bienestar de las familias del sector rural. Esto último representa uno de los aspectos principales que dieron origen a esta investigación.

1.4 Objetivos

Objetivo General

Analizar la competitividad territorial en el área rural del municipio de Parras, Coahuila bajo el enfoque de redes de valor como mecanismos de generación de valor en las actividades de unidades productivas, organización económica y relación entre los principales actores de la red.

Objetivos Específicos

- ❖ Identificar y analizar la situación biofísica y socioeconómica en el área rural del municipio de Parras, Coahuila para determinar los factores que potencializan o dificultan la competitividad territorial.
- ❖ Conocer los aspectos generales de la teoría de Redes de Valor, y su importancia para determinar de manera específica la problemática y la ventaja competitiva de la actividad productiva en una región o territorio.
- ❖ Realizar un ejercicio práctico para determinar la competitividad en el área rural del municipio de Parras, Coahuila a través de las actividades económicas y su priorización de Redes de Valor.
- ❖ Analizar las estrategias para mejorar la competitividad en el área rural del municipio de Parras, bajo la construcción del árbol de problemas y el árbol de oportunidades/alternativas mediante el enfoque del marco lógico.

1.5 Hipótesis

Dadas las condiciones biofísicas y socioeconómicas prevalecientes en el área rural del municipio de Parras, Coahuila, es posible identificar actividades económicas (agrícola, pecuaria, de explotación forestal, etc.), construir la red de valor en base a la importancia que representan las actividades económicas, priorizando la inclusión de la población y actores, generando el cuidado del medio ambiente y de esta manera contribuir a la competitividad de un territorio y en específico en el área rural y en las actividades agropecuarias.

1.6 Variables

Las variables de análisis para el cumplimiento de los objetivos perseguidos en esta investigación se agrupan de la siguiente manera:

Variable dependiente: La mejora de factores productivos del territorio objeto de estudio; incremento del valor generado; mejora de las actividades realizadas en el sector rural, y recursos naturales mejorados y potencializados.

Variables Independientes: Todas las variables biofísicas, productivas-organizativas y socioeconómicas que afectan a la competitividad territorial, podemos integrar las siguientes. (Cuadro1).

Cuadro 1. Principales variables y aspectos a considerar en el estudio.

Aspecto	Variables
ASPECTO BIOFÍSICO	Localización, clima, hidrología, orografía, flora y fauna, edafología, uso del suelo, vegetación e infraestructura.
ASPECTOS SOCIALES	Población, vivienda, alimentación, educación, salud, servicios públicos, organización, obras de infraestructura hidroagrícola.
ASPECTOS ECONÓMICOS	Tenencia de la tierra, migración, financiamiento, subsidios, valoración de los principales productos agrícolas, indicadores para determinar costo-ingreso, etc.
ASPECTOS PRODUCTIVOS	Inventario agrícola y los tipos de indicadores productivos, inventario pecuario, inventario forestal, inventario minero, destino de la producción, uso del suelo, etc.
ASPECTOS PÚBLICOS	Seguridad, inseguridad, vías de comunicación, relaciones interpersonales, niveles de vida en los sectores rurales.

Fuente: Elaboración Propia.

1.7 Comentario final

En este capítulo se han definido las principales cuestiones que persigue ésta investigación, en su desarrollo se contestarán los diferentes interrogantes que integran el planteamiento del problema, así como también lograr los objetivos generales y específicos evaluando las variables necesarias para comprobar finalmente la hipótesis antes planteada.

Cabe mencionar que las variables que se evalúan en ésta investigación son la base para diagnosticar y evaluar las condiciones territoriales del municipio de Parras, Coahuila, y así poder determinar y priorizar las actividades del sector rural e integrar redes de valor.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DEL TERRITORIO DEL MUNICIPIO DE PARRAS, COAHUILA

En este capítulo se expone la ubicación geográfica, colindancias, extensión territorial y se describen las variables que integran lo correspondiente al estudio biofísico y al estudio socioeconómico del municipio de Parras, Coahuila.

2.1 Diagnóstico Biofísico

En este apartado se describe el aspecto biofísico del territorio que abarca el municipio de Parras, Coahuila, este aspecto comprende en sus diferentes rubros: Localización, colindancias, extensión territorial, aspectos del medio ambiente como son: climas, hidrografía, orografía, flora y fauna, como también describe el uso del suelo y vegetación, uso potencial de la tierra y la edafología.

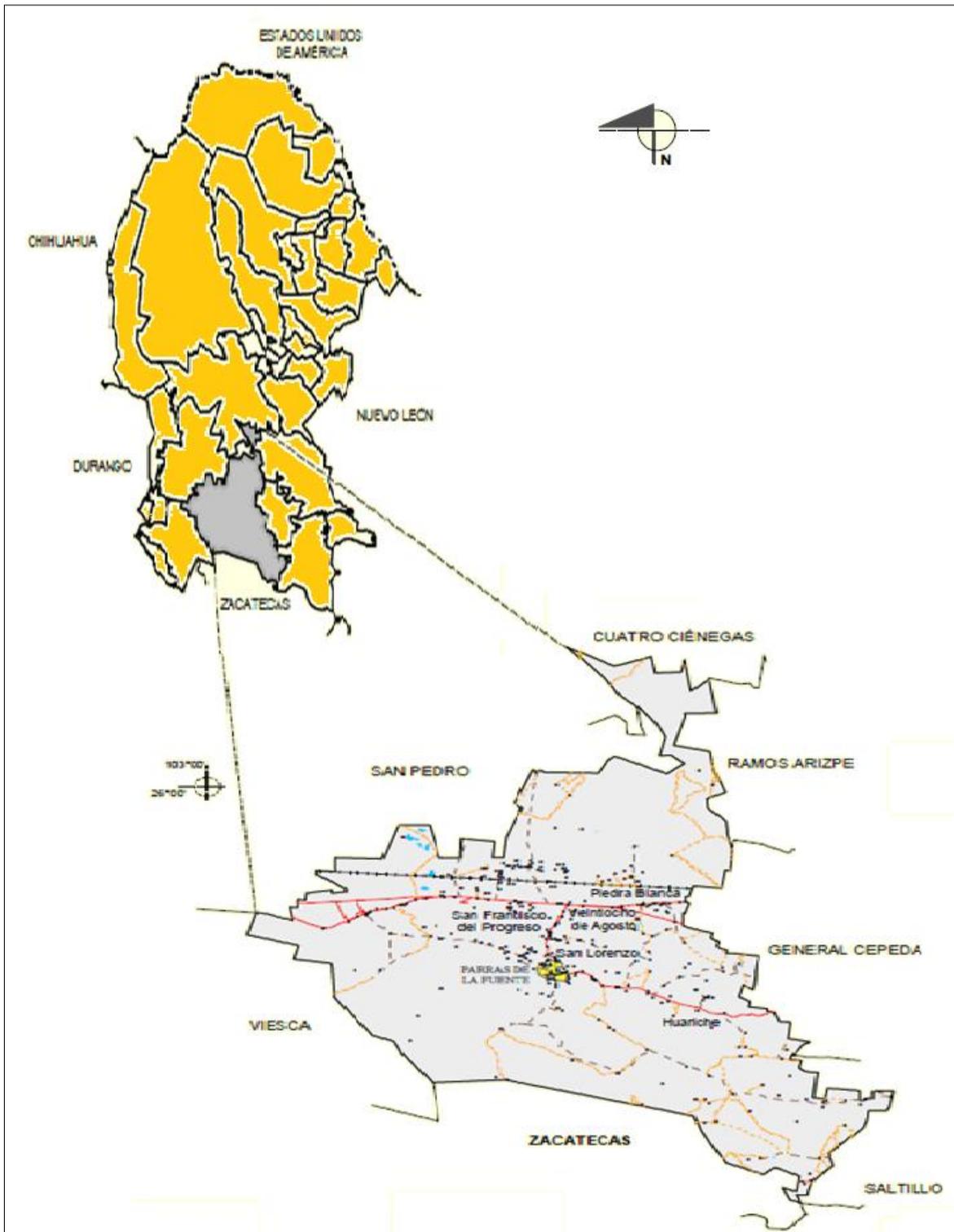
2.1.1 Localización, colindancia y extensión territorial

El municipio de Parras, se localiza en la parte central del sur del estado de Coahuila, entre los paralelos 24° 46' y 26° de latitud norte; los meridianos 102° 55' y 101° 23' de longitud oeste; entre 1000 y 2900 metros, a una altura de 1,520 metros sobre el nivel del mar. Se localiza a una distancia aproximada de 157 kilómetros de la capital del estado.

El Municipio de Parras, limita al norte con el Municipio de Cuatrociénegas; al noreste con el de San Pedro; al sur con los Municipios de Saltillo y Viesca y el estado de Zacatecas; al este con los Municipios de General Cepeda, Ramos Arizpe y Saltillo; y al oeste con los Municipios de Viesca y San Pedro.

En cuanto a la extensión territorial cuenta con una superficie de 9,271.7 kilómetros cuadrados que representa el 7% del total de la superficie del estado, cuenta con 346 localidades y una población total de 45,401 habitantes según el censo de la población 2010.

Mapa 1. Ubicación de Parras, Coahuila.



Fuente: INEGI. Marco Geoestadístico Municipal versión 3.1, Información Topográfica Digital Escala 1:250 000 serie II y III.

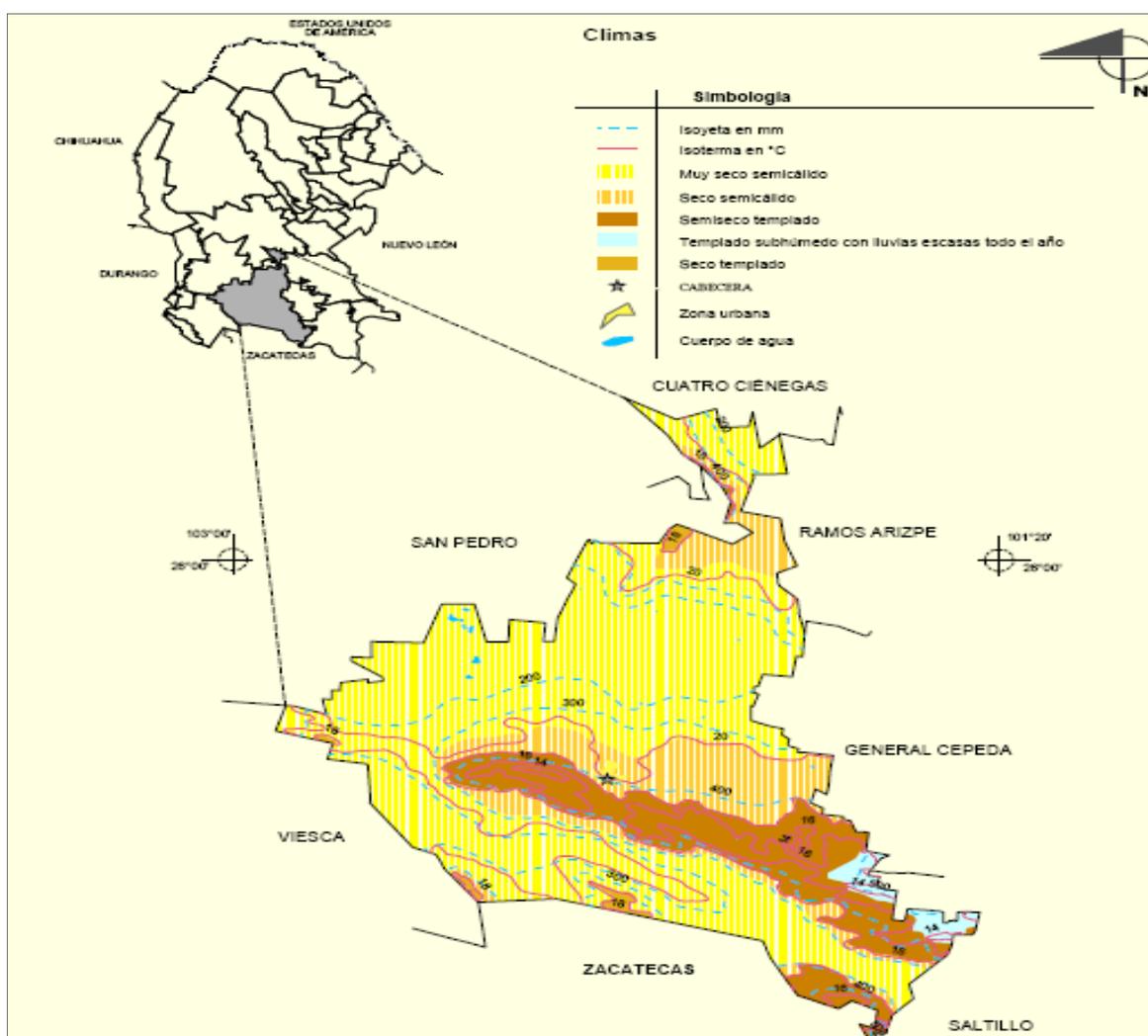
2.1.2 Aspectos del medio ambiente

En este apartado se describen los principales aspectos del medio ambiente predominantes en el territorio objeto de estudio como son: Clima, hidrografía, orografía, flora y fauna y la edafología.

2.1.2.1 Clima

El rango de temperatura de la región es 12-22°C, el rango de precipitación es de 100-600mm; y los climas predominantes en este municipio son: Muy seco semicálido (64%), Seco semicálido (17%), Semicálido templado (16%), Templado subhúmedo con lluvias escasas todo el año (2%) y Seco templado (1%).

Mapa 2. Climas del municipio de Parras, Coahuila.



Fuente: INEGI. Marco Geoestadístico Municipal 2005, versión 3.1.

2.1.2.2 Hidrografía

En la región hidrológica se encuentran: Nazas-Aguanaval (87%), Bravo-Conchos (5%), Mapimí (5%) y El Salado (3%).

Las cuencas: Laguna de Mayrán y Viesca (87%), R. Bravo-San Juan (5%), Valle Hundido (4.9%), Sierra de Rodríguez (3%) y R. Aguanaval (0.1%).

Las subcuencas son: Laguna de Mayrán (53%), L. de Viesca (34%), R. San Miguel (5%), El Hundido (4.9%), Concepción del Oro (3%) y R. Aguanaval-Nazarenos (0.1%).

Las corrientes de agua: Intermitentes: A. Agua Prieta, A. Bajío de los Cerros Altos, A. Grande, A. Grande Las Liebres, A. Buenavista, A. Cuatro de Marzo, A. El Capulín, A. El Colorín, A. El Conejo, A. El Mesteño, A. El Mimbres, A. El Muerto, A. El Palmar, A. El Sauz, A. El Toro, A. El Urraco, A. El Veintiocho, A. El Venado, A. Jalapa, A. La Barranca, A. La Boca de Domingo, A. La Caparrosa, A. La Carrera, A. La Difunta, A. La Nopalera, A. La Tinaja, A. Las Almendrillas, A. Las Carretillas, A. Las Hormigas, A. Las Playas, A. Lavaderos, A. María Ignacia, A. Mezquite Verde, A. Santa Bárbara, A. Santa Rosa y A. Santiago.

Los cuerpos de agua: P. La Boca de Antonia, P. Tanque las Liebres, P. El Pantano, P. La Tapada, P. Calavera y P. Jagüey.

2.1.2.3 Orografía

Al suroeste se encuentra la Sierra Parras, la cual empieza al este de Villareal y al sur de San Rafael. Al sur la sierra Hoja Señal. Por el sureste se localizan las Sierras Playa Madero y El Laurel, las que se extienden hasta el oeste y el suroeste del Municipio de Saltillo, respectivamente. Existen ramificaciones de las sierras de los Alamitos, de Fraga y de San Marcos.

2.1.2.4 Flora y fauna

Flora.- La vegetación de la región está formada por mezquite, huizache, ocotillo o albarda, maguey monso, lechuguilla, guayule, palma zamandoca, candelilla, sotol, mimbre, palo blanco, fresno, pino, cedro, oyamel y cactáceas de diferentes variedades.

Fauna.- Se encuentran animales silvestres como leoncillo, puma, jabalí, conejo, liebre, venado, oso, coyote, gato montés, tejón, sorra, codorniz, faisán, paloma, ceniztonle, gorrión, víboras cascabel y coralillo.

2.1.2.5 Edafología

En el área se localizan dos unidades de suelo, el Xerosol y Litosol; se encuentran mezclados con otras unidades que a continuación se describen sus características:

- **Xerosol.-** suelo de color claro y pobre en materia orgánica y el subsuelo es rico en arcilla o carbonato, con baja susceptibilidad a la erosión.
- **Regosol.-** no presenta capas distintas, es claro y se parece a la roca que le dio origen. Su susceptibilidad a la erosión es muy variable y depende del terreno en el que se encuentre.
- **Litosol.-** Suelo sin desarrollo con profundidad menor de 10 centímetros, tiene características muy variables según el material que lo forma. Su susceptibilidad a la erosión depende de la zona donde se encuentre, pudiendo ser desde moderada a alta.
- **Yermosol.-** Tiene una capa superficial de color claro y muy pobre en materia orgánica, el subsuelo puede ser rico en arcilla y carbonatos. La susceptibilidad a la erosión es baja, salvo en pendientes y en terrenos con características irregulares.
- **Solonchak.-** Presenta un alto contenido en sales en algunas partes de su suelo y es poco susceptible a la erosión.

2.1.3 Uso del suelo y vegetación

Este apartado incluye la descripción del tipo de uso del suelo del área territorial del municipio de Parras, Coahuila y su vegetación.

2.1.3.1 Uso agrícola

Para la agricultura mecanizada continua (33.5%), para la agricultura con tracción animal continua (0.5%), no apta para la agricultura (66%),

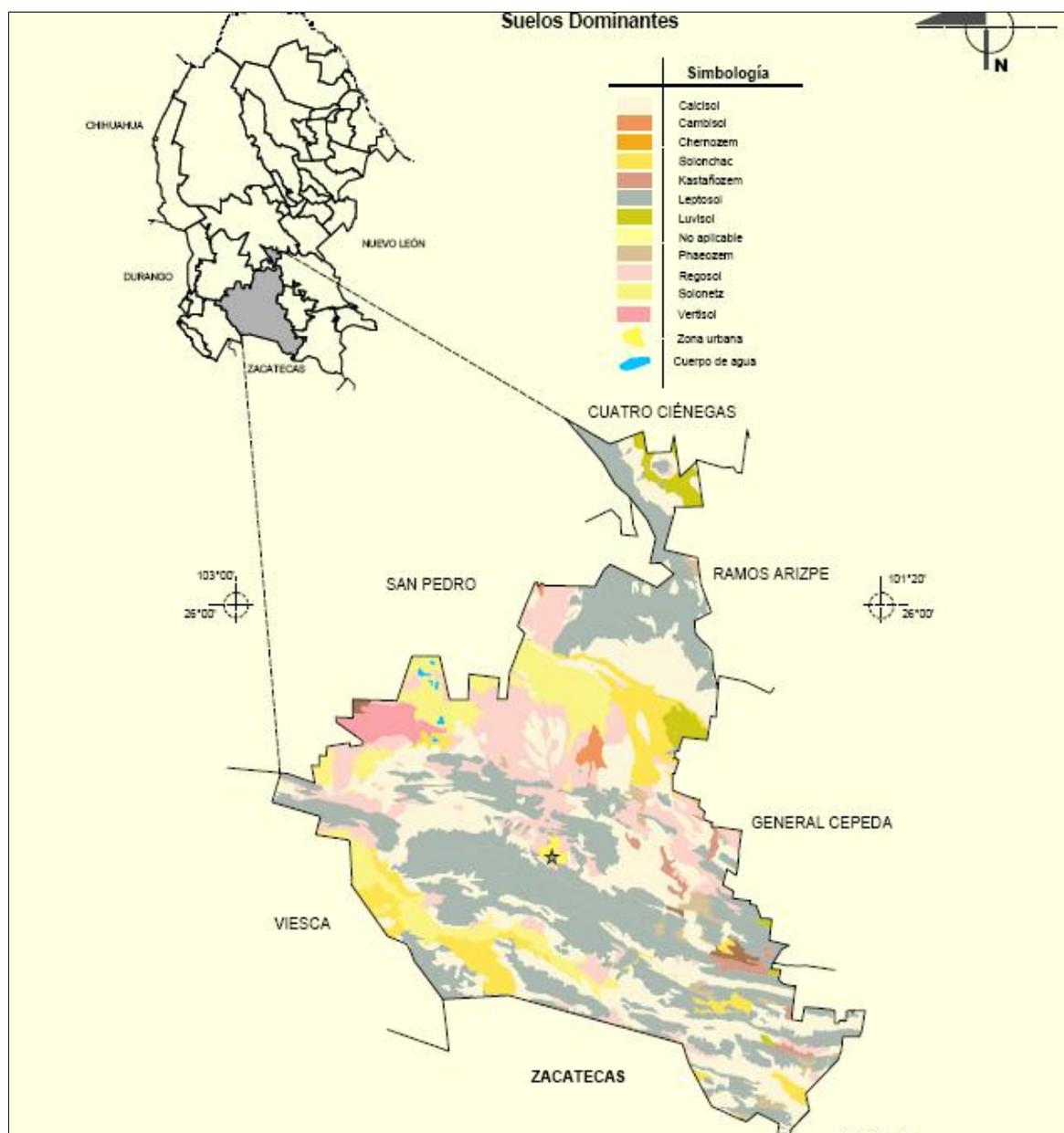
2.1.3.2 Uso pecuario

Para el establecimiento de praderas cultivadas con maquinaria agrícola (33.5%), para el aprovechamiento de la vegetación natural diferente del pastizal (10%), para el aprovechamiento de la vegetación natural únicamente por el ganado caprino (40%) y no aptas para el uso pecuario (16.5%).

2.1.3.3 Zona urbana

Las zonas urbanas están creciendo sobre suelos y rocas sedimentarias del Cuaternario, en sierras y llanuras; sobre áreas donde originalmente había suelos denominados Leptosol y Regosol; tienen clima muy seco semicálido, y están creciendo sobre terrenos previamente ocupados por agricultura y matorrales.

Mapa 3. Suelos dominantes de Parras, Coahuila.



Fuente: INEGI. Marco Geostadístico Municipal 2005, versión 3.1.

2.2 Diagnóstico Socioeconómico

Este apartado comprende el aspecto socioeconómico del municipio de Parras, Coahuila, en donde se describen diferentes rubros como son: Demografía, principales actividades económicas en el municipio siendo: agricultura, ganadería, minería, como también las diferentes organizaciones de los productores en el municipio, el sector industrial, sector comercio, turismo, educación, salud, servicios públicos, infraestructura y comunicaciones.

2.2.1 Demografía

Población total.- La sociedad está en constante cambio, las prioridades sociales y las necesidades se modifican, entre otras cosas, como resultado de la dinámica en la estructura de la población. La transición demográfica trae consigo retos por atender que se han presentado en las últimas décadas y que se pueden agudizar en el futuro.

Según datos del censo de población y vivienda. INEGI. 2010, la población total de este Municipio es de 45, 401 habitantes. Cifra que representa el 1.99% de la población total del Estado y el 0.48% de la Nación.

Población por sexo.- De acuerdo Censo de la Población y Vivienda. INEGI. 2010. Son 23,062 hombres que representan el 50.80% del total de la población y 22,339 mujeres que representan el 49.20%, sumando un total de 45,401 habitantes como el 100%.

Cuadro 2. Distribución de la población por grupos quinquenales de edad y sexo, 2010.

Distribución de la población por grupos quinquenales de edad y sexo, 2010			
Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres
0 a 4 años	3,956	2,087	1,869
5 a 9 años	4,354	2,250	2,104
10 a 14 años	4,834	2,535	2,299
15 a 19 años	4,670	2,396	2,274
20 a 24 años	3,608	1,788	1,820
25 a 29 años	3,018	1,510	1,508
30 a 34 años	3,237	1,584	1,653
35 a 39 años	3,276	1,648	1,628
40 a 44 años	2,905	1,456	1,449
45 a 49 años	2,490	1,203	1,287
50 a 54 años	2,085	1,043	1,042
55 a 59 años	1,615	836	779
60 a 64 años	1,514	750	764
65 a 69 años	1,130	570	560
70 a 74 años	896	485	411
75 a 79 años	594	290	304
80 a 84 años	386	199	187
85 a 89 años	233	127	106
90 a 94 años	58	33	25
95 a 99 años	28	13	15
100 y más	0	0	0
No especificado	514	259	255
Total	45,401	23,062	22,339

Fuente: INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010.

Cuadro 3. Indicadores demográficos, 2010.

Indicadores demográficos, 2010			
	Nacional	Estatad	Municipal
Índice de masculinidad	95.43	98.56	103.24
Razón de dependencia económica	55.19	54.28	57.95
Relación de dependencia demográfica de vejez	9.71	8.90	11.70

Fuente: INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010.

Cuadro 4. Población hablante de lengua indígena, 2010.

Población hablante de lengua indígena, 2010				
		Nacional	Estatal	Municipal
Población total	3 años y más	104,781,265	2,558,5133	42,562
	5 años y más	100,410,810	2,452,185	40,931
Población hablante de lengua indígena	3 años y más	6,913,362	6,233	58
	5 años y más	6,695,228	6,105	58
Porcentaje de población hablante de lengua indígena	3 años y más	6.60	0.24	0.14
	5 años y más	6.67	0.25	0.14

Fuente: INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010.

2.2.2 Principales actividades económicas en el municipio

En este rubro se menciona que como principal actividad económica del municipio es la agricultura; como también se describen las diferentes actividades y sectores económicos existentes en los ejidos pertenecientes al mismo.

2.2.2.1 Agricultura

Las comunidades rurales interactúan de manera directa con los ecosistemas naturales, ya que dependen de ello para su subsistencia. En el municipio los principales cultivos son el maíz, frijol, avena, trigo, cebada, alfalfa, melón, chile, forrajes, verduras y hortalizas. Existen además unidades de producción en las cuales podemos encontrar árboles frutales como el nogal y plantaciones de vid principalmente.

2.2.2.2 Principales Actividades en los Ejidos

En el siguiente (cuadro 5) se mencionan las principales actividades económicas que se practican en los ejidos del municipio de Parras, como también su ubicación.

Cuadro 5. Principales actividades económicas en los ejidos del municipio de Parras, Coahuila.

Ejido	Ubicación	Actividades
Ejido 28 de Agosto	A 30 kilómetros de la cabecera municipal.	Agricultura
Ejido Garambullo	A 110 kilómetros de la cabecera municipal.	Agricultura y ganadería
Ejido La Constancia	A 107 kilómetros de la cabecera municipal.	Agricultura y ganadería
Ejido Parras	A 110 kilómetros de la cabecera municipal.	Agricultura
Ejido San Lorenzo	A 12 kilómetros de la cabecera municipal.	Agricultura
Ejido San Francisco del Progreso	A 20 kilómetros de la cabecera municipal.	Agricultura y lechería
Ejido 7 de Enero	A 95 kilómetros de la cabecera municipal.	Agricultura
Ejido 6 de Enero	A 10 kilómetros de la cabecera municipal.	Agricultura
Ejido Seguí	A 90 kilómetros de la cabecera municipal.	Agricultura y ganadería
Ejido Huariche	A 40 kilómetros de la cabecera municipal.	Agricultura y ganadería
Ejido Mesteño	A 65 kilómetros de la cabecera municipal.	Agricultura

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Parras, Coahuila (Administración 2010-2013).

Actualmente se encuentran funcionando dos granjas avícolas para la producción de huevo, localizada en la carretera Parras-Paila a la altura del Ejido Santa Isabel y Santa Rita 15 kms. Al lado poniente, y la otra en el ejido Los Hoyos siendo sus principales productos la venta de pollos de engorda y la comercialización de huevo.

Personal ocupado.- Se estima que un 85% de la población en el área rural, es ocupada de manera temporal para la siembra, cosecha y corte de los cultivos de temporada.

2.2.2.3 Ganadería

La ganadería caprina y bovina son dos de las actividades pecuarias más importantes en el Municipio, por contribuir de manera importante al sustento de los productores locales, que se dedican a ella, también se llevan a cabo actividades como avicultura, porcicultura, apicultura y en menor proporción. El municipio de Parras cuenta con una superficie de agostadero de 151,051 hectáreas. El ganado bovino comprende los que son para leche, carne y trabajo.

El equino comprende lo que es el caballar, mular y asnal. En aves lo que son para carne, huevo y doble propósito. En lo que corresponde a abejas el dato se refiere al número de colmenas que se encuentran en el municipio.

2.2.2.4 Minería

Se cuenta con una mina activa, la cual se localiza en los límites al municipio de Cuatrociénegas, Coahuila, y concesionada la empresa denominada Industria Extractiva de Minerales Rodolfo Reyes S.A; sus oficinas están ubicadas en Torreón, Coahuila y la planta de proceso situada en el Ejido Estación Madero, cuya extracción es mineral denominado Barita. El uso de este mineral es principalmente usado en los barros (lodos) de perforación de pozos. También es utilizado en la producción de agua oxigenada en la fabricación de pigmentos blancos y como carga mineral, en pinturas y en la industria del caucho. Se emplea especialmente en la producción del litopón, una combinación de sulfuros y sulfatos usados para recubrimientos.

Se usa también en la industria de frenos, del vidrio y como recubrimiento en las salas de rayos X.

2.2.2.5 Organización de productores

Se puede mencionar las siguientes organizaciones y grupos dentro del municipio de Parras.

- Confederación Nacional Campesina
- Grupo de Nogaleros
- Asociación de Meloneros de Paila
- Asociación de Ovinos-Caprino-cultores de Parras
- Unión de Ejidos de la Sierra en Parras
- Unión de Ixtleros en Parras
- Asociación de Productores de Hortalizas Paila
- Asociación de Apicultores Valle de los Pirineos
- Asociación Agrícola de Productores de Nuez Pecanera del municipio de Parras.

2.2.2.6 Sector industrial

Actualmente existen varios factores que representan retos a superar en el municipio y que inhiben el dinamismo de la economía municipal. La estructura productiva de la industria en Parras se ha visto afectada por la crisis económica por la cual atraviesa este país.

Los recursos turísticos existentes requieren de una mayor inversión en infraestructura y servicios que permitan ser aprovechados como un factor de crecimiento económico; y más mercado.

Principales empresas y giro.- Las ramas industriales son la textil y vitivinícola. El municipio se caracteriza por las Industrias que ha contribuido al desarrollo, de las cuales se mencionan a continuación las más importantes:

Cuadro 6. Industrias ubicadas en el municipio de Parras, Coahuila.

Razón Social	Subsector
Dickies de Parras, S.A.	Textil
Fábrica la Estrella, S.A. de C.V.	Textil
Parras Cone de México, S.A de C.V.	Textil
Casa Madero, S.A.	Vitivinícola

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Parras, Coahuila (Administración 2010-2013).

A continuación se describe cada Industria mencionada en el (cuadro 6) anterior, como también el principal destino de su producción.

- **Fábrica La Estrella S.A. de C.V.** Es una empresa fundada en el año 1899, es la más importante de la región, empresa dedicada a la producción de mezclilla en sus diferentes tipos y el destino de su producción es manejada en los mercados nacional e internacional, principalmente a Estados Unidos, Centro y Sudamérica.
- **Parras Cone de México S.A de C.V.** Su materia prima es el algodón, la maquinaria que utilizan es de la más alta tecnología a nivel mundial de origen Alemana. Americana y Suiza. Los medios de transportación del producto son contenedores y cajas de tráiler cerradas. La empresa se encarga de proveer al mercado mundial, principalmente a Estados Unidos.
- **Dickies de Parras. S.A.** Se dedica principalmente a la elaboración de prendas de vestir, la empresa se encarga de proveer al mercado mundial, principalmente a Estados Unidos.
- **Casa Madero. S.A.** Se dedica principalmente a la elaboración del vino el cual es exportado a nivel nacional e internacional. Alrededor de 50 empleos otorga esta empresa vitivinícola de San Lorenzo.

En la comunidad de San Lorenzo se tiene una distribuidora de DICONSA que abastece a la ciudadanía de Parras.

La repercusión de la Industria en este municipio, impera en la principal fuente de ingreso en el ámbito económico.

En la actualidad, las fábricas textiles La Estrella y Parras Cone, en jaque por la actividad del comercio informal y las importaciones ilegales de telas, tienen más de mil 100 empleos en riesgo en el Municipio aún y cuando esta situación ya está siendo atendida por la Secretaría de Economía.

Desgraciadamente esto viene de muchos años atrás porque son mil 200 empleos de Fábrica La Estrella y otros 500 ó 600 de Parras Cone, y todo está en peligro si no hacemos acciones que coadyuven a que esta industria sea más competitiva. También hay problemas de insumos; “Antiguamente se compraba el algodón en La Laguna, en Torreón, y hoy en día se está importando de Memphis (Tennessee, EU), porque el algodón mexicano no es competitivo, y desgraciadamente los apoyos del gobierno americano a su gente del campo son tan grandes que es muy difícil competir.

Para la industria se requieren subsidios como los de los productores en EU. Los cuales pueden consistir en beneficios en energía eléctrica, en otro tipo de apoyos para el cultivo del algodón, o bien en apoyos financieros, porque no hay ningún financiamiento a esta industria, dirigido a que seamos más competitivos. No hay una fecha ni un plazo perentorio en el margen del tiempo que resta para evitar la pérdida de las fuentes de empleo en el municipio. Habremos de exigir mayor energía a las autoridades aduanales para evitar las importaciones ilegales. De lo anterior habrá que explotar áreas que pueden interesar a Parras como son agricultura, industria limpia y turismo.

Empleos Generados.- La industria en el municipio genera alrededor de 1,800 empleos, de los cuales 1,200 son de Fabrica La Estrella y entre 500 ó 600 de Parras Cone, mismos que están en riesgo por la crisis económica.

2.2.2.7 Sector comercio

A continuación se describen los principales comercios localizados en el municipio.

- **Mercado 5 de Febrero.-** El cual ofrece una variedad de servicios de los que podemos mencionar, la venta de calzado, ropa, comida corrida, flores, hierbería, artesanías, entre otros.
- **Comercial Parras.-** Tienda de autoservicio encaminado a la venta de abarrotes, fruta, verdura, salchichonería, lácteos, farmacia, entre otros. Además es uno de los principales proveedores del medio rural.
- **Súper Tienda Nogalera.-** Tienda de autoservicio encaminada a la venta de abarrotes, fruta, verdura, salchichonería, lácteos, farmacia, entre otros.
- **Súper M.-** Tienda departamental, que ofrece ropa, enseres y abarrotes.
- **Merco.-** Tienda de autoservicio, en la que encontramos abarrotes, carnicería, frutería, panadería, perfumería y más.

- **Bodega Aurrera.-** Tienda de autoservicio, en la que encontramos abarrotes, carnicería, frutería, panadería, tortillería, perfumería entre otros.

Cabe señalar que el municipio cuenta con una variedad de restaurantes y hoteles, habiendo algunos de reciente creación, dentro de los principales podemos mencionar los siguientes:

- **Restaurantes.-** La Noria (Int. Hostal el Farol), La Tasita de Plata (Int. Posada Santa Isabel), La Calandria (Int. Rincón del Montero), Restaurante La casona, Restaurante La Hacienda, Cocina Económica Chávez, Restaurante Las Delicias, Pepe's Hamburguesas, El Mágico Sabor, Restaurante Miriam (Int. Del Mercado 5 de Febrero), son los espacios más reconocidos de la localidad.
- **Hoteles establecidos.-** Posada Casa Grande, Rincón del Montero, El Farol, Posada santa Isabel, El Farolito, Posada Bravo, Hotel La Siesta, Antigua Hacienda de Perote, Hotel Parras, Posada Alameda, Posada Santa María, La Marina.
- **Hoteles de Reciente Creación.-** Hostal María de Lourdes, Posada Mi Pueblito, Hotel Posada de Ángel, Posada del Márquez, Posada leal, Cabañas La Ilusión, Cabañas Pueblo Viejo.

Parras de la Fuente, se distingue por los vinos y licores elaborados aquí mismo, como principales bodegas de distribución podemos mencionar:

- **Bodegas vitivinícolas.-** Casa Madero, Antiguas Bodegas de Perote, Viñedos Buena Fe, Bodegas del Vesubio, Vinos Caseros Fuantos, Vinos Valle de Parras, Vinos Santo Madero y Vinos Tradicionales de Parras.

Empleos generados y su importancia en la economía.- Del Comercio en Parras, se han generado aproximadamente un 75% de empleos en lo que respecta al área urbana. Es de suma importancia mantener este por ciento de empleos generados por el sector comercio de este municipio, ya que con ello se benefician más de 13,727 personas.

Población Económicamente Activa por Sector.- La población económicamente activa del municipio de Parras se distribuye en los siguientes sectores:

Cuadro 7. Población económicamente activa en el municipio de Parras, Coahuila.

Sector Económico	Porcentaje
Sector Primario	24.6
Sector Secundario	44.8
Sector Terciario	30.6

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Parras, Coahuila (Administración 2010-2013).

2.2.2.8 Turismo

El municipio de Parras de la Fuente, cuenta con un gran potencial para el turismo tradicional y de aventura, teniendo una mayor afluencia durante los últimos años, en parte debido a la difusión y promoción moderada que se ha hecho del destino, además del nombramiento de Pueblo Mágico, el cual se ha atribuido desde el año 2004.

Tradicionalmente, Parras ha sido reconocida como una localidad que ofrece a sus visitantes la exuberancia en su entorno natural, un trato cálido y amable, costumbres y tradiciones de gran arraigo, riqueza histórica y cultural, a lo que suma, como símbolo indiscutible el vino y la cultura generada alrededor de él.

El turismo en Parras, Coahuila, involucra a las Autoridades Municipales, Prestadores de Servicios, Asociaciones de Profesionistas y Sociedad en General, que comparten la visión y el compromiso de reforzar los atractivos turísticos de la localidad, crear innovadores productos turísticos, activar nuevos negocios y modernizar los existentes, todo ello en un ambiente de respeto y preservación hacia las tradiciones y el entorno natural que le caracterizan.

Las autoridades y la comunidad de este municipio, están conscientes de la necesidad de orientar sus esfuerzos por retomado aquellos valores que han forjado su identidad y que han proyectado, particularmente a través de los productos de la región como el vino y la mezclilla, a nivel internacional.

Sin embargo, se percibe también la inminente necesidad de replantear reposicionar y ofertar nuevos valores que generen la satisfacción de los requerimientos que demanda el turismo del siglo XXI, considerando en todo momento estrategias que garanticen una planificación y una continuidad ordenada a corto, mediano y largo plazo, y que permitan posicionar a la localidad como un destino viable, competitivo y sustentable.

2.2.3 Educación

En el siguiente (cuadro 8) se muestran el número de algunas principales instituciones educativas existentes en el municipio.

Cuadro 8. Principales instituciones educativas existentes en el municipio de Parras, Coahuila.

Nivel escolar	Cantidad
Preescolar	27
Escuelas Primarias	78
Escuelas Secundarias	6
Escuelas Secundarias para Trabajadores	1
Telesecundarias	13
Bachillerato General	3
Bachillerato Técnico	1
Profesionales Técnicas	3
Universidades e Instituciones y Educación Superior	4
Total de Instituciones Educativas	136

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Parras, Coahuila (Administración 2010-2013).

En Parras existe capacidad para atender la demanda en los niveles de preescolar, primaria y secundaria, aun en las localidades más aisladas; no obstante, persiste una situación de rezago educativo.

En lo que concierne a escuelas profesionales técnicas de mayor demanda académica en el municipio podemos señalar las siguientes: (ver cuadro 9).

Cuadro 9. Escuelas profesionales técnicas en Parras, Coahuila.

Nombre de la Institución	Cantidad
Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario No 21	1
Instituciones Electromecánico, A.C.	1
Centro de Estudios Técnicos y Comerciales	1
Escuela Técnica de Enfermería	1

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Parras, Coahuila (Administración 2010-2013).

La deserción de alumnos en todos los niveles educativos ha aumentado, en muy bajo porcentaje de los que ingresan a primero de primaria, logran terminar con éxito su formación universitaria. Al enfrentarse al mercado laboral las oportunidades son limitadas.

La calidad en la educación y la mejora en los indicadores educativos de todos los niveles, están asociados a la formación continua del marginario y a una mayor vinculación entre maestros y padres en los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Para finalizar este rubro, se detalla en el siguiente cuadro las escuelas de nivel profesional existentes en el municipio.

Cuadro 10. Escuelas de nivel profesional en Parras, Coahuila.

Institución Educativa	Carreras Profesionales
Escuela Normal Oficial Dora Madero	Lic. En Educación Primaria y Educación Física
Universidad Tecnológica de Coahuila	Comercialización, Procesos de Producción y Comunicaciones en el área de Informática Administrativa
Universidad del Valle de Parras, A.C.	Lic. En Administración, Psicología, Derecho entre otras.
Colegio Valle de Parras	Lic. En Administración y Lic. En Psicología.

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Parras, Coahuila (Administración 2010-2013).

2.2.4 Salud

La salud, como prioridad social y componente principal del bienestar, requiere de una atención especial que se podría instrumentar mediante la coordinación de instituciones. Aunque existen avances importantes en la cobertura de los servicios básicos de salud se detalla en el siguiente (cuadro 11) la cual cubre un 75% de la población:

Cuadro 11. Servicios básicos de salud en el municipio de Parras, Coahuila.

Sector Público	Sector Privado
Secretaría de Salud y Desarrollo Comunitario	Hospital Guadalupano
Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)	
Instituto de Servicios y Seguridad Social Para los Trabajadores del Estado (ISSSTE)	
Hospital Psiquiátrico	
Centro de Auxilio de la Cruz Roja	
Clínica del Magisterio	

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Parras, Coahuila (Administración 2010-2013).

Sin embargo el acceso a los servicios es muy limitado para la población que habita en localidades rurales; en las cuales presta sus servicios la Secretaría de Salud y Desarrollo Comunitario y el **IMSS-COPLAMAR**.

La infraestructura y servicios de estos niveles se encuentran en las principales localidades urbanas. Un tercio de la población total es derechohabiente de alguna institución de seguridad social y dos terceras partes son atendidos con servicios a población abierta.

El primero de Enero del 2010, se da el cierre de la Clínica del municipio, lo anterior, se sustenta debido a la falta de infraestructura de la misma, lo que originaba una atención de muy baja calidad para los derechohabientes de la H. Administración. Se optó por formalizar un Convenio con el Centro de Salud de este municipio, para que sean ellos los encargados de brindar este servicio, con mayor oportunidad en los rubros de salud beneficiando a los trabajadores del Republicano ayuntamiento.

2.2.4.1 Asistencia social

La niñez en Parras demanda prioritariamente esquemas de atención de orden integral el 1.3% de ellos sufren permanentemente la amenaza de la desnutrición, que se traduce en deficiente aprovechamiento escolar, deserción académica, bajo grado de eficiencia y lo más importante, en la generación de inadecuadas condiciones de salud a futuro. La poblaciones de menores de 6 y 14 años; viven en situación extraordinaria niños que a su corta edad deben trabajar para el sustento de su casa o para apoyar a sus padres, ellos deben recibir atención, protección y asistencia a fin de que logren crecer y desarrollarse sanamente.

Sumado a los problemas de limitadas oportunidades educativas, formativas, recreativas y de esparcimiento hoy se presenta un problema de desinformación que agrava las condiciones de vida de la población juvenil, así, en el municipio se calcula que el número de madres adolescentes ascienda a 40 casos anuales, cifra que ha ido aumentando cada vez.

El 1% de la población padece de alguna discapacidad, quienes buscan disminuir los obstáculos de su entorno físico desarrollar plenamente sus capacidades y lograr su integración plena a la sociedad.

Existen más de 2,360 personas de 60 años o más. De ellos el 30% es analfabeta, 25% ha perdido a su cónyuge, y el 45% tiene una pensión que en la mayor parte de los casos, no llega a un

salario mínimo; muchos de ellos viven abandonados o segregados y con gran necesidad de afecto y cuidados especiales.

En Parras la violencia intrafamiliar es uno de los problemas sociales que no se han podido frenar, aún persevera el machismo, aún se observan con frecuencia mujeres golpeadas por su pareja, denunciando estos hechos ante la Agencia del Ministerio Público Local, y si observáramos aquellas mujeres que no se atreven a denunciar la violencia intrafamiliar, la cifra aumentaría gradualmente. Por lo que se considera que falta más trabajo en cuestión de difusión, en una forma masiva sobre los derechos de las personas, las víctimas de estos hechos violentos requieren de protección, defensa y asesoría.

En el municipio hace falta atender a la población estudiantil, a los adultos mayores, a los indigentes y en sí, a la población más vulnerable. Cada vez se refleja que una mayor parte de los estudiantes acuden a sus aulas sin probar alimento y en muchos de los casos regresan a casa y no tienen qué comer, lo mismo sucede con los adultos mayores, por lo regular viven solos, la mayoría no trabaja o viven de una pensión que no cubre sus necesidades básicas, lo que conlleva a que no se alimenten sanamente.

Los Indigentes son personas que transitan por las calles del municipio, se les ve desde muy temprano hasta muy noche, de un lugar a otro, buscando en muchas de las ocasiones en los tambos de basura alimento. Es necesario crear un programa alimenticio, para apoyar a los grupos más vulnerables.

La economía de las familias del municipio, se ha visto afectada por el desempleo y por el alto costo en los productos de la canasta básica, es indiscutible la permanencia a programas de apoyos de despensa, sin embargo, se tendrán que diseñar estrategias para cubrir al mayor número de familias posible.

En lo que respecta a los lactantes de 6 meses de edad a un año, se estima que en un 38% de ellos, tiene bajo peso, esto es debido a que no son alimentados sanamente, o bien, que se les sustituye la leche por agua o jugo con el fin de economizar. De lo anterior, se tendrá que integrar un programa para las familias que tienen lactantes en casa y que su sueldo no es suficiente para cubrir las necesidades básicas de alimentación para el menor, como lo es la leche para su sano desarrollo.

Es necesario destacar que en la actualidad se encuentran operando la Guardería Municipal, de esta manera se apoya con el cuidado de sus hijos a las madres trabajadoras de este municipio. Se estima que el 20% de las familias del municipio tienen alguna disfunción, que favorece desde la

poca o nula atención a los menores, hasta la presencia de maltrato, adicciones, suicidios y el aumento de los divorcios, en los últimos años entre otros.

2.2.5 Servicios públicos

Los principales servicios públicos con los que cuenta la población del municipio de Parras son: Agua potable, drenaje, ecología, electrificación, pavimentación, banquetas y guarniciones, los cuales se describen a continuación.

2.2.5.1 Agua potable

Un factor relevante para el desarrollo de la población y las actividades económicas es la disposición de agua potable para los servicios básicos.

Parras es subastado en este rubro por dos pozos y una galería filtrante con un litraje total de 200 lts/seg.

- **El pozo número 1** de 140 lts./Seg. Cubriendo el 70% de la ciudad de Parras.
- **El pozo número 2** con 35 lts./Seg. Abasteciendo un 25% y
- **La galería filtrante** con 25 lts./Seg. Con un 10% de abastecimiento.

A la fecha existen 10, 396 tomas domiciliarias, mientras que en el área rural solo el 20% de 76 ejidos cuenta con una red de agua colectiva y el 5% tiene problemas para abastecerse del vital líquido.

Cuadro 12. Plantas potabilizadoras de agua en operación en Parras, Coahuila.

Plantas potabilizadoras en Operación	Capacidad instalada (lts por segundo)	Volumen Suministrado Anualmente (millones de mts3)
2	0.24	0.008

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Parras, Coahuila (Administración 2010-2013).

La dotación nominal en el municipio es de 400 litros por habitante por día.

Dentro de los Análisis físico químicos, en dureza total del agua del pozo 1 es de 285.71 mg/L, en el pozo 2 una dureza total de 367.34 mg/L, y la galería filtrante 448.97 mg/L. La purificación del agua se logra a base de cloración.

2.2.5.2 Drenaje

En parras el 87.31% de la población cuenta con servicio de drenaje mientras que el 12.31% carece del mismo. El cual significa que de las 11,697 viviendas existentes en el municipio, 1,024 no cuentan con el drenaje público. La descarga del Sistema de Alcantarillado se realiza a cielo abierto, localizándose en los puntos del Barrio del Refugio, en calle Bernardo Reyes y en el ejido parras, con una descarga conjunta de 175 litros por segundo.

2.2.5.3 Ecología

La contaminación del aire y del agua generada por el sector industrial de este municipio, proveniente de las fábricas que operan, generan residuos industriales peligrosos. Son las mismas Empresas, quienes cuentan con líneas de conducción para su tratamiento y disposición final.

Las principales fuentes de contaminación en el municipio son: Compañía Industrial de Parras S.A DE C.V; ubicada en calle Ramos Arizpe y 16 de Septiembre, Manufacturas de Parras Cone de México S.A DE C.V; ubicada en la Carretera Parras Paila, Dickies de Parras S.A DE C.V; ubicada en la carretera Parras-Paila, Borrás y Estopas; ubicada en Carretera General Cepeda, Basurero Municipal; ubicado en el ejido 6 de enero, Arroyo de Guadalupe; ubicado en Sierra de Barrial a Santa Isabel y Arroyo Morón; ubicado en Sierra Prieta a barrio del Refugio.

En Parras no se cuenta con una planta de tratamiento de aguas residuales que pertenezca al Municipio, únicamente con lo que se cuenta al momento es con el área para la construcción de la misma, aún está en proceso la aportación de lo financiero. Tampoco se cuenta con un relleno sanitario.

El deterioro ambiental resultante del basurero ubicado en el ejido 6 de enero, en donde se tira la basura recolectada en el municipio y que se quema a cielo abierto, se manifiesta en contaminación de suelos, agua y aire que afectan la salud de la población.

Actualmente se tiene El Proyecto de Relleno Sanitario, el cual ya está aprobado en Terreno, se ubica en Lomas de San Isidro, son 8 hectáreas y está en proceso de escrituración, se contratará aproximadamente de 50 a 60 personas para la Separación de la Basura y el Abandono del Lugar. La disponibilidad y aprovechamiento de los recursos de la actual y de las futuras generaciones es una precaución recurrente que une a todos los sectores sociales y económicos.

El medio ambiente en general requiere de mayores controles y programas de prevención de la contaminación. Se requiere crear conciencia en la población, las autoridades y los empresarios para respetar la normatividad.

2.2.5.4 Electrificación

Los ciudadanos de Parras cuentan con un 98.62% en el servicio de electrificación y solo el 1.38% carece de la misma. Lo cual significa de las 11,697 viviendas en el municipio, 161 no cuenta con la energía eléctrica.

El municipio recibe su alimentación de la subestación ubicada en Calzada 16 de Septiembre de 115 KV con derecho de vía de 30m, en el medio rural de 70% de las 76 localidades cuentan con el servicio.

Y a la vez, ésta se alimenta de las Líneas de Transmisión de Alta Tensión provenientes de la Ciudad de Torreón, Coahuila.

2.2.5.5 Pavimentación

Parras cuenta con el 100% de pavimentación en el primer cuadro de la ciudad. En lo que respecta al resto de la cabecera municipal se cuenta con el 90% de pavimento, restando tan solo un 10% de calles sin pavimentar y esto debido a que no se cuenta con servicio de drenaje.

2.2.5.6 Banquetas y guarniciones

En este rubro se cuenta con un 100% en el primer cuadro de la ciudad. Se estima que el 40% del municipio cuanta con banquetas.

Cuadro 13. Cobertura de servicios públicos, de acuerdo a apreciaciones del Ayuntamiento.

Servicio	Porcentaje
Agua potable	98
Alumbrado público	99
Drenaje	95
Recolección de basura	90
Seguridad pública	90
Pavimentación	99
Mercados	75

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Parras, Coahuila (2010-2013).

2.2.6 Infraestructura y servicios básicos

En este apartado se mencionan y describen la infraestructura y los servicios básicos con las que cuenta el municipio de Parras, Coahuila.

Cuadro 14. Infraestructura vial de Parras, Coahuila.

Tipo de vialidad	Longitud (Km.)	% Municipal
Caminos pavimentados	257.104	17.7
Caminos de terracería	471.833	32.49
Veredas	169.369	11.66
Brechas	538.775	37.1
Calles	15.091	1.04
Total municipal	1452.172	99.99

Fuente. INEGI (2003). Carta topográfica Escala 1:250, 000 e INEGI, (2010). Marco Geoestadístico Municipal, Versión 4.2.

2.2.6.1 Vivienda

En el municipio existe un total de 10,801 viviendas de las cuales 10,588 son particulares y 213 son colectivas, gran parte de las mismas cuentan con los servicios elementales de agua, energía eléctrica y drenaje.

Un alto porcentaje de este municipio, requieren de rehabilitación de techos, como prioridad. Otro rubro importante son los sanitarios, ya que en la actualidad, una gran cantidad de hogares carece de un sanitario completo. La rehabilitación de fachadas también es indispensable y notoria, lo anterior a la falta de recursos económicos, hoy en día es muy difícil para las familias de Parras erogar gastos hacia la mejora de sus viviendas.

2.2.7 Comunicaciones y transportes

Es importante resaltar los tipos de comunicaciones y los medios de transporte con las que cuenta el municipio ya que también influyen dentro de los servicios existentes en el territorio.

2.2.7.1 Vías de comunicación

Carreteras.- El municipio es atravesado de oriente a poniente por la carretera federal No.40. Saltillo-Torreón, además cuenta con las carreteras Parras-General Cepeda, Saltillo- Parras, Parras-Paila, y la carretera de terracería Parras-Viesca. La carretera Parras, Paila consta de 26 Km, la carretera Parras-General Cepeda consta de 80 Km. Esta última se encuentra actualmente en muy mal estado debido a la falta de mantenimiento.

Caminos.- Existiendo también una red de caminos rurales que comunican a la cabecera municipal con sus localidades. Carretera Estatal 598; comunica a General Cepeda con Parras de la Fuente, Viesca y Torreón, Coahuila. Por la parte norte del municipio pasa la vía férrea Torreón-Monterrey, cuenta con transportación foránea. Las vialidades y caminos de Parras carecen de mantenimiento y son insuficientes lo que genera desintegración social y económica, limitando su incorporación al desarrollo de la entidad.

2.2.7.2 Medios de comunicación

Autobús.- Parras cuenta con una central de autobuses en mal estado, actualmente se cuenta con tres líneas en operación siendo las siguientes: Autobuses Saltillo-Parras, Parras-Torreón y transportes Parras-Paila-San Carlos, dando una cobertura al 100% hacia las ciudades vecinas y un 80% al medio rural. También se cuenta con una conexión directa de Monterrey a Parras, Grupo Senda Coahuilenses. Las líneas Saltillo-Parras y Parras-Torreón se encuentran en un proceso de reubicación, lo que permitirá en un futuro un servicio hacia los ciudadanos y turistas de mejor calidad.

Ferrocarril.- por la parte norte del municipio pasa la vía ferroviaria Torreón-monterrey, cuenta con una transportación foránea. Pasa por los ejidos Talía y Estación Madero.

Avión.- Se cuenta con dos aeropistas una ubicada en el ejido parras el alto y una en San Lorenzo con una longitud de pista de 1,000 y 2,100 metros respectivamente.

Teléfono.- En lo que respecta al servicio telefónico se cuenta con una central que opera al 100% de su capacidad y da mantenimiento a más de 4,000 líneas, este servicio cubre un 100% en el área urbana y un 70% en el área rural ampliándose a más de 600 líneas telefónicas.

Telégrafo.- Parras cuenta con una oficina de red telegráfica la cual cubre un 90% en la zona urbana y cuenta con los servicios de telegrama ordinario y urgente, giros pagados y expedidos, dinero en

minuto de E.U.A a México, además ofrece el servicio de pago de recibo telefónico. Cuenta también con el servicio de depósitos bancarios como: Banamex, HSBC, Banorte, Santander.

Sitios de taxi.- Parras cuenta con 9 sitios d taxis, con un total de 50 concesiones en operación. Cuatro rutas de autobuses urbanos que dan servicio a la ciudad, pero aún se carece de cobertura para el total de la población.

Transporte Público.- El servicio de transporte público es insuficiente e inadecuado y no cumple con la satisfacción de los usuarios. El esquema tarifario carece de controles y no corresponde con los costos operativos del servicio. Es necesario revisar y mejorar la regulación y el otorgamiento de concesiones y permisos. Es imprescindible contar con un marco jurídico que dé certidumbre a prestadores y a los usuarios.

Para finalizar este rubro, también se cuenta con una estación de radio en amplitud modulada comercial la cual abarca el 100% en el área urbana y un 80% en el área rural, una señal de televisión canal 31 que difunde información de la comunidad. Así como medios impresos y periódicos locales.

2.3 Comentario final

Después de haber analizado los dos aspectos importantes a través del estudio biofísico y el estudio socioeconómico del territorio objeto de estudio cabe mencionar que el objetivo principal es determinar la importancia de diagnosticar estos aspectos para evaluar las condiciones territoriales en las que se desarrollan las diferentes actividades económicas y prever el grado de su desarrollo para impulsar e incentivar su productividad optimizando su rentabilidad a través de la formación de una Red de Valor.

CAPÍTULO III

MARCO CONCEPTUAL Y METODOLOGÍA

En este capítulo se definen y contrastan las teorías y los principales conceptos relacionados con las Redes de Valor, los cuales sustentan el análisis de esta investigación; como también se describe la metodología que se persigue para lograr los objetivos y comprobar la hipótesis planteada.

3.1 Teorías y enfoques de la competitividad territorial

Según Ruiz (2005), *“El territorio es considerado como el espacio local en donde los agentes, las instituciones y la cultura conforman un espacio de entendimiento que se convierte en la célula misma del capitalismo del nuevo siglo XXI. En él es donde se fortalece la competitividad, se revaloran los activos creados por la comunidad y se fortalece el entendimiento nacional. En este sentido, se puede argumentar que la territorialidad es el nuevo paradigma de la competitividad y el bienestar, y es la unidad fundamental del capitalismo del siglo XXI”*.

La territorialidad es un enfoque que ofrece un espacio real, físico, donde se establecen las relaciones entre las personas con su medio natural y su cultura, y con entidades del Estado o de la sociedad civil que arman el entramado institucional para el desarrollo de sus actividades. Al territorio lo constituyen las personas que lo habitan, la capacidad asociativa que tienen, sus proyectos compartidos y la acción colectiva que son capaces de llevar a cabo.

Y al hablar del aspecto *territorial rural* estamos hablando del territorio construido socialmente a partir del usufructo y apropiación de los recursos naturales, donde se generan procesos y actividades productivas, culturales, sociales y políticas.

Los territorios rurales son unidades económicas en las que se practican distintos tipos de intercambio: hacia su interior con una economía de carácter local; y hacia el exterior con un mercado de exportación que incluye otros territorios o localidades, otros espacios regionales y la economía internacional. En la mayoría de los territorios rurales, la mayor proporción de intercambios se realiza en mercados locales y regionales; en menor medida en mercados nacionales, y en proporciones menores en mercados internacionales.

Comúnmente la competitividad puede ser definida como el conjunto de factores, políticas e instituciones que determinan el nivel de productividad de una región o país. Y se reconoce por la capacidad de atraer y retener inversiones o se le llama así a las ventajas y desventajas de una nación para vender sus productos en los mercados regionales, nacionales o internacionales.

Esser, Hillbrand, Mesmer y Meyer. Stamer (1994), señalan que la competitividad debe darse en cuatro diferentes niveles:

- i. **Nivel meta:** *capacidad nacional de conducción*
- ii. **Nivel macro:** *condiciones macroeconómicas estables;*
- iii. **Nivel meso:** *formación de estructuras y políticas selectivas*
- iv. **Nivel micro:** *eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez.*

Pese a la importancia que cada uno presenta, es en la empresa o la industria en donde la competitividad emerge finalmente y se expresa en toda su fuerza y consecuencias.

El concepto de **competitividad territorial** identifica cuatro componentes que se combinan de manera diferente en cada territorio:

- a) La **competitividad económica:** Que es la capacidad para producir y mantener el máximo valor agregado en el territorio. Vinculando dinámicamente los distintos sectores.
- b) La **competitividad social:** Capacidad para actuar eficazmente de manera colectiva sobre la base de un proyecto consensado y la concentración entre los distintos órdenes de gobierno.
- c) La **competitividad ambiental:** Capacidad para valorizar su entorno, volviéndolo en un territorio que ofrece servicios temáticos o especializados. Garantizando la conservación, control y generación de los recursos naturales.
- d) y la **competitividad global:** Capacidad para situarse en relación con otros territorios regionales o internacionales.

Estos elementos destacan la importancia de que los agentes e instituciones locales del territorio desarrollen capacidades para actuar juntos, crear vínculos entre sectores que permitan mantener el máximo de valor añadido, valorizar el entorno, y establecer relaciones con otros territorios y con el resto del mundo.

La ventaja competitiva según Porter (1987), “...*Nace fundamentalmente del valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores, que exceda el costo de esa empresa por crearlo. El valor es lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el valor superior sale de ofrecer precios más bajos que los competidores por beneficios equivalentes o por proporcionar beneficios únicos que justifiquen un precio mayor*”.

El enfoque territorial reconoce la complejidad de los territorios rurales y de las estructuras complementarias, articuladas e interdependientes, que conforman una economía que trasciende la economía agrícola.

3.2 Determinantes de la ventaja competitiva

El proceso de creación y mantenimiento de la ventaja competitiva en los sectores mundiales de la Nación de origen depende de la forma en que las empresas se organizan para hacerlo. Sin embargo, existen premisas para comprender este proceso:

- La naturaleza de la competencia y las fuentes de ventaja competitiva difieren de unos sectores a otros e incluso entre segmentos de un sector.
- Los competidores mundiales frecuentemente llevan a cabo algunas actividades de la cadena de valor fuera del país de origen.
- Las empresas consiguen y mantienen la ventaja competitiva en la competencia internacional mediante la mejora, innovación y perfeccionamiento.

Las empresas que consiguen “*ventaja competitiva*” en un sector no solo son aquellas que detectan una nueva necesidad en el mercado o el potencial de una nueva tecnología, sino son las primeras y las más agresivas en explotarlo.

Las empresas consiguen “*ventaja competitiva*” cuando su base central:

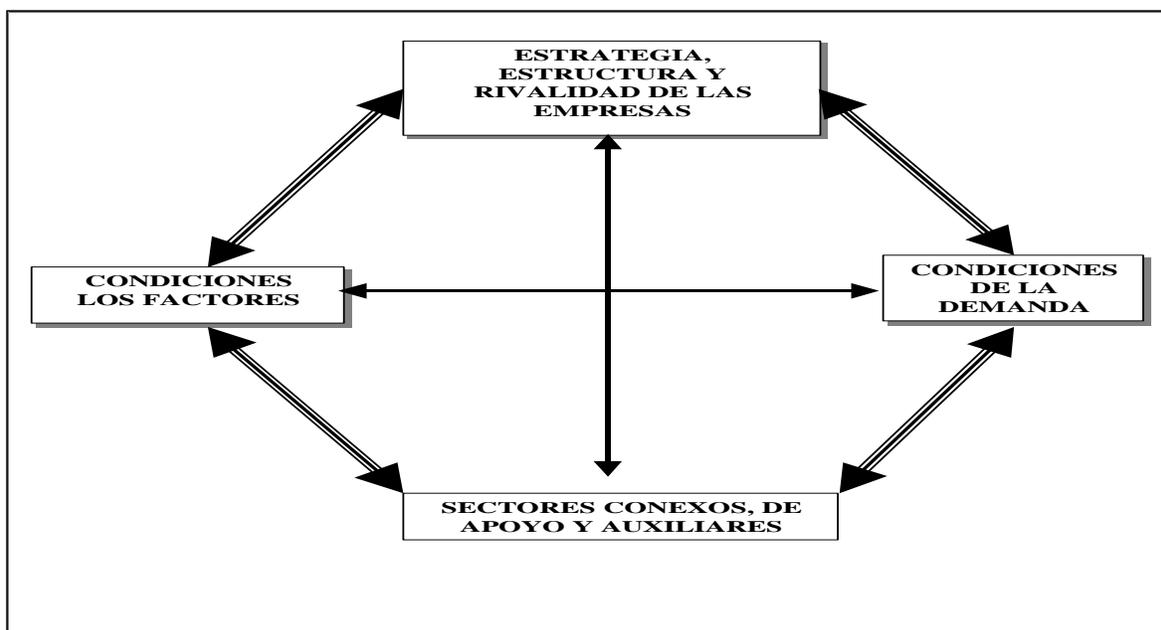
- Permite y apoya la más rápida acumulación de activos y técnicas especializadas (compromiso);
- Cuando les permite una mejor información continuada de las necesidades de productos y procesos, y como consecuencia, unos mejores conocimientos de por dónde han de orientar su actuación;
- Cuando las metas que persiguen los propietarios, los directivos y los empleados sirven de base para un decidido compromiso y unas inversiones sostenidas.

Otro elemento de influencia en la “ventaja competitiva” son los acontecimientos casuales que suceden fuera del control de las empresas, tales como nuevos inventos perfeccionamiento de las tecnologías básicas, guerras, acontecimientos políticos externos y cambios sustanciales en la demanda de los mercados extranjeros, nuevas tecnologías (microelectrónica y biotecnología) que pueden desbloquear o dar nueva forma a la estructura del sector.

El gobierno es otro elemento importante en la configuración y éxito de un sector, este, en todos sus niveles, puede deteriorar o mejorar la ventaja nacional de un sector las políticas que influyen en los otros determinantes como leyes antitrust, regulación oficial de la demanda interna, sus inversiones y sus compras que pueden estimular los sectores de apoyo o afines.

Por lo tanto, la unidad de estudio para comprender la ventaja nacional es el sector, las naciones no alcanzan el éxito en sectores aislados, sino en agrupamientos de sectores conectados por medio de relaciones verticales y horizontales, la economía de una nación contiene una mezcla de agrupamientos, cuya composición y fuentes de ventaja o desventaja competitiva refleja el grado de desarrollo de la economía. (La figura 2) muestra los determinantes de la ventaja nacional y la relación entre ellos.

Figura 2. Diamante de los determinantes de la ventaja nacional.



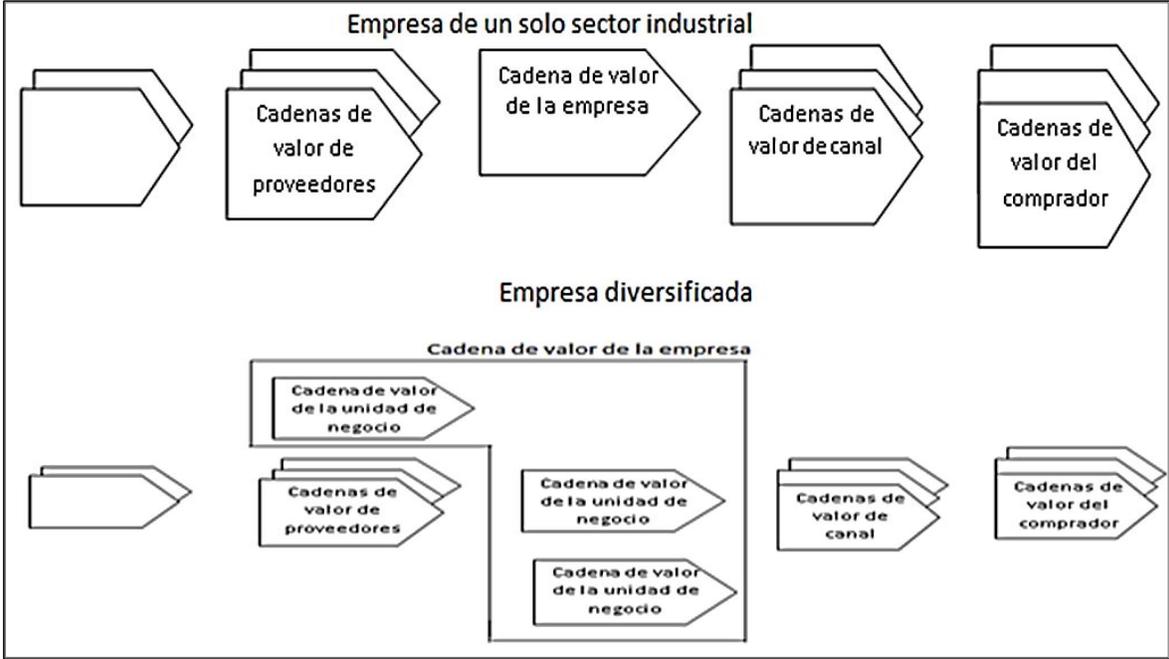
Fuente: Elaboración con base a Michael Porter (1987).

La ventaja competitiva no puede ser comprendida viendo a una empresa como un todo. Radica en las muchas actividades discretas que desempeña una empresa en el diseño, producción, mercadotecnia, entrega y apoyo de sus productos.

Una forma sistemática de examinar todas las actividades que una empresa desempeña y cómo interactúan, es necesaria para analizar las fuentes de la ventaja competitiva. Para este análisis es introducida **la cadena de valor** como herramienta básica para examinar estas actividades. La cadena de valor disgrega a la empresa en sus actividades estratégicas relevantes para comprender el comportamiento de los costos y las fuentes de diferenciaciones existentes y potenciales. Una empresa obtiene la ventaja competitiva, desempeñando estas actividades estratégicamente importantes más baratas o mejor que sus competidores.

La cadena de valor de una empresa está incrustada en un campo más grande de actividades estratégicamente importantes que son llamadas **sistema de valor**, como se muestra en la figura 3.

Figura 3. El sistema de valor.



Fuente: Elaboración con base a Michael Porter (1987).

El obtener y mantener la ventaja competitiva depende de no solo comprender la cadena de valor de una empresa, sino cómo encaja la empresa en el sistema de valor general.

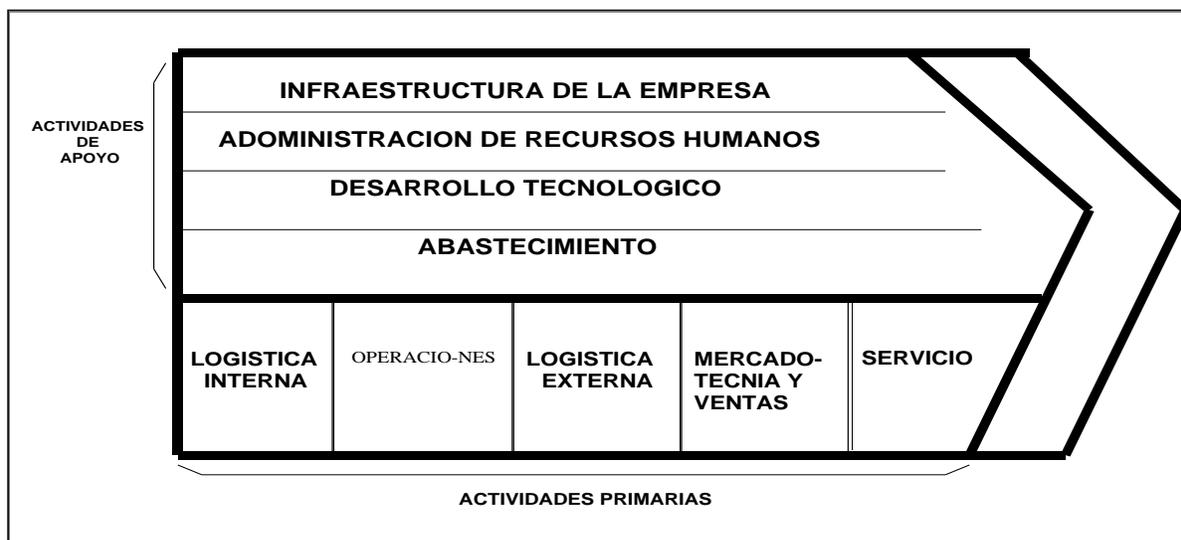
Una empresa puede explotar los beneficios de un panorama más amplio internamente o puede formar coaliciones con otras empresas para lograrlo. Las coaliciones son alianzas a largo plazo con otras empresas que carecen de consolidaciones directas, como riesgos compartidos, permisos y acuerdos de coalición. Las coaliciones implican coordinar o compartir las cadenas de valor con socios de coalición que amplía el panorama efectivo de la cadena de la empresa.

3.3 La cadena de valor

Cada empresa es un conjunto de actividades que se desempeñan para diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyar a sus productos.

La cadena de valor de una empresa y la forma en que desempeña sus actividades individuales son un reflejo de su historia, de su estrategia, de su enfoque para implementar la estrategia y las economías fundamentales para las actividades mismas. (Figura 4).

Figura 4. Componentes de la cadena de valor.



Fuente: http://www.deinsa.com/cmi/porter_c03.htm.

3.3.1 Definición de cadena de valor

Cadena de valor son las actividades de la empresa que pudieran aportarle una ventaja competitiva potencial y que para aprovechar esas oportunidades depende de la capacidad de la empresa para desarrollar a lo largo de la Cadena de Valor, aquellas actividades competitivas cruciales de una manera mejor que sus competidores.

Se puede entender como una forma de análisis y evaluación de todas las funciones de la actividad empresarial, mediante las cuales se divide la empresa en sus partes constitutivas (producción, marketing, investigación y desarrollo, recursos humanos, sistemas de información y la infraestructura), buscando identificar fuentes de ventajas competitivas en aquellas actividades generadoras de valor.

3.3.2 Eslabones dentro de la cadena de valor

Aunque las actividades de valor son los tabiques de la ventaja competitiva, la cadena de valor no es una colección de actividades independientes, sino un sistema de actividades interdependientes. Las actividades de valor están relacionadas por eslabones dentro de la cadena de valor. Los eslabones son las relaciones entre la manera en que se desempeñe una actividad y el costo o desempeño de otra.

El valor es creado cuando una empresa crea una ventaja competitiva para su comprador, disminuye el costo de su comprador o aumenta su desempeño. El valor creado para el comprador debe ser percibido por este si se quiere recompensar con un precio premio, sin embargo, lo que significa que las empresas deben comunicar sus valores a los compradores a través de medios como publicidad y la fuerza de ventas.

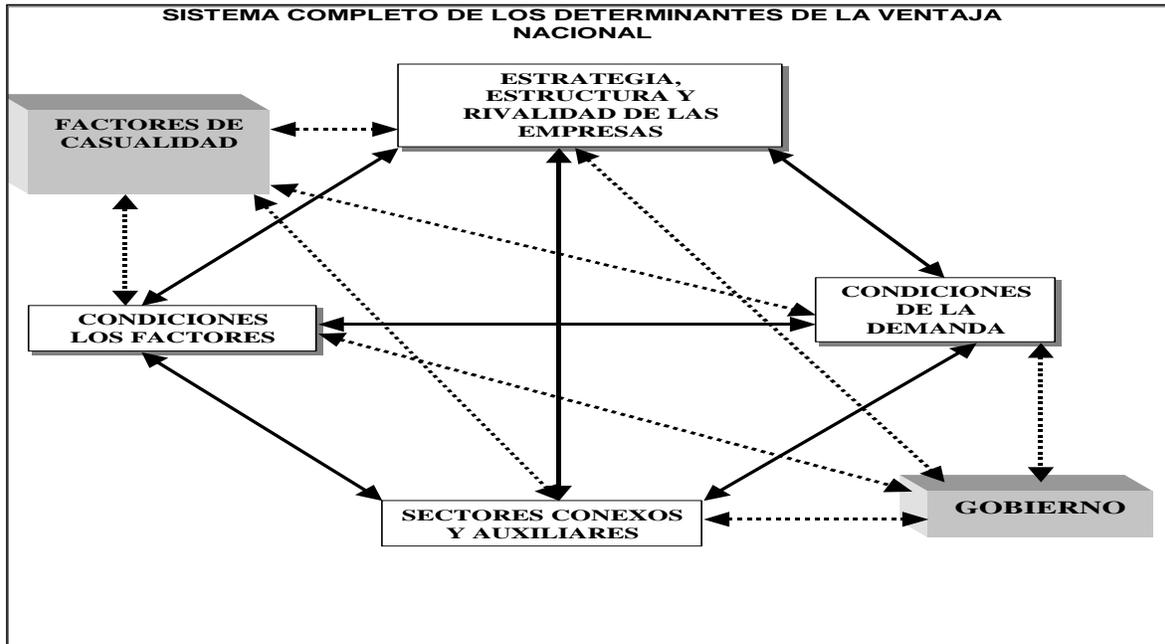
3.4 Panorama competitivo y la cadena de valor

El panorama competitivo puede tener un poderoso efecto en la ventaja competitiva, porque conforma la configuración y economía de la cadena de valor. Hay cuatro dimensiones del panorama que afectan la cadena de valor:

- ***Panorama de segmento.*** Las variedades de producto producidas y los compradores servidos.
- ***Grado de integración.*** El grado al que las actividades se desempeña en casa en lugar de por empresas independientes.
- ***Panorama geográfico.*** El rango de regiones, condados, o grupos de países en los que compite una empresa con una estrategia coordinada.
- ***Panorama industrial.*** El rango de sectores industriales relacionados en los que compite la empresa con una estrategia coordinada.

En la (figura 5) se presenta el sistema completo de los determinantes de la ventaja nacional y la influencia del gobierno y diversos factores de causalidad en la definición y consolidación de ventajas competitivas en los sectores productivos nacionales.

Figura 5. Sistema completo de los determinantes de la ventaja competitiva nacional.



Fuente: Michel Porter, (1987).

3.4.1 Condiciones de los factores

Son los insumos necesarios para competir en cualquier sector como: *recursos humanos, recursos físicos, recursos de conocimientos, recursos de capital, infraestructura, etc.*

Sin embargo, la cantidad disponible de factores en un momento dado es menos importante que el ritmo a que se crean, perfeccionan y se hacen más especializados para determinados sectores. Por lo tanto, la *ventaja competitiva* que se deriva de los factores depende del grado de eficiencia y efectividad con que se despliegan; así como en dónde se despliegan dichos factores significa que los recursos humanos, el conocimiento y los factores de capital pueden moverse de unas naciones a otras, son factores móviles.

En la jerarquía entre factores se distinguen: los *factores básicos (o heredados)* como: recursos naturales, el clima, la situación geográfica, la mano de obra no especializada y semi-especializada y los recursos ajenos a largo plazo que pueden mantener su importancia en sectores extractivos o basados en la agricultura y los *factores avanzados (o creados)*: infraestructura digital,

personal altamente especializado (científicos), institutos de investigación públicos y privados que son necesarios para conseguir *ventaja competitiva* de orden superior, tales como productos diferenciados y tecnología de producción propia.

Otra distinción entre factores de producción: los *factores generalizados* incluyen la red de carreteras, y dotación de empleados universitarios motivados con formación universitaria que se pueden emplear en una amplia gama de sectores, y los *factores especializados* comprenden al personal con formación muy específica, infraestructura, base de conocimientos en un campo (microbiología, informática, biotecnología, tecnología espacial), etc. y requieren de constantes inversiones y una dotación suficiente de factores generalizados, pues los “factores económicos” de hoy tienden a ser los “factores generalizados” de mañana. Tanto el gobierno como el sector privado participan en la creación y formación de factores. Las naciones alcanzan el éxito en aquellos sectores donde son eficaces en la creación y perfeccionamiento de los factores necesarios.

Por otro lado, existen diversas desventajas selectivas de los factores que pueden llevar a un despliegue ineficaz de estos, pero también dichas desventajas pueden contribuir a la “*ventaja competitiva*” cuando emiten señales adecuadas respecto a las necesidades o circunstancias que las empresas pueden afrontar en el extranjero, estas pueden inhibir la innovación o estimularla.

3.4.2 Condiciones de la demanda

Es necesario tener presente la composición de la demanda interior, la magnitud y pautas de crecimiento de la demanda interior, y los mecanismos mediante los cuales se transmiten a los mercados extranjeros las preferencias domésticas de una nación; por lo que la calidad de la demanda interna (compradores entendidos y exigentes y canales de distribución) es más importante que la cantidad de la demanda para muchos sectores.

La importancia de la demanda doméstica radica en que le permite a las empresas estar mejor capacitadas para detectar, comprender y actuar de acuerdo con las necesidades de los compradores en su mercado doméstico y tienden a sentirse más seguras al hacerlo así. Los atributos más importantes de la demanda interior son aquellos que producen un estímulo inicial y sostenido para la inversión y la innovación así como para competir a medida que vaya pasando el tiempo en segmentos cada vez más perfeccionados.

Por otro lado, sin una fuerte rivalidad doméstica, el rápido crecimiento del mercado interior o un gran mercado interior pueden inducir a la autocomplacencia en lugar de estimular la inversión y sin la presencia de sectores auxiliares adecuados, las empresas pueden carecer de la capacidad necesaria para dar respuesta satisfactoria a los compradores exigentes.

3.4.3 Sectores conexos y auxiliares

La presencia de sectores proveedores o sectores conexos que sean internacionalmente competitivos es el tercer determinante genérico de la ventaja nacional de un sector que van tras los proveedores en la cadena producción-consumo.

Una de las maneras de crear “*ventaja competitiva*”, es por la vía del acceso eficaz, rápido y preferencial de los insumos más rentables con relación a su costo, pero también es importante la ubicación de los proveedores en el propio país donde se ubica el sector. Los proveedores ayudan a las empresas a detectar métodos y oportunidades para la aplicación de las tecnologías más avanzadas. Y tienden a ser un canal para la transmisión de información e innovaciones de empresa a empresa.

Los sectores conexos son aquellos en los que las empresas pueden coordinar y compartir actividades de la cadena de valor cuando compiten, o aquellos que comprenden productos que son complementarios. Compartir actividades como desarrollo de tecnologías y su fabricación, distribución, comercialización o servicio de productos es fundamental para la “*ventaja competitiva*”.

3.4.4 Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa

Es el cuarto determinante y es el contexto en que se crean, organizan y gestionan las empresas, así como la naturaleza de la rivalidad interior. Las metas, estrategias y formas de organizar las empresas de cada uno de los sectores varían de unas naciones a otras.

No existe un sistema de dirección que sea universalmente apropiado, las naciones tenderán a alcanzar el éxito en sectores en que las prácticas directivas y las formas de organización propiciadas por el entorno nacional sean adecuadas para las fuentes de “*ventaja competitiva*”.

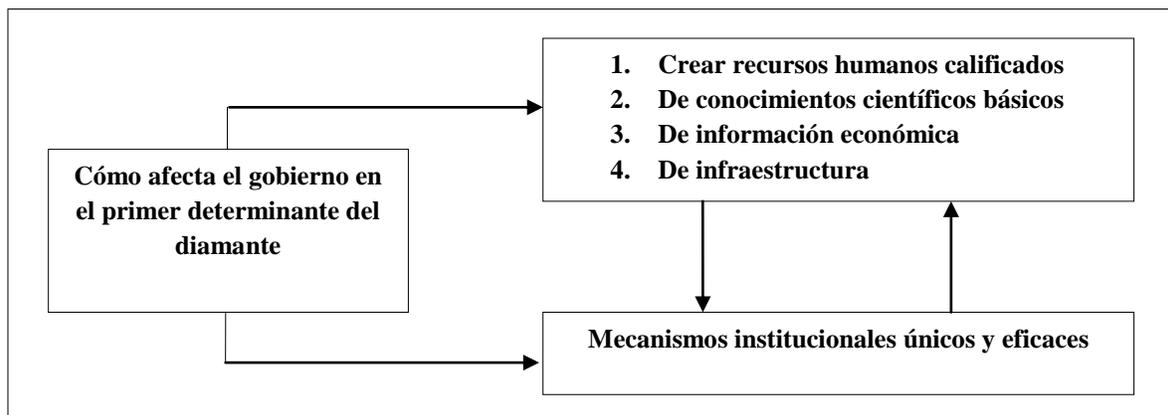
Es importante incluir las metas y las motivaciones que tratan de alcanzar las empresas para que se dé el éxito en los sectores nacionales (compromiso y el esfuerzo).

- **Metas de la compañía:** Se determinan en la estructura de la propiedad, las motivaciones de los propietarios de los recursos propios y ajenos, en la naturaleza de la gestión societaria y los procesos de incentivación de la alta dirección (caso de Alemania y Suiza y los Estados Unidos). (caso de empresas que cotizan en la bolsa y las que no cotizan).
- **Metas de los empleados:** Las motivaciones de las personas que dirigen las empresas o que trabajan en ellas pueden propiciar o dificultar el éxito en algunos sectores en particular; por ello, es importante el sistema de retribución que se aplique a los empleados como el determinante de su comportamiento y esfuerzo, (valores sociales, estructura fiscal, prácticas salariales y ascensos, el tipo de relación entre los directivos y empleados y la empresa, las actitudes personales, la preferencia geográfica, la inmigración, etc.).
- La influencia del prestigio y la prioridad nacional sobre las metas ligadas al esfuerzo inaudito y excepcional; usa finanzas, deporte, espectáculo, música, esparcimiento, tecnología espacial e informática; en Israel la agricultura y la defensa; en Suiza la banca y productos farmacéuticos; en Alemania la Química; en Italia moda y mobiliario; Japón la electrónica de consumo y acero.
- Productividad-movilidad de los recursos vs productividad-innovación (conservar los conocimientos prácticos y teóricos) desarrollados en el sector.
- **Rivalidad doméstica:** las empresas o sectores competitivos se caracterizan por una rivalidad doméstica entre empresas del mismo sector lo que hace presionar para mejorar e innovar (campo tecnológico, productos diferenciados y costos), la concentración geográfica de los rivales en una sola ciudad o región dentro de una nación es reflejo de los beneficios anteriores.

3.4.5 El papel del gobierno

El papel del gobierno puede influir en forma positiva o negativa en cada uno de los cuatro determinantes del diamante expuesto en la (figura 5). Así en relación a las condiciones de los factores se ven afectados por las subvenciones, la política respecto a los mercados de capitales, la política educativa y otras intervenciones. Dichas intervenciones lo hace mediante normas o reglamentos o la legislación estatal, mediante compras gubernamentales, etc. (Ver cuadro 6).

Figura 6. Papel del gobierno en las condiciones de los factores.



Fuente: Elaboración propia con base a Muñoz Rodríguez, Manrubio y Santoyo Cortés H, (2011).

Con la participación del gobierno en cada uno de los sectores productivos, se reconocen diversas premisas que éste debe considerar para que su participación de eficaz, tales como: que la prosperidad económica nacional exige el dinamismo y el perfeccionamiento de los sectores; que dicho dinamismo permitirá crear la competitividad sectorial y sólo se podrá mantener siempre y cuando el gobierno ayude para ello; la competitividad de los sectores solo la generarán las empresas en un largo plazo y que para coadyuvar a su generación es necesario lograr la diferenciación de productos, la concentración geográfica de empresas que compartan compromisos, metas y proyectos comunes, ya que la ventaja competitiva de un sector, de una empresa es relativa a nivel nacional.

De lo anterior, se deduce que el gobierno tiene que delinear su política económica en función de la formación del Clúster productivo y establecer medidas de política a favor y de apoyo a las estrategias de estos conglomerados de empresas que se integran para compartir actividades y costos.

3.5 Concepto de Red

Según Rendón (2007), citado por Pérez José L. (2011), *“Una red es una estructura relacional compuesta por actores y vinculaciones dadas entorno a situaciones comunes. Importan las relaciones o vínculos desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo”*.

3.6 Concepto de Valor

En la opinión de Kotler (2000), Citado por Pérez José L. (2011), el valor es la *“estimación que hacen las personas de la capacidad de un bien o servicio para satisfacer sus necesidades y deseos”*

Y según Michael Porter, (1987), en términos competitivos, *“el valor es la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por lo que una empresa les proporciona”*.

El valor se mide por el ingreso total, es un reflejo del alcance del producto en cuanto al precio y de las unidades que puede vender. Una empresa es lucrativa si el valor que impone excede a los costos implicados en crear el producto. El crear valor para los compradores que exceda el costo de hacerlo es la meta de cualquier estrategia genérica. El valor, en lugar del costo, debe ser usado en el análisis de la posición competitiva, ya que las empresas con frecuencia elevan deliberadamente su costo por imponer un precio superior por medio de la diferenciación.

El concepto de *valor* parte del grado de utilidad o aptitud de las cosas para satisfacer necesidades o proporcionar bienestar o deleite. Este concepto aparece con más frecuencia en la vida cotidiana, y estas pueden desarrollarse tanto de manera local como a nivel internacional, ya que las cadenas de valor forman más vínculos para obtener mayor información de los nuevos requerimientos que pide el mercado y mantener informados a los actores de la red.

3.6.1 Definición de valor

Según Woodruff (1997), citado por Pérez David (2010), *“Consideremos en primer lugar que el valor describe la relación entre los beneficios y sacrificios percibidos por el cliente frente a los beneficios y sacrificios de las ofertas de los competidores en el mercado”*.

Levitt (1983) y Ravald y Grönroos (1996), citados por Pérez David (2010), *“Los beneficios, son una mezcla de atributos físicos, de servicio, soporte técnico, reputación de la compañía y otros indicadores de calidad, mientras que los sacrificios comprenden todos los costes que el comprador tiene cuando hace una compra”*.

De modo que las necesidades del cliente orientan a la creación de productos o servicios que las satisfacen trayendo consigo beneficios para la firma. Sin embargo, como indican Nalebuff y Brundenburger (2005), citados por Pérez David (2010), *“satisfacer los deseos o necesidades del cliente no es suficiente para retener y ganar su lealtad, siendo necesaria la creación de más y mejor valor que la competencia”*, Rodríguez-Orihuela y Hernández-Espallardo (2003), citados por Pérez David (2010), determinan lo siguiente *“Podemos entender como competidor no solo a aquellas empresas que elaboran productos similares, sino todas las cosas que puedan satisfacer a los clientes o que haga que determinado producto sea menos valioso”*.

Por otro lado, de acuerdo a Porter (1982), *“el valor es creado en una cadena vertical integral que va desde proveedores de materias primas hasta el consumidor, pasando por diversas*

industrias y servidores de las mismas. De modo que es importante determinar cuánto de ese valor puede un jugador capturar”.

Prahalad y Ramaswamy (2004), citados por Pérez David (2010), acuñaron el concepto denominado “*co-creación de valor*”, para afirmar que las empresas no pueden seguir actuando unilateralmente, sino que tiene que existir un vínculo entre el consumidor, la empresa y toda la red de valor. Este proceso incluye un diálogo intensivo en tiempo y a profundidad con los consumidores, la participación del consumidor en el diseño del producto, transparentar los procesos de la empresa y abrir la discusión sobre los aspectos de calidad a tomar (o sacrificar).

3.7 La Red de Valor

El concepto de Red de Valor comprende tanto la idea de “*interconexiones*” entre los nodos intervinientes, como el de valor que implica lograr determinados objetivos alineados con las necesidades del cliente.

Según Kothandaraman y Wilson, (2001) citados por Pérez David (2010) “*La red de valor, red de negocios*” o según Adner (2006), también citado por Pérez David (2010), “*ecosistema de innovación*”, entre otros adjetivos asignados, se trata de un tipo de organización que ha dado una nueva forma a la competencia que traslada la ventaja competitiva desde el nivel de la firma hasta el nivel de red, es decir, un conjunto de empresas que generan de forma conjunta valor para el mercado.

Para Castells, citado en Rodríguez-Orihuela y Hernández-Espallardo (2003), a través de Pérez David (2010), “*existen dos tipos de redes caracterizadas por los vínculos interempresariales. El primer tipo, el modelo de redes multidireccionales, es desarrollado por pequeñas y medianas empresas que no obstante encontrarse bajo el control de acuerdos de subcontratación o el dominio financiero/tecnológico de empresas más grandes, con frecuencia toman la iniciativa para establecer acuerdos de cooperación con diversas firmas. El segundo tipo, corresponde al modelo de producción basado en la franquicia y la subcontratación bajo el control de una gran compañía, es una forma intermedia entre la desintegración vertical y las redes horizontales de pequeñas y medianas empresas*”.

Por su parte Brambilia-Paz (2001) citado por Pérez David (2010) indica, “*Dentro de los principales problemas que se tienen en el desarrollo de redes de valor están la desconfianza entre los actores de la red, algunas debidas a experiencias pasadas, la dirección del producto a un mercado particular, el hecho de sacar ese mismo producto a otro mercado, implica ciertos riesgos que se tendrán que evaluar*”.

La primera complejidad que se observa es que la mayoría de las empresas integrantes de una red no tienen los mismos objetivos y prioridades estratégicos. A su vez, cada nodo (empresa) es un subsistema en cuyo interior interactúan seres humanos y recursos materiales de todo tipo, constituyendo redes internas no necesariamente alineadas.

Para mejorar el desempeño de los nodos de una red debiéramos considerar los siguientes focos de atención:

- Alineación estratégica,
- Relaciones personales,
- Sistemas de información y comunicación,
- Competencias tecnológicas.

También se reconoce a la Red de Valor como actitudes económicas: un sinnúmero de relaciones, consumo, competencia, conocimiento, reconocimiento y productividad en calidad.

Según Bovet y Martha, (2001), una red de valor *“es un modelo de negocios que utiliza los conceptos de la cadena de suministros digital para obtener la mayor satisfacción del cliente y la lucratividad de la empresa. Es un sistema rápido y flexible, juntado y conducido por los mecanismos de preferencia de los nuevos clientes...No se trata apenas de conocimiento-se trata de creación de valor para los clientes, para la empresa y para los proveedores”*. En el ámbito empresarial, en donde toman sentido y se interrelacionan todos los esfuerzos que realizan en las distintas esferas.

3.7.1 Roles y patrón de interacciones

Según Rovere, (1996) citado por Muñoz R. M y Santoyo C. V.H (2011), *“Las organizaciones no sólo forman grupos sino también redes. Redes son redes de personas, se conectan y vinculan personas, aunque estas personas sean directores o gerentes de las organizaciones y se relacionen con su cargo incluido, no se conectan cargos entre sí, no se conectan computadoras entre sí: se conectan personas. Esto significa que las redes es el lenguaje de los vínculos”*. Las redes de las que hablamos son las que forman las personas al relacionarse unas con otras. En este sentido, las diversas personas que forman parte de una organización, las que la dirigen emprenden por cuenta propia y al margen de las acciones de interacción informal impulsadas por la dirección una serie de vínculos con sus pares que da lugar a una red cuya estructura deja ver claramente la orientación que están adquiriendo los intercambios intra y entre organizaciones.

Así, con el propósito de evaluar el grado de profundidad de la red que han configurado las personas involucradas en una red de valor, Rovere (1996), citado por Muñoz R.M y Santoyo (2011), plantea cinco niveles de análisis, a saber: (i) reconocimiento, (ii) conocimiento (iii) colaboración, (iv) cooperación y (v) asociación. Cada nivel sirve de apoyo al siguiente. Los cinco niveles de articulación pueden ser analizados considerando sólo un tipo de actor específico, los proveedores o las agroindustrias tractoras, por ejemplo, o entre actores: proveedores y complementadores; proveedores y agroindustrias, etc.

El primer nivel, el de *reconocimiento*, se traduce en la aceptación del otro. En casos extremos, la dificultad de interactuar consiste en que no se reconoce que el otro existe. No hay forma de crear redes con otros a los cuales no se reconoce su derecho a existir y opinar. En el caso de las redes de valor, este primer nivel se puede evaluar a partir de la actitud de aceptación o rechazo que expresen los actores hacia sus pares. Para ello, se sugiere adoptar el siguiente criterio de análisis: *indagar la existencia de conflictos por motivos políticos, gremiales, legales, económicos, o simplemente por diferencias de visión entre los actores*, tal y como se señala en el Cuadro 15.

Cuadro 15. Niveles de análisis del grado de interacción de una red de valor.

Nivel	Criterio de análisis	Valor
5. Asociación	Contempla la existencia de relaciones en proyectos o acciones, donde se comparten objetivos estratégicos y con visión de largo plazo	Confianza
4. Cooperación	Considera la participación entre pares en proyectos o acciones con ciertos horizontes de tiempo	Solidaridad
3. Colaboración	Implica el establecimiento de vínculos de colaboración entre pares	Reciprocidad
2. Conocimiento	Implica conocer las capacidades, valores, cultura del par.	Interés
1. Reconocimiento	Implica aceptar la existencia del otro	Aceptación

Fuente: Adaptado de Rovere (1996) citado por Muñoz. R. M y Santoyo C. V.H, (2011).

El segundo nivel es el de *conocimiento*. Una vez que el otro es reconocido como par, como interlocutor válido, se empieza a despertar el interés por conocer lo que hace y cómo lo hace. Existe el interés de saber quién es el otro, entender cómo se ve el mundo desde ahí. A fin de conocer el grado articulación de la red a este nivel, se recomienda adoptar los siguientes criterios de análisis: *De entre sus pares, ¿a quiénes asocia con la palabra innovador? ¿Con quiénes suele intercambiar conocimientos relativos al giro?* Con ambos criterios se pretende conocer el grado de conocimiento que los actores tienen de la dinámica innovadora en su respectiva red, así como el patrón de

intercambio de conocimientos existente. Se asume que si se logran identificar los perfiles de innovación y existen intercambios intra y/o entre actores, es porque existe conocimiento de lo que el otro hace.

Un tercer nivel es el que surge a partir del interés y del conocimiento del otro, lo cual desencadena algunos elementos de *colaboración*: co–laborar en el sentido de “trabajar con”. No es una ayuda sistemática, no es una colaboración organizada, sino espontánea. Se registran momentos, hechos, circunstancias donde se constatan mecanismos de colaboración que empiezan a estructurar una serie de vínculos de reciprocidad. Se empieza a colaborar y se espera reciprocidad. Para evaluar este nivel se considera cualquier tipo de vínculo de carácter temporal y coyuntural que hayan establecido los actores de la red de valor. Para tal fin se sugiere adoptar el siguiente criterio de análisis: *cuando emprende alguna acción cotidiana en las que se necesita la participación de más de alguna persona, o necesita de algo que no tiene (insumos, equipo...) ¿con quién de sus pares colabora o recurre de manera esporádica?*

En el cuarto nivel ya se registran algunas formas sistemáticas de *cooperación*: co–operación, “operación conjunta”. Este nivel implica un proceso más complejo porque supone la existencia de un problema común, lo cual significa que hay una “co–problematización” y existe una forma más sistemática y estable de operación conjunta. Hay, en suma, un compartir sistemático de actividades. Para ello, se recomienda adoptar los siguientes criterios de análisis: *¿Con quiénes realiza la compra de insumos y venta de productos en forma consolidada? ¿Con quiénes contrata servicios (financieros...) en forma conjunta?*

Finalmente, existe el quinto nivel donde se da la *asociación*. Implica el establecimiento de vínculos formalizados en contratos y convenios que van más allá de relaciones esporádicas o coyunturales y exigen la existencia de mucha confianza entre los actores de una red, por ejemplo. El criterio de análisis sugerido es el siguiente: *¿Con quién de sus pares ha realizado inversiones conjuntas?*

Estos cinco niveles que se presentan en el apartado anterior donde se colocan en forma ascendente. El reconocimiento es el criterio sobre el cual se basa el conocimiento; el tercer nivel, el de colaboración, se apoya en el segundo y el cuarto nivel, el de cooperación, se apoya en el tercero.

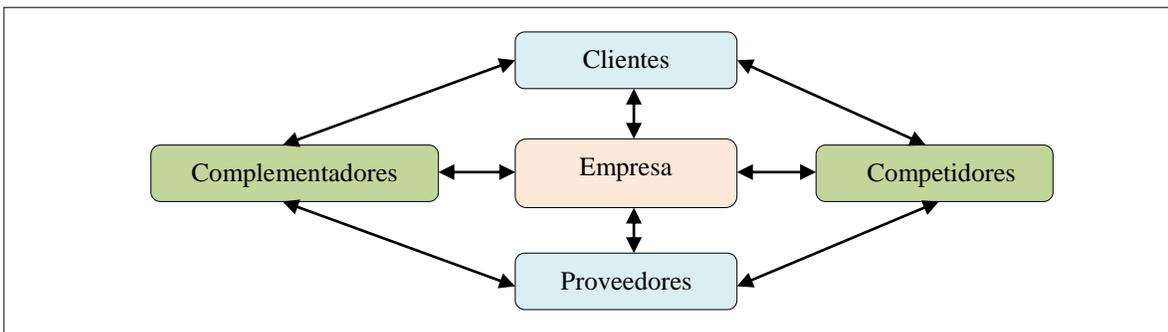
El nivel de interacción que establezcan los actores de una red de valor también está determinada por el rol específico que le corresponda desempeñar en la Red, ya sea por atribuciones de

carácter normativo o por decisión propia del actor al intentar ocupar vacíos dejados por otros actores o porque su poder así se lo permite.

3.7.2 Estructura de la red de valor

De acuerdo a la propuesta de Nalebuff B.J y A. M. Brundenburger (2005), citados por Pérez David (2010), “la red de valor plasmada en la (figura 7), representa a todos los jugadores presentes en un juego y sus interdependencias. En ellos se encuentra la empresa, proveedores, clientes, competidores y complementadores”.

Figura 7. La Red de Valor.



Fuente: Porter M. (1987), en Nalebuff B.J y A. M. Brundenburger (2005), citados por Pérez David (2010).

Sobre el eje vertical se encuentran los clientes y proveedores. Los flujos en este eje son materias primas, mano de obra, productos y servicios, mientras que el dinero fluye en dirección contraria. A lo largo del eje horizontal se encuentran los complementadores y competidores. Según Nalebuff B.J y A. M. Brundenburger (2005) “Un complementador es cualquier jugador que hace que el producto o servicio de una empresa tenga mayor valor cuando dicho jugador está presente que cuando no lo está; mientras que un competidor se presenta cuando los clientes valoran más el producto de una empresa que cuando no interviene este otro jugador”.

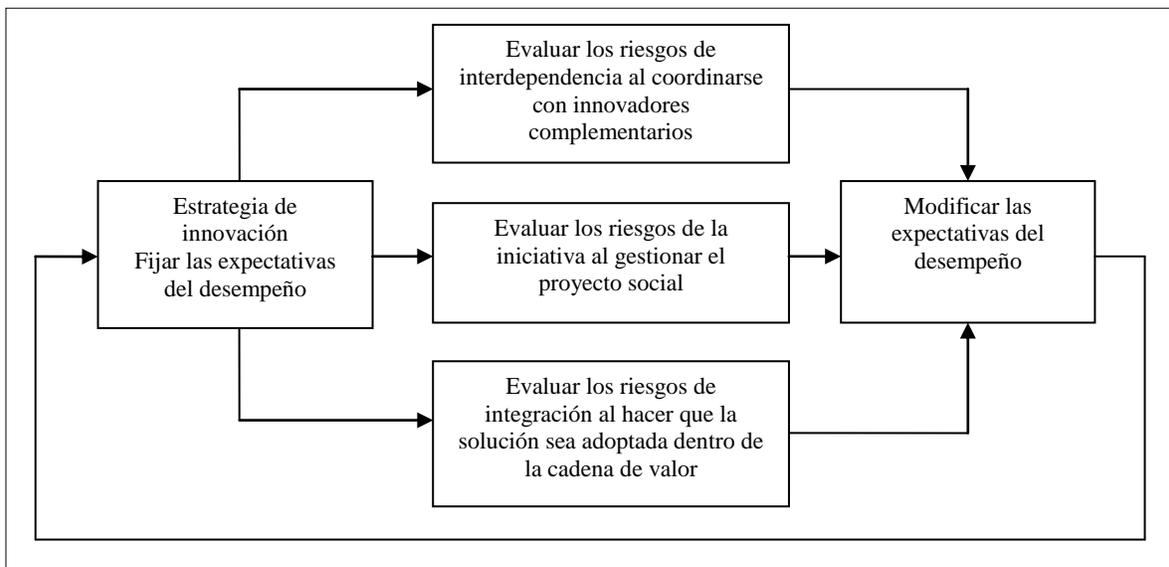
Según Nalebuff B.J y A. M. Brundenburger (2005), citados por Pérez David (2010), en el eje vertical, “clientes y proveedores desempeña papeles simétricos, son socios iguales en la creación de valor. Lo anterior implica reconocer que no sólo se debe escuchar al cliente, sino que las relaciones con los proveedores son igual de importantes. De la misma manera, en el eje horizontal competidores y complementadores comparten una simetría que repercute en el valor de la empresa”.

Es importante señalar que en muchas ocasiones los roles no son exclusivos, además de que se cruzan fronteras industriales. Por ejemplo, muchas empresas son competidoras y complementadoras al mismo tiempo, en el momento en el que deciden colaborar o simplemente por el valor que representan frente al consumidor, y a su vez, existen productos o servicios que no pertenecen al sector productivo, pero que pueden hacer aumentar o disminuir la demanda de algún otro producto.

3.7.3 Análisis de la red de valor

Según dicen Nalebuff B.J y A. M. Brundenburger (2005), citados por Pérez David (2010), *“Si se focaliza una empresa cualquiera y se analizan todos los actores que tiene a su alrededor, solo se tendrá una visión parcial del juego, debido a que sus clientes tienen clientes y sus proveedores tienen otros proveedores, y así consecutivamente, de modo que la lista podría hacerse muy larga. Para no elaborar una red muy extensa y confusa, es posible trazar múltiples redes, la de los clientes, la de los proveedores, la de los competidores y complementadores y puede ser que se requieran perspectivas más remotas”*.

Figura 8. Estrategia de ecosistema.



Fuente: Adner (2006), citado por Pérez David (2010).

De acuerdo a Adner (2006), a través de Pérez David (2010), *“el éxito de la estrategia de crecimiento de la empresa no sólo depende de las acciones individuales, de modo que es precisa la evaluación de los riesgos de su ecosistema”* (figura 8). Muchas iniciativas conllevan al fracaso debido a que, junto con nuevas oportunidades, los ecosistemas de innovación presentan también un

nuevo conjunto de riesgos: nuevas dependencias que pueden desbaratar los esfuerzos de una empresa. Aún si una compañía desarrolla brillantemente su propia innovación, alcanzando y excediendo las necesidades de sus clientes y excluyendo exitosamente a sus rivales, podría no surgir un mercado para ella, o que surja en un momento tardío o no adecuado, lo cual lleva a la empresa a una derrota no pensada.

De acuerdo a Alle (2000) citado por Pérez David (2010), “*una red de valor genera valor económico a través de sus múltiples intercambios dinámicos, entre una o más empresas, clientes, proveedores, colaboradores estratégicos y la comunidad*”. Estas redes incluyen más que solo transacciones acerca de bienes, servicios e ingresos. Además de los anteriores, existe la transacción de conocimiento y beneficios intangibles, de modo que generalmente solo una porción del valor intercambiado puede ser rastreado o medido a través de un bien/servicio y su gratificación.

3.8 Concepto de Clúster (sistema de valor)

Se refiere a la concentración de empresas de un mismo sector en una misma región, con relaciones inter-intra firma (condición suficiente), con relación entre sectores (condición de escalonamiento upgrading), con intervención de agentes locales gubernamentales y privados (condición sistemática) y con proyectos estratégicos de competitividad sistémica (condición extraordinaria).

Algunos factores internos

- ❖ Mejoramiento de la eficiencia en la producción como factor central de competitividad (justo a tiempo, control total de calidad).
- ❖ Tecnología principal de nivel mundial –proceso de producción autorizados (información tecnológica, manufactura celular, certificación de procesos como ISO-9000 y ISO-14000, modulación, etc.)
- ❖ Tecnologías de administración con nuevas prácticas organizacionales (innovaciones en la organización del trabajo con flexibilidad en los procesos de producción.

3.9 Metodología

La metodología que se planteó para lograr los objetivos de esta investigación fue estructurada de la siguiente manera:

La primera etapa consistió en la revisión exhaustiva e intensiva de la información documental teórica con relación a la temática determinando la bibliografía acorde a la misma.

En la etapa dos se diseñaron y aplicaron instrumentos de extracción de información (encuestas-entrevistas) a los actores claves de las actividades económicas del territorio del municipio de Parras, Coahuila, como también se elaboraron instrumentos específicos para la actividad de nuez, se hicieron los recorridos de campo del territorio y la toma de información y datos del tipo de infraestructura disponible en el territorio de este municipio.

En la etapa tres se recopiló la información y los datos estadísticos de las variables consideradas para la elaboración de los cuadros analíticos de los aspectos: biofísico y socioeconómico, realizando la esquematización y sistematización de la información recabada para desarrollar y elaborar los esquemas de análisis, con la revisión correspondiente de cada uno de los asesores de este trabajo de investigación.

En la etapa cuatro se comenzó con los análisis de la información recabada de campo para la construcción y elaboración de la red de valor de la nuez bajo la metodología correspondiente y describiendo las actividades de producción y recolección que se desarrollan en el territorio objeto de estudio.

En la quinta etapa se construyeron los árboles de problemas y de oportunidades/alternativas respectivamente para la red de valor de nuez, elaborando una propuesta de consulta para el diseño de política pública para esta actividad en el territorio en cuestión, aportando los análisis y elementos específicos que consideramos pertinentes para la mejora de la actividad y competitividad de los diferentes actores.

Y como último procedimiento fue la redacción de las conclusiones de este trabajo de investigación como también la integración de sus recomendaciones para la mejora de la actividad integrada a la red de valor.

3.10 Comentario final

Los diferentes conceptos que integran la teoría de la Red de Valor, se han caracterizado obteniendo nuevos enfoque de negocios, en lo particular del sector rural.

Para concretar la integración de las actividades del sector rural a la teoría de redes de valor, en el próximo capítulo se desarrolla un ejercicio práctico determinando la Red de Valor de la nuez del municipio de Parras, Coahuila.

CAPÍTULO IV

DETERMINACIÓN DE LA RED DE VALOR DE NUEZ EN PARRAS, COAHUILA

El objetivo del desarrollo de este capítulo es exponer la información referente en la actividad nogalera en el municipio de Parras con la información básica para determinar finalmente la Red de Valor de este cultivo concretando la base teórica del capítulo anterior.

4.1 Selección de Red de Valor

El presente apartado tiene como propósito proporcionar los datos generales del municipio de Parras, Coahuila, aplicando el procedimiento metodológico de este tema de investigación bajo el enfoque de Red de Valor. Así como el fundamento y sustento a través de metodologías previamente pertinentes y dotadas, para la determinación de los criterios, la identificación de productos y la selección de la Red de Valor a impulsar en el territorio objeto de estudio.

4.2 Procedimiento y mecánica de selección de la red de valor a analizar

El procedimiento para la selección de la red de valor contempló las siguientes etapas:

- 1) Revisión y entendimiento de criterios contemplados en las metodologías propuestas para la selección de la una red de valor.
- 2) Selección y determinación de actividades y productos principales en las comunidades del área del sector rural en el municipio de Parras, Coahuila.
- 3) Determinación de categorías para la agrupación de criterios.
- 4) Discusión, determinación y selección de criterios para valorar y comparar por producto.
- 5) Determinación de la ponderación para las categorías seleccionadas para este municipio (sumando el puntaje total de cada producto para posteriormente ponderar de acuerdo al porcentaje asignado).

En el recorrido y en la colecta de datos se identificaron y seleccionaron 5 productos por su importancia y su presencia en el área rural, como se muestra en el (cuadro 16).

Cuadro 16. Productos agropecuarios y silvícolas más relevantes en la Subcuenca RH-36-E-b “Laguna de Mayrán”.

Producto	Presencia de explotación/Localidades
Orégano	Con presencia en 26 comunidades del área rural de la Subcuenca.
Sorgo Escobero	Con presencia en 19 comunidades de Parras, Coahuila.
Nuez	Con presencia en 12 comunidades de Parras, Coahuila.
Becerro en Pie	Con Presencia en 5 comunidades de la Subcuenca.
Cabrito en pie	Con Presencia en 22 comunidades de la Subcuenca.

Fuente: ECODES Elaboración con base a encuestas de primer contacto levantadas en campo en 26 comunidades de la Subcuenca, FIRCO (2011).

4.3 Criterios de Valorización

La determinación de criterios en el área rural de Parras, Coahuila se realizó de acuerdo a las metodologías antes señaladas.

Respecto a los criterios seleccionados, se agruparon en cuatro categorías como demanda y oferta (mercado), ecología y biodiversidad, socioeconómico y tecnología e infraestructura. Éstos se consideraron contemplando el entorno del municipio de Parras como los más idóneos, como se muestra en el siguiente (cuadro 17).

Cuadro 17. Selección y determinación de criterios para el municipio de Parras, Coahuila.

Núm.	Categoría/Criterio	Núm.	Categoría/Criterio
	Demanda y Oferta del Mercado		Ambiente y Biodiversidad
1	Potencialidad de la Demanda/Población	4	Impacto en los recursos naturales
2	Calidad y oportunidades de comercialización del Producto	5	Competencia por los recursos naturales especies y actividades productivas
3	Oferta e índices productivos	6	Regulación y certificación de aprovechamiento de recursos
Núm.	Categoría/Criterio	Núm.	Categoría/Criterio
	Socioeconómica		Tecnológicos y de Infraestructura
7	Población beneficiada directos e indirectos (masa crítica)	10	Existencia de infraestructura y equipo productivo
8	Relación B/C, Costo de inversión-ingresos.	11	Disponibilidad a la adopción de nuevas prácticas y paquetes técnicos y organizativos
9	Experiencia y habilidades del Productor (perfil del Productor)	12	Posibilidad de acompañamiento

Fuente: ECODES “D” Parras, Coahuila. Proceso de selección de criterios, FIRCO (2011).

En algunos criterios como son el caso de 7 y 8 de la categoría socioeconómica se buscó que fueran sencillos para su interpretación y entendimiento, así como el criterio 4 de la categoría ambiente y biodiversidad.

4.4 Ponderación, comparación y valoración de las redes de valor analizadas

Como puede apreciarse en el apartado anterior, con el listado de criterios identificados, se procedió a definir cómo usar cada uno de ellos. De conformidad a la valoración utilizada en cada criterio, asignado un valor de 0, 1 y 2 a los diferentes criterios para los diferentes productos, se procedió a ponderar los aspectos considerados como sigue: categoría de Mercado y oferta (25%), Ambiente y Biodiversidad (35%), Socioeconómico (20%) y Tecnología e Infraestructura (20%). De lo anterior se obtuvieron los siguientes resultados para los diferentes productos seleccionados: (ver cuadro 18).

Cuadro 18. Matriz de valoración de criterios y ponderación para productos observados.

Núm.	Categoría/Producto	Orégano	Sorgo Escobero	Nuez	Becerras en Pie	Cabrito en Pie
	Demanda y Oferta (Mercado) (25%)					
1	Potencialidad de la Demanda/Población	1	1	2	2	1
2	Calidad y oportunidades de comercialización del Producto	1	1	2	2	1
3	Oferta e índices productivos	1	0	1	1	1
	Ambiente y Biodiversidad (35%)					
4	Impacto en los recursos naturales	2	1	0	1	1
5	Competencia por los recursos naturales especies y actividades productivas	2	1	2	1	2
6	Regulación y certificación de aprovechamiento de recursos	2	2	1	1	1
	Socioeconómico (20%)					
7	Población beneficiada directos e indirectos (masa crítica)	2	1	2	1	1
8	Relación B/C, Costo de inversión-ingreso por unidad de producto (kg)	2	1	2	1	2
9	Experiencia y habilidades del Productor (perfil del Productor)	1	1	1	0	0
	Tecnología e Infraestructura (20%)					
10	Existencia de infraestructura y equipo productivo	2	1	0	1	0
11	Disponibilidad a la adopción de nuevas prácticas y paquetes técnicos y organizativos	2	1	0	1	1
12	Posibilidad de acompañamiento	2	1	2	2	2

Fuente: ECODES "D" Parras, Coahuila. Proceso de selección de red de Valor, FIRCO (2011).

Posteriormente, y mediante el uso de hoja de cálculo (Excel), se sumó el puntaje de cada criterio por producto multiplicado por el porcentaje de ponderación. Después, se sumó el valor relativo de cada producto para determinar su valor total, de tal forma que se obtuvo el resultado de mayor a menor, se ordenó el producto y se seleccionó la red de valor; según este procedimiento, el (cuadro 19) siguiente muestra los resultados obtenidos.

Cuadro 19. Resultados de la ponderación para diferentes productos observados en la Subcuenca RH-36-E-b “Laguna de Mayrán”.

Categoría/Producto	Orégano	Sorgo Escobero	Nuez	Becerros en Pie	Cabrito en Pie
Demanda y Oferta (Mercado) 25%	0.75	0.5	1.25	1.25	0.75
Ambiente y Biodiversidad 35%	1.4	1.75	0.7	1.05	1.4
Socioeconómico 20%	1.0	0.6	1.0	0.4	0.6
Tecnología e Infraestructura 20%	1.2	0.6	0.4	0.8	0.6
Suma	4.35	3.45	3.35	3.50	3.35
Prioridad	1ro	3ro.	4to.	2do.	4to./5to

Fuente: ECODES “D” Parras, Coahuila. Proceso de selección de red de Valor, FIRCO (2011).

Como puede apreciarse en el (cuadro 19) anterior y de acuerdo a la estructura de los resultados, así como el análisis de los criterios de este documento para la selección de la red de valor, el producto por orden de importancia, que se presentan en el siguiente orden: Orégano (primero), Sorgo Escobero (segundo), Nuez (tercero), Becerros en pie (cuarto) y Cabrito en pie (quinto). Actividades estas realizadas en la región como las principales relacionadas en el ingreso familiar de los pobladores del área rural con la explotación de los recursos naturales y la generación de empleos complementadas con otras actividades como el Ixtle de Lechuguilla, la Cera de Candelilla, Forrajes, Cortadillo y el Carbón de Mezquite.

4.5 Justificación la red de valor seleccionada

La nuez es un producto abundante en el municipio de Parras, Coahuila, y con precedencia de explotación mayoritaria en las comunidades del sector rural de este municipio siendo el motivo por el cual se ha seleccionado este producto a trabajar bajo el enfoque de Red de Valor e impulsar sus actividades en la competitividad territorial.

4.6 Perfil del productor

La Nuez es un producto abundante en la región y en muchos ejidos pertenecientes a la cabecera municipal de Parras de la Fuente, Coahuila; siendo el porcentaje de aprovechamiento muy alto que se encuentra cerca del 90% del volumen producido en los huertos nogaleros de este territorio; la producción se realiza mediante la participación de las familias rurales considerando una edad promedio de 54 años de los productores, y con una escolaridad de 4.8 años en promedio, contando con un huerto de una hectárea por productor.

Dentro de la estructura de costos de producción por insumos y mano de obra se contabilizan los siguientes conceptos: compra de pequeños arbolitos, preparación del terreno, aplicación de fertilizante, insecticida, injerta, y agua.

Además de los insumos, en la producción de la nuez se requiere de infraestructura, como pudieran ser servicios: energía eléctrica y la contratación de mano de obra para sus diferentes fases. Existen diferentes grados de tecnificación de los productores, por mencionar los grandes productores utilizan maquinaria como vibradores y tractores, así como quebradoras, descascaradoras y sopladores. Sin embargo son mayoría los productores que venden su producción en pie (pequeños productores).

4.7 Producción y recolección

En las actividades de producción y recolección participan en su gran mayoría los mismo miembros de las familias contando un promedio de 4 integrantes, quienes se encargan de las actividades fuertes siendo los meses de Agosto-Diciembre el periodo de cosecha; los productores dedican un promedio de 9 horas diarias a estas actividades obteniendo un volumen de producción promedio de 2.7 toneladas anuales por productor, las que son comercializadas a través de acopiadores del mismo municipio o y en ocasiones externos.

La mayor parte de los habitantes del sector rural de Parras, tiene como principal actividad agrícola la producción y recolección de nuez en huertos familiares, debido a que en esta región no existen asociaciones o grandes grupos consultivos de nogaleros. Es importante mencionar que la gran mayoría de estos productores no son financiados ni capacitados por ninguna dependencia gubernamental por lo que se dedican a realizar actividades a bases de experiencias propias o apoyados por sus propios familiares y compañeros de trabajo.

Cuentan en infraestructura de los huertos: terrenos con una pendiente de 4%, cercos con alambre de púas acerado para marcar los límites de propiedad de cada uno, aunque se habla de que los terrenos poseídos son de propiedad comunal.

En cuestión de variedades de nuez que se producen en este municipio son tres los cuales se describen en el (cuadro 20) a continuación:

Cuadro 20. Principales variedades de Nuez producidas en Parras, Coahuila.

Variedad	Características
Wichita	Nuez mediana de excelente rendimiento. Tiene el rendimiento de carne o almendra de nuez más alto de todas las variedades, rinde entre 56 y 58% y entre 52 y 60 nueces por libra.
Western	Nuez de tamaño mediano a grande, y cáscara delgada y blanda.
Frutoso	Nuez “criolla”, denominada así aquella que proviene de árboles que no son injertados, o bien, injertados con material vegetativo identificado como nativo. Generalmente son nueces pequeñas y medianas, de cáscara gruesa y dura comparadas con otras variedades.

Fuente: www.sagarpa.gob.mx/Agricultura/productodetemporada/páginasNuez.aspx.

4.7.1 Actividades en el sistema de producción y recolección

Las principales actividades que los productores realizan en los huertos para obtener la mejor productividad en el periodo de cosecha y poder mantener esta actividad son las que se describen:

Cuadro 21. Principales actividades en el sistema de producción y recolección.

Actividades	Previa descripción	Descripción	Nivel tecnológico
Barbecho	Preparación del terreno de siembra.	Arar la tierra como preparativos antes de realizar la siembra, lo cual es recomendable realizar dos veces al año para desertar las malezas que pudieran afectar los árboles en su desarrollo.	Tractor, rastra a caballos/yuntas, palas, rastrillos y zapapicos.
Bordeo	Formación de surcos.	Se forman hileras de tierra amontonada, dejando un espacio intermedio para la corriente del agua en los riegos ya que estos son con “Agua rodada”.	Tractor, palas, rastrillos y azadón.
Siembra	Plantación	Plantación de pequeños árboles dejando una separación entre 14 o 15 metros entre árboles, suficientes para su óptimo desarrollo.	Palas, excavadoras, palas de doble cuchara y barretas.
Deshierbe	Liberar la siembra de posibles malezas.	Corte de hierbas o plantas en el contorno de los nogales que se pretenden mantener, para prevenir que sean afectados de posibles plagas o enfermedades.	Guadañas, rastras con caballos/yuntas y el arranque manual.
Riego	Riego rodado	Construcción de un cajete o "tanque" alrededor del árbol, con un diámetro de 8 metros y un bordo de 25 o 30 cm de altura, de tal modo que se tiene un área de 50 m ³ . Se utiliza principalmente el tipo de riego rodado, donde se deja correr el agua entre las huertas.	Palas, zapapicos, rastrillo y guadañas.

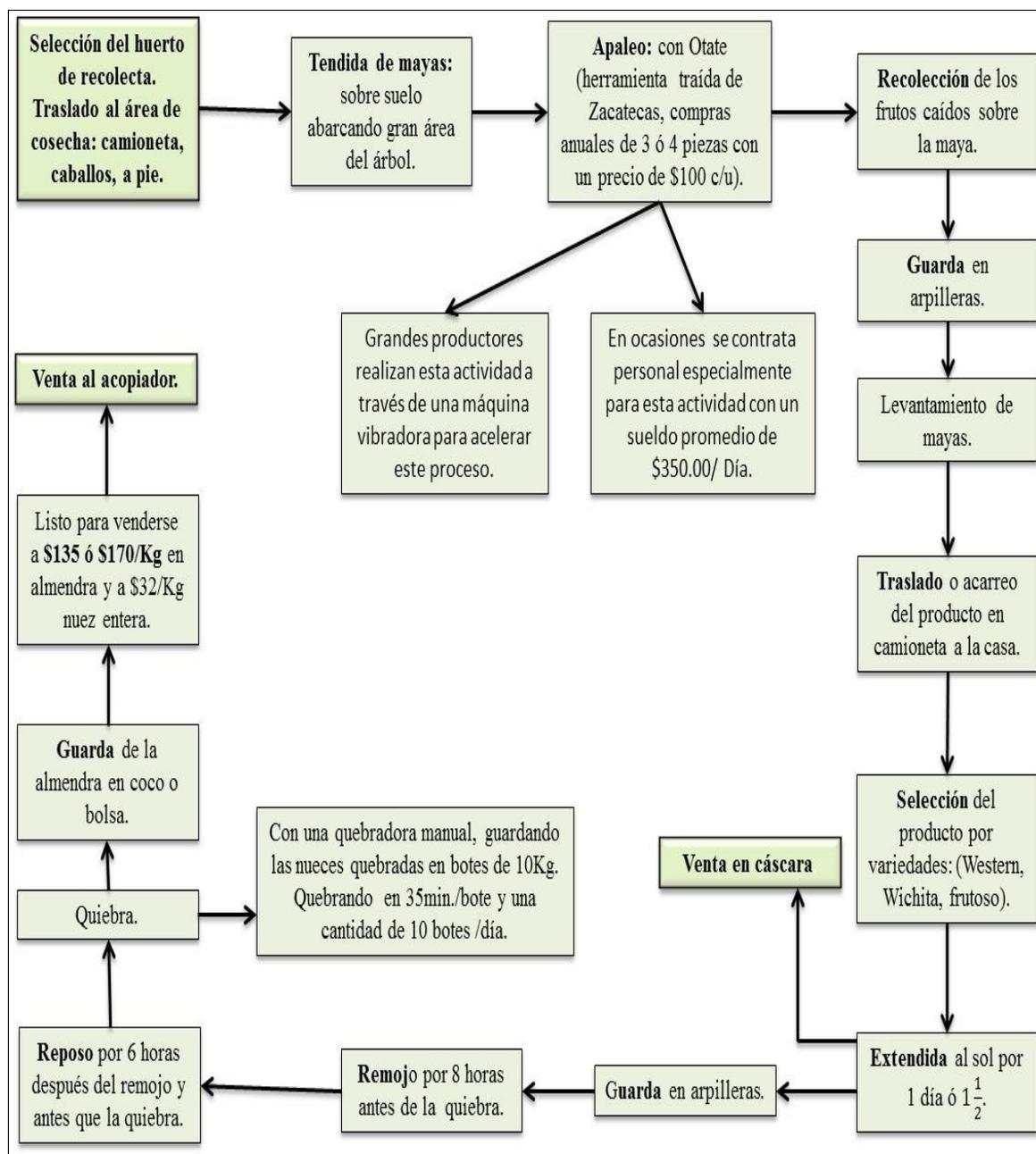
CONTINUACIÓN (Cuadro 21)

Injerto	Emparche o empúa.	Consiste en realizar la propagación vegetativa de la planta criolla a una variedad mejorada; por decir de frutoso a Wichita o western, con el objetivo de mejorar la calidad del fruto.	Machetes, bolsas de plástico.
Fertilización	Aplicación de complementos químicos.	Aplicación de fórmula triple 17, con una dosis de 20 kg/árbol mayor de 20 años (que son la mayoría), se recomienda aplicar dos veces al año. Cuando la densidad es 20 árboles por ha. La cantidad aplicada es de 400 kg/ha.	Fórmula triple 17, polvo de avión, triple 17, Urea y bomba manual.
Cosecha	Recolección	A través del apaleo que consiste en la tumba del fruto maduro para comercializar.	Mayas, otate, arpilleras, bolsas y rafia.
Tendidas de mayas	Recolección	Antes del apaleo se tiende una maya abarcando la mayor área del árbol seleccionado para facilitar el levantamiento del fruto caído con el apaleo.	Mayas, rafia.
Apaleo	Tumba de frutos	Consiste en la tumba o corte de la nuez a través de la fuerza física utilizando el otate como herramienta para golpear las ramas hasta lograr que los frutos caigan sobre las mayas al suelo.	Otates, mayas, rafias.
Levantamiento del producto	Recolección	Una vez haber terminado el apaleo, se seleccionan los frutos caídos sobre la maya separando las hojas y ramas mezcladas para empacar la nuez en arpilleras.	Mayas, arpilleras, costales, bolsas y rafias.
Selección	Separación por variedades	Consiste en separar o clasificar las nueces cosechadas por variedades para así estimar el tiempo de guarda antes de su comercialización.	Arpilleras, costales y rafias.
Extendido para el secado	Pérdida de peso del producto.	Se deja el producto bajo la luz del sol con el objetivo de que pierda peso antes de quebrarse.	Cartón, bolsas de plástico, costales, telas.
Remojo	Depósito del producto en agua	Después de secar la nuez bajo la luz del sol, se deposita en agua para ablandarse y reacomode de la almendra.	Botes, cubetas, tinas.
Reposo	Secado	Se reposa el producto para el secado y a punto de quebrarse.	Cartón, bolsas de plástico, costales, telas,
Quebra	Obtención de almendras.	Esta actividad se realiza utilizando una quebradora manual, apartando la cáscara y la almendra, esto le da un valor agregado para el precio del producto.	Quebradora manual, botes o cubetas.
Extendida de almendras	Dejar bajo sol	Extender la cantidad de almendras obtenidas bajo la luz del sol, ya que los acopiadores no valoran mucho la almendra que aún conserva el jugo.	Cartón, bolsas de plástico, costales, telas.
Guarda en cocos	Conservación	Se guarda la almendra en cocos o bolsas, lista para su comercialización.	Cocos, bolas de plástico.
Pesas	Medidas en kilos	Se pesa la almendra en kilos embolsándose de la misma manera para poder apreciar su valoración y facilitar su venta dependiendo de la cantidad requerida por el cliente.	Romana manual, bolsas.
Comercialización.	Venta	Finalmente se pasa a manos de clientes o acopiadores quienes se encargan del procesamiento o reventa del producto.	Bolsas de plástico, arpilleras.

Fuente: Elaboración propia a base de información levantada de campo (2012).

La siguiente (figura 9) muestra los procedimientos que los productores rurales siguen desde la recolección de la nuez hasta su preparación para la comercialización, comúnmente este tipo de actividades se realizan fuertemente en Agosto-Diciembre, siendo esta la temporada de cosecha de la producción.

Figura 9. Flujograma del proceso de recolección y comercialización de nuez en Parras, Coahuila.



Fuente: Elaboración propia a base de información recopilada de campo (2012).

La mayoría de los pequeños productores enfrentan problemas en cuanto a disponibilidad de maquinaria y equipo, principalmente en lo relativo a maquinaria para la cosecha, por la falta de capital y organización. Estos problemas los resuelven mediante la renta de equipo que lo proporcionan los grandes productores.

La cosecha la realizan familiarmente de manera manual (apaleo), vareando los arboles ocasionándole daños reflejándose en menor rendimiento; al terminar el apaleo la nuez se junta y se encostala. Esta manera de cosechar requiere de bastante mano de obra a pesar de que sea poca la superficie a cosechar, y no garantiza que toda la nuez tenga la calidad suficiente, debido a la inexistencia de una selección adecuada.

Los pequeños productores trabajan de manera individualizada y no están organizados para la compra de insumos de manera consolidada, tampoco para el acopio ni venta de la producción.

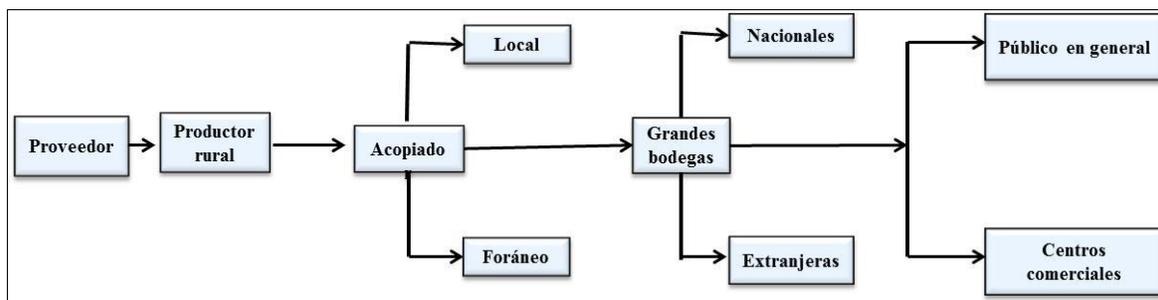
4.8 Articulación y reconocimiento

Existe una relación muy directa entre **productores** y **proveedores** ya que indispensablemente los productores adquieren herramientas, fertilizantes, árboles, maquinaria y equipos necesarios para realizar las actividades de producción y recolección. Y de productores con los **clientes**, resultando en ocasiones que los clientes potenciales son los acopiadores locales quienes también proveen herramientas y materiales al productor facilitándoles el consigo de los útiles necesarios para sus actividades; por lo tanto entre los tres actores ya mencionados existe el grado de reconocimiento; ahora integrándose los cuartos actores de la red que son los **competidores** ya que también estos tienen influencia en la comercialización (compra-venta) de la nuez, pero que también son proveedores de los mismos acopiadores locales y productores. Y como último se integran los **complementadores** quienes aun siendo en menor grado han participado en orientación y capacitación de proveedores, productores, clientes y competidores para mejorar el rendimiento de la productividad. En lo que corresponde mencionar que existen los niveles de **conocimiento, reconocimiento, asociación** y **colaboración** entre los diferentes actores en la red de valor de la nuez.

4.9 Comercialización

En el siguiente diagrama (figura 10) se muestran los diferentes eslabones de la cadena de comercialización por los que se procesa el producto ya recolectado (nuez) en los cuales se le agrega el valor correspondiente en relación a los procesos de transformación del mismo hasta llegar al consumidor final. El cual fue determinado en base a la información levantada de campo en donde se realizó el contacto directo con productores y principales acopiadores locales del municipio de Parras, Coahuila.

Figura 10. Cadena de comercialización de nuez en Parras, Coahuila.



Fuente: Elaboración propia a base de datos levantados de campo (2012).

Los pequeños productores quienes poseen menor escala de producción comercializan su producto directamente con acopiadores locales; lo contrario ocurre con los grandes productores, quienes utilizan tres canales para vender la nuez encarcelada: venta a intermediarios que luego exportan el producto; venta a una Central de Abastos; y venta a descascaradoras ubicadas fuera de Parras.

La comercialización de la nuez tiene diferentes facetas, hay personas que se dedican al acopio de la misma y recorren las comunidades rurales con anterioridad a la cosecha para hacer tratos directos con productores nogaleros, pactando y pagando un anticipo del precio acordado, para que de este modo quede asegurado el negocio. Otros son productores que venden en forma directa la nuez al consumidor, son los que salen al mercado y ofrecen su producto en forma menudeada, su número no está bien definido porque no son personas que vivan solo de eso por lo que, muchos de ellos son ocasionales y su número varía a través de los años.

4.10 Problemas identificados

El municipio de Parras, Coahuila es considerado como una de las zonas con potencia en productos nogaleros de la región, sin embargo se detectan graves problemas que producen efectos muy fuertemente impactantes para desincentivar la competitividad territorial por causas como como las que se describen en los apartados siguientes y estructurados en el árbol de problemas que en el próximo capítulo se analizan.

4.10.1 Financiamiento y crédito

Uno de los problemas graves que se detectan con los productores de este municipio es que no existen fuentes de financiamiento de ninguna dependencia gubernamental ni del propio municipio, por lo que los productores invierten esfuerzos propios con pocos incentivos económicos debido a que en las zonas rurales son escasos.

Cabe destacar que el sector nogalero del municipio de Parras, Coahuila, es prácticamente un sector que pertenece a pequeños propietarios, los cuales han realizado esfuerzos por mantener sus huertas en épocas de sequía, con problemas de financiamiento, comercialización y organización.

4.10.2 Algunas perspectivas y comportamientos:

- Falta de apoyo a los centros de investigación por la política de apoyo a la investigación.
- Para el caso de la industrialización, falta de apoyo para adquisición de plantas descascaradoras para poder dar un valor agregado a la nuez.
- En el aspecto socioeconómico es necesario promover la organización de productores para que a través de ella se busquen apoyos financieros seguros y oportunos en la producción y comercialización de la producción. Y se apoye la gestión de adquisición de quebradoras y maquinaria necesaria para dar valor agregado a la nuez.
- Los principales factores técnicos que más limitan el desarrollo del cultivo son la falta de agua, que afecta al 40 % de los productores de la región agravándose éste problema en tiempos de sequía, pues pese a que los sistemas de riego presentes (“agua rodada”), se requiere incrementar su tecnificación para mejorar la eficiencia de este recurso en esta actividad.
- Otro problema de índole técnico es la alta incidencia de plagas y enfermedades que afectan de manera cuantitativa y cualitativa de la nuez producida.

Los volúmenes de la producción de nuez que se obtienen en este territorio son sobresalientes en el ámbito nacional, la comercialización internacional del fruto se concentra en muy pocos mercados, específicamente en Estados Unidos. Una mayor diversificación de mercados propiciaría mayores oportunidades de negocio y una reducción en la dependencia de los mercados concretos.

En cuestión de precios de la nuez de Parras, ha bajado en el año actual (2012) en comparación al año anterior debido a la estacionalidad de precios y productos de baja calidad.

La producción de nuez de este municipio, se localiza dentro de los principales tres estados productores sobresalientes en cuanto a volumen obtenido siendo: Chihuahua, Coahuila y Sonora.

Se puede mencionar que Parras, Coahuila se encuentra entre los principales productores de nuez con cáscara, sin embargo, es importante eficientar la producción. La atención a la producción de nuez en este municipio debe ser hacia mejorar los rendimientos, más que aumentar la superficie a cosechar.

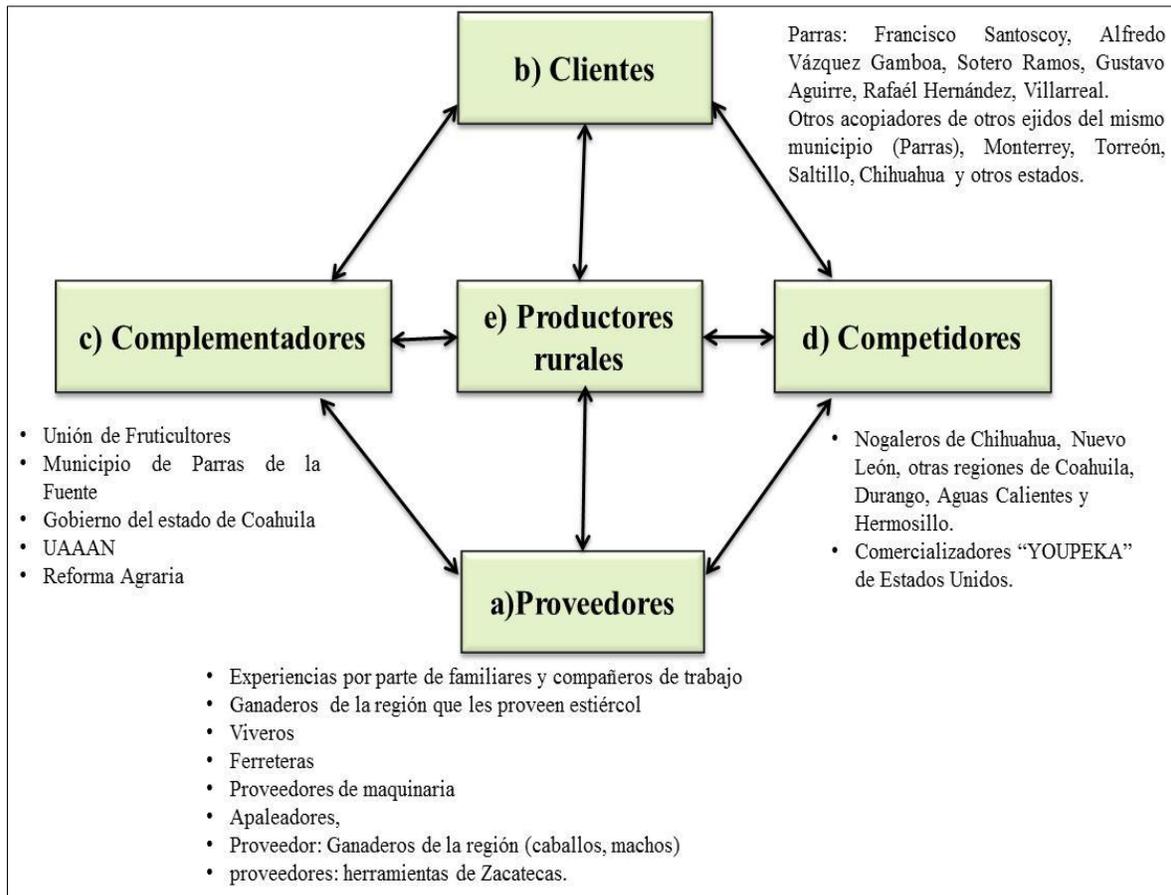
4.10.3 Comercialización y mercados

Por la poca calidad de los productos causados por las plagas y la falta de agua en la zona impactan fuertemente en la comercialización vendiéndose en precios bajos, por lo que afecta directamente a las familias rurales ya que no cuentan con otras alternativas de mercado más que comercializar sus productos con los acopiadores locales y en algunas ocasiones foráneos.

4.11 Estructura de la Red de Valor (Diamante de Porter)

La siguiente (figura 11) esquematiza el diamante de la red de valor para el producto nuez en el municipio de Parras, Coahuila y constituye la estructura y ubicación de los actores que participan en esta red, identificados en el trabajo y recorridos de campo.

Figura 11. Diamante de la Red de Valor de Nuez.



Fuente: Elaboración propia con base a entrevistas e información recopilada de campo (2012).

a) Proveedores

Los proveedores son los encargados de proporcionar los bienes y servicios necesarios para la producción los cuales van desde el combustible, pesticidas, herbicidas, fertilizantes, equipo para cosecha, mantenimiento de la plantación y ganaderos que alquilan caballos para el bordeo del terreno.

b) Clientes

Los clientes potenciales que son quienes tiene contacto directo con los productores son los acopiadores locales identificándose los siguientes: “Nueces Finas Santoscoy”, Bodegas de Alfredo Vázquez, Sotero Ramos, Gustavo Aguirre, y Rafael Hernández, como también son clientes directos quienes son acopiadores provenientes de otros ejidos o bien personas provenientes de otras entidades siendo: Monterrey, Chihuahua, Nuevo León, Torreón, Saltillo y Aguas Calientes.

c) Complementadores

Como complementadores principales que han tenido participación en algunas ocasiones con los productores del municipio son: Unión de Fruticultores, Ayuntamiento municipal de Parras de la Fuente, algunas dependencias del Gobierno del estado de Coahuila, Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro y la Reforma Agraria. Aunque cabe mencionar que son pocas las ocasiones que los productores han recibido orientaciones sobre el manejo de esta producción por lo que existe un rezago en cuanto a capacitaciones técnicas sobre estas actividades.

d) Competidores

En este rubro se reconocen como competidores quienes se dedican también a la producción de nuez en otros estados de la república, por mencionar las principales competencias se presentan con: Nogaleros de Chihuahua, Nuevo León, Durango, Aguas Calientes, Hermosillo, Sonora y otros municipios de Coahuila. Como también se reconoce la “Comercializadora Youpeka” siendo una fuerte bodega de comercialización de nuez en los Estados Unidos.

e) Productores rurales

En el primero de los casos se trata de personas que tienen un pequeño número de árboles (hasta 20 árboles); se encargan de realizar las diferentes actividades de producción, recolección, selección y comercialización del producto; resultando finalmente quienes son menos remunerados debido a la existencia de alto intermediarismo dominante en la región.

4.12 Comentario final

En este capítulo se ha estructurado la red de valor de la nuez del municipio de Parras, Coahuila, en donde queda demostrada de manera práctica el contenido teórico del capítulo número 3; estructurando las diferentes funciones de los actores participantes en la red además de percibir las problemáticas que enfrentan los mismos.

Unos de los objetivos principales de este capítulo fue describir las principales actividades que se realizan con respecto a la producción y recolección de nuez, como también demostrar su principal cadena de comercialización y reflejar las fortalezas y debilidades de los productores en este sentido.

La Red de Valor de la Nuez de Parras, bajo este enfoque se muestra el modelo de negociación existente para esta producción y las interconexiones de los diferentes actores siendo: proveedores, productores rurales, clientes, competidores y complementadores, todos en busca de la satisfacción del cliente y la lucratividad de su negocio mediante la creación de valor para los consumidores, empresa y proveedores; formándose así el sistema de red en busca de la “ventaja competitiva” también conocida como “valor” o “valor agregado”.

CAPÍTULO V

CONSTRUCCIÓN DEL ÁRBOL DE PROBLEMAS Y ALTERNATIVAS

En este último capítulo se estructura el árbol de problemas ligado a la actividad nogalera en el municipio de Parras, Coahuila, así como también el árbol de oportunidades/alternativas de desarrollo que se presentan para impulsar esta actividad en el área rural de este territorio.

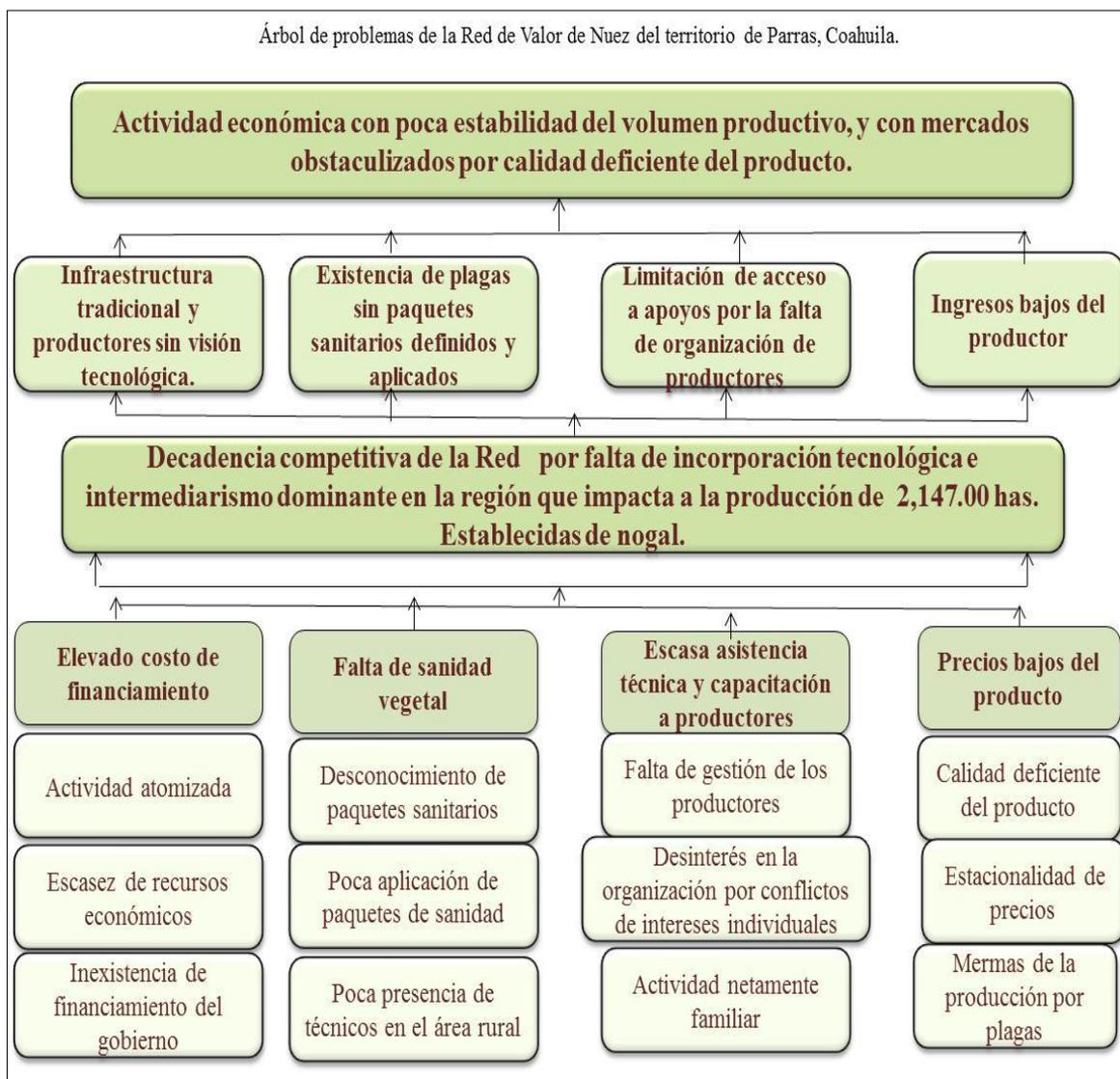
5.1 Árbol de problemas

En la (figura 12) se presenta la estructura del árbol de problemas de la actividad nogalera construido a partir del análisis que se ha realizado de los problemas percibidos por los actores de la red y por tipo de actor en la actividad nogalera del municipio de Parras, Coahuila.

Es importante señalar que la problemática que se presenta en este diagnóstico corresponde a la percepción de los problemas percibidos por tipos de actores entrevistados y que participan en la red de valor seleccionada; pero lo más importante es la frecuencia relativa de los problemas percibidos por estos actores, lo que nos da una idea de la problemática base “síntomas” de la actividad económica nogalera.

En un análisis sintetizado podemos señalar que la “dolencia” es la *insuficiencia de infraestructura y equipamiento, y el intermediarismo dominante en la región* los cuales son considerados como el problema principal de la cadena productiva en su fase primaria, la falta de capacitación, recursos financieros y la escasa productividad (recolección de nuez) causado por el alto nivel de pérdida o la reducida eficiencia en la calidad obtenida, que no es homogénea y redundante en pérdidas de valor generado.

Figura 12. Árbol de problemas de la Red de Valor de Nuez del territorio de Parras, Coahuila.



Fuente: Elaboración propia en base a datos levantados de campo (2012).

5.1.1 Efectos percibidos por los actores y su argumentación

Los efectos percibidos por los actores se refieren a los “síntomas de la enfermedad” para la actividad económica. En la red e valor de la nuez entre los efectos consensuados ubicamos las siguientes: Infraestructura tradicional y productores sin visión tecnológica, existencia de plagas sin paquetes sanitarios definidos y aplicados, limitación de acceso a apoyos gubernamentales y productores desorganizados e ingresos bajos del productor nogalero. El siguiente (cuadro 22) agrupa los efectos percibidos en este diagnóstico.

Cuadro 22. Efectos percibidos por los actores de la Red de Valor de Nuez en el municipio de Parras, Coahuila.

Infraestructura tradicional y productores sin visión tecnológica	Existencia de plagas sin paquetes sanitarios definidos y aplicados	Limitación de acceso a apoyos gubernamentales y productores desorganizados	Ingresos bajos del productor
---	---	---	-------------------------------------

Fuente: Elaboración propia en base a datos levantados de campo (2012).

A continuación se presenta la argumentación de los efectos del árbol de problemas de la Red de Valor de la nuez en Parras, Coahuila.

Infraestructura tradicional y productores sin visión tecnológica: La infraestructura tradicional que se observa en las superficies nogaleras en éste municipio, es el alambrado en cerco con “*alambre de púas*” y los surcos entre las hileras de los árboles, los cuales facilitan el tipo de riego en las huertas siendo éste en “*agua rodada*” debido a que tampoco se cuentan con sistemas de riego tecnificado. Y no existen intereses de asociación entre los actores para mejorar estas actividades.

Existencia de plagas sin paquetes sanitarios definidos y aplicados: Los productos enfrentan atacamientos de diferentes plagas como son: gusano arañero, telaraña, gusano barrenador y el picudo; los cuales no son tratados por ningún paquete sanitario y que impactan fuertemente en la calidad de los frutos y por lo tanto en el precio.

Limitación de acceso a apoyos gubernamentales y productores desorganizados: No existen organizaciones en los cuales estén involucrados los actores de la red, por lo que dificulta el acceso a apoyos gubernamentales debido a que este tipo de financiamientos son recurridos a través de proyectos de desarrollo generalmente subsidiados a grupos o asociaciones de productores rurales.

Ingresos bajos del productor: Este tipo de problemas se presentan debido a la deficiente calidad de la producción y a las dificultades de comercialización, ya que las ventas se realizan en la cabecera municipal con los acopiadores locales, quienes se encargan de procesar la producción y posteriormente transportarlo a mercados nacionales o extranjeros. Y no se cuentan con suficientes incentivos de inversión para mejorar la calidad del producto.

5.1.2 Complejo causal y su argumentación

El complejo causal corresponde a la “enfermedad”, es decir los factores que dan origen (causa) al efecto ya presentado, y corresponde al resultado del análisis de los problemas percibidos por los actores y sus causas, pero ya esquematizados y “depurados”. El complejo causal corresponde a la parte fundamental y nuclear de este análisis; es importante señalar que a continuación su presentación es bajo el esquema de agrupación de la lógica vertical.

Cuadro 23. Complejo causal de la Red de Valor de Nuez en el municipio de Parras, Coahuila.

Elevado costo de financiamiento	Falta de sanidad vegetal	Escasa asistencia técnica y capacitación a productores	Precios bajos del producto
Actividad atomizada	Desconocimiento de paquetes sanitarios	Falta de gestión de los productores	Dificultades de comercialización por calidad deficiente del producto
Escasez de recursos económicos	Poca aplicación de paquetes de sanidad	Desinterés en la organización por conflictos de intereses individuales	Estacionalidad de precios
Inexistencia de financiamiento del gobierno	Poca presencia de técnicos en el área rural	Actividad netamente familiar	Mermas de la producción por plagas

Fuente: Elaboración propia en base a datos levantados de campo (2012).

A continuación se presenta la argumentación del complejo causal del árbol de problemas de la Red de Valor de la nuez en Parras, Coahuila, separados en diferentes vertientes y en orden vertical bajo la secuencia de su análisis.

Vertiente: “Infraestructura”

Elevado costo de financiamiento: Se considera que existe un elevado costo de financiamiento ya que los productores rurales de este municipio poseen recursos escasos para inversión, y tampoco existen intereses de formar organizaciones o la socialización de actividad entre los actores de esta red, por lo que disminuyen las oportunidades de financiamiento ya sea gubernamental o por instituciones privadas. Es por ello que las actividades se encuentran con una “infraestructura tradicional” y con costos de inversión menores.

Actividad atomizada: Las superficies ocupadas para estas actividades son pequeños predios familiares que en ocasiones no forman una hectárea, las familias cuentan con una cantidad de dos o hasta tres pequeños predios los cuales provocan los altos costos de inversión y la dificultad para el mantenimiento (buen manejo) de estos huertos de producción.

Escasez de recursos económicos: Debido a los precios bajos que perciben los productores en la comercialización de la producción y que tampoco se cuentan con financiamientos de inversión para mejorar la calidad y los precios del producto, las remuneraciones de los productores son escasas ya que también ésta actividad es el sustento de muchas familias en el área rural de este municipio.

Inexistencia de financiamiento del gobierno: Por la falta de organización y gestión de los actores de la red de esta actividad, no existe financiamiento de ningún tipo para el fortalecimiento de los huertos por lo que existe la insuficiencia en la inversión de tecnificación y mejoras por parte de los productores.

Vertiente: “Sanidad”

Falta de sanidad vegetal: La falta de sanidad vegetal se ve reflejada por las diferentes plagas y enfermedades que han atacado fuertemente en la producción de nuez en éste municipio, lo cual impacta fuertemente en la calidad de la producción; y no existen acciones de ataque contra este tipo de problemática debido a la falta de conocimiento de paquetes tecnológicos y por la escasez de recursos de inversión.

Desconocimiento de paquetes sanitarios: Bajo el sustento de la información de los productores y los diferentes actores de la red de valor de esta actividad se confirma la falta de conocimiento subsistente debido a la falta capacitación y asesoramiento de técnicos o programas gubernamentales competentes para el impuso de las actividades agropecuarias. Y las actividades se realizan de manera “tradicional” comúnmente “*modos de producción local*”.

Poca aplicación de paquetes de sanidad: Son la minoría los productores que aplican insecticida y nematicida para atacar las plagas en las huertas con la aplicación del “*FURADÁN*”, y otros productores atacan las plagas principalmente a gusanos y telarañas con estopa con gasolina y fuego quemándolos totalmente, o quitando las telarañas con cepillos de alambre.

Poca presencia de técnicos en el área rural: Se ha visto poca o casi nula presencia de técnicos extensionistas en el área rural de esta región, las visitas que se han tenido según lo indican los productores nogaleros de Parras, se han dado por los estudiantes practicantes, prestadores de

servicio social o tesistas de la Universidad Autónoma Agraria “Antonio Narro”; es importante mencionar que por parte de la cabecera municipal de Parras de la Fuente ha habido compromisos inconclusos o incumplidos por lo cual ha sido insuficiente este servicio de capacitación.

Vertiente: “Organización”

Escasa asistencia técnica y capacitación a productores: En la información levantada en los recorridos de campo se detecta que los productores y los demás actores de la red no reciben asesoría para ninguna de las vertientes que en esta investigación se analizan como son: infraestructura, sanidad, organización y comercialización; y es importante recalcar que las actividades de producción y recolección se realizan simplemente hasta la capacidad de cada productor.

Falta de gestión de los productores: La falta de gestión y de incentivos para la organización de los productores se ha dado por la falta de intereses mutuos entre los mismos debido a los diversos problemas que se han enfrentado por ser actividades netamente familiares; lo cual ha impactado en el acceso a fuentes de financiamiento y programas gubernamentales para mejorar el sistema de producción.

Desinterés en la organización por conflictos de intereses individuales: Según informaron los encuestados que el desinterés de organización se ha dado por la falta del involucramiento y cooperación equitativa de los productores para incentivar los acuerdos grupales y mejorar la actividad, y por la poca responsabilidad de los mismos siendo afectados y responsabilizados unos más que otros.

Actividad netamente familiar: Es la variable que se determina basándose a la información que proporcionaron los productores refiriéndose a la poca participación y al desinterés de los actores para buscar socialización en la actividad; por lo que realizan las actividades de producción y recolección de manera individualizada.

Vertiente: “Comercialización”

Precios bajos del producto: Los bajos precios se presentan en la comercialización por la insuficiencia de la calidad del producto, lo cual marca un menor margen de ganancia del productor y por lo tanto se corre el riesgo de reducción del mantenimiento de los huertos ya que resulta una actividad menos remunerada para los productores.

Dificultades de comercialización por calidad deficiente del producto: Los diferentes intermediarios y los mercados de comercialización de productos agropecuarios siempre recurren en busca de productos de calidad porque de manera mutua buscan el agregado de valor de los productos para lograr un incremento de las ganancias en la cadena de comercialización. La cual es la razón por la que estos productos son poco aceptados o rechazados por su baja calidad y competitividad ante los competidores nogaleros.

Estacionalidad de precios: La estacionalidad consiste en la concentración de la oferta de la nuez de manera desproporcionada en el periodo de los meses de agosto a diciembre, siendo éstos los meses de recolecta de este producto. Por lo tanto es una variable que interviene de manera directa en el precio que provoca que se tengan fluctuaciones hacia la baja durante la temporada; lo cual repercute directamente en el ingreso de las familias rurales del municipio de Parras, Coahuila.

Merms de la producción por plagas: Las plagas al no ser contrarrestadas fuertemente, toman posición en la producción afectando meramente a los frutos y los árboles, repercutiéndose así pérdidas en el volumen de recolección o productos de calidad deficiente.

5.1.3 Formulación del problema central y su argumentación

Una vez visto los efectos y el complejo causal que define el problema principal de la red de valor como: *Decadencia competitiva de la Red por falta de incorporación tecnológica e intermediarismo dominante en la región que impacta a la producción de 2,147.00 has. establecidas*; en este sentido, la actividad nogalera presenta pérdida de competitividad debido a la escasez de recursos de inversión que no se incorporan paquetes tecnológicos que desarrollen la producción para su optimización, ni tampoco existen involucramientos y gestiones para la búsqueda de mercados diversos de comercialización, por lo que únicamente dependen de los acopiadores locales.

Cabe señalar que las actividades de recolección (cosecha) se realizan en los meses de Agosto a Diciembre, por lo que las diversas actividades de cuidado y manejo de los huertos se realizan en el resto del año invirtiendo de manera desproporcionada por la escasez de recursos que se ha venido recalando en el desarrollo de este capítulo. Igualmente al ser la nuez una actividad en la cual se ocupan la mayoría de los productores rurales, a pesar de ser de difícil manejo y cuidado se cuenta con el aprovechamiento potencial de 2.6 toneladas recolectadas anualmente por productor. Lo que nos da una importante circunstancia para explorar nuevas alternativas y acciones para esta actividad, tal es el caso de incentivar y fomentar de manera planeada y constante los proyectos y organizaciones, y buscar fuentes de financiamiento a través de la gestión de proyectos de desarrollo

involucrando los servicios de PSP's y gestionando nuevos modos de comercialización de este producto.

Por último es importante comentar que si se aprovechan los mercados potenciales y se activa la transformación y beneficio de la nuez de Parras para generar valor agregado, el impacto económico y el efecto multiplicador o externalidades positivas de esta actividad en los recursos naturales, paisaje y empleo en el territorio de este municipio, cumpliría con los propósitos del desarrollo rural.

5.2 Estrategia para el Desarrollo Sustentable y la Competitividad de la Red de Valor de nuez en el municipio de Parras, Coahuila

En el siguiente apartado se analizará el árbol de oportunidades y de objetivos propuestos determinando los ejes de intervención, los resultados esperados y las líneas de acción así como su priorización que se proponen en las estrategias de solución de la problemática detectada en esta investigación.

Lo importante de este apartado es presentar las propuestas de acciones de los proyectos que se proponen con el propósito de impulsar el fortalecimiento del desarrollo de esta actividad, y el desarrollo de los diferentes actores de la red de valor con nuevas formas de organización productiva, flexible y adaptable a las tendencias de mercados para lograr la mayor rentabilidad y competitividad de esta actividad en el municipio de Parras, Coahuila, así como el impulso de acciones de conservación de los recursos naturales.

5.2.1 Visión estratégica para la mejora de la competitividad de la Red de Valor de nuez en el municipio de Parras, Coahuila

La visión estratégica para la mejora de la competitividad de la red de valor de la nuez al ser una *“actividad económica con poca estabilidad del volumen productivo, y con mercados obstaculizados por calidad deficiente del producto”*, se propone *“contribuir a la organización y vinculación de los actores para mejorar las relaciones e “incrementar la competitividad y aprovechar los mercados potenciales mejorando la calidad y el precio del producto mediante el aumento del valor agregado (mayor eficiencia); contribuyendo a la gestión de financiamientos gubernamentales y a la mejor comercialización mediante la organización de los productores y la interacción competitiva entre los actores de la red; así como permaneciendo y aprovechando los*

mercados existentes, satisfaciendo los requerimientos de los mercados locales y nacionales con productos de calidad.

5.2.2 Misión estratégica para la mejora de la competitividad de la Red de Valor de nuez en el municipio de Parras, Coahuila

Como misión, se propone “*ser productores con producción de calidad para satisfacer mercados diversos*”.

Para el logro de la misión y visión, esta investigación buscará impulsar los siguientes objetivos priorizando como sigue:

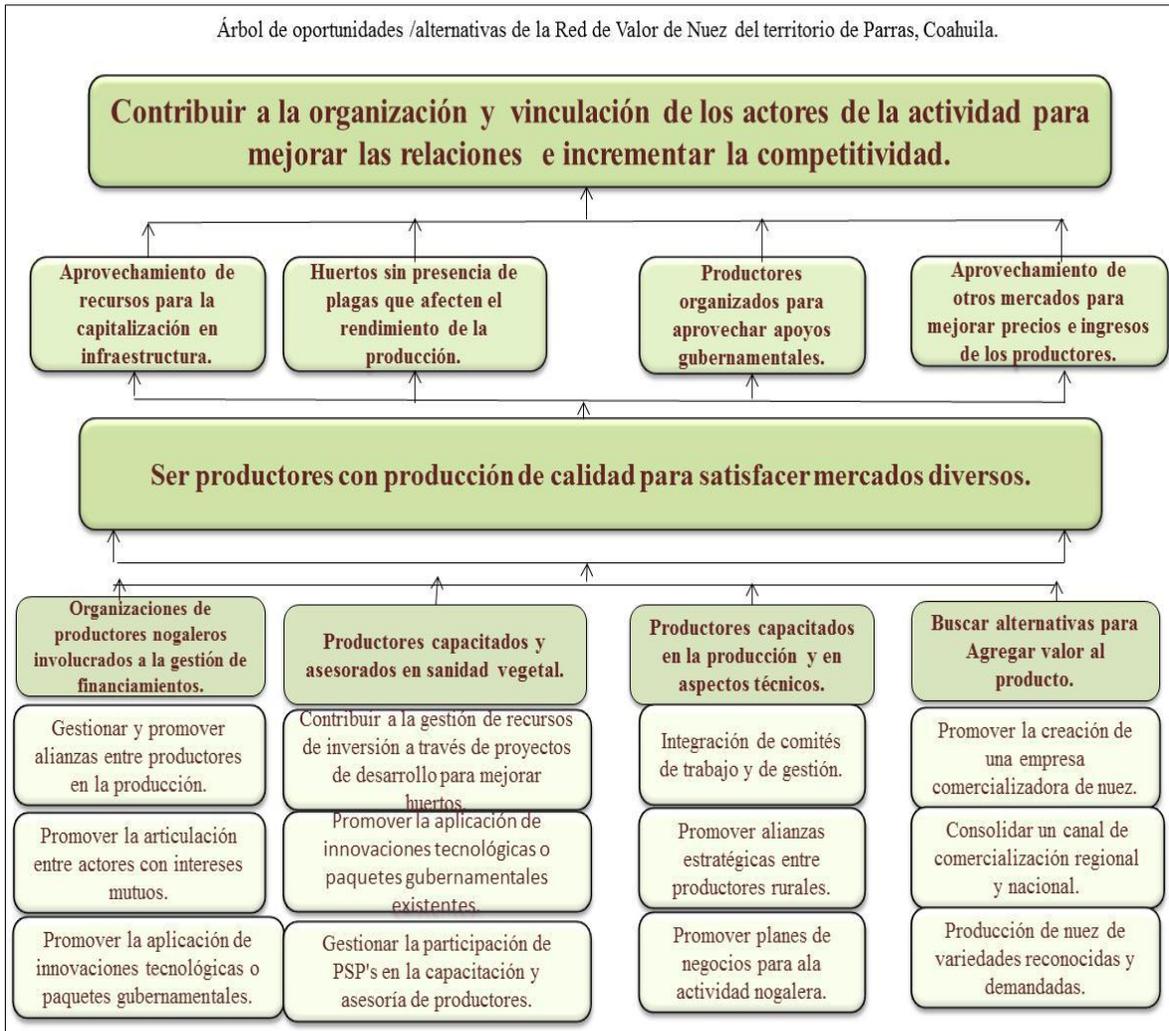
- Impulsar las actividades de producción y recolección mediante gestiones de fuentes de financiamientos de inversión para mejorar la capitalización en infraestructura de los huertos nogaleros.
- Promover y gestionar la participación de técnicos extensionistas para capacitación de productores contra plagas y enfermedades que afecten a la producción.
- Impulsar la compartición de información y a la vinculación, entre los actores de la red; y el reconocimiento de la actividad productiva, mediante organizaciones con intereses mutuos entre los mismos.
- Impulsar el conocimiento y las acciones del agregado de valor de la producción y la gestión de nuevas alternativas de mercado, por todos los actores de la red.

5.3 Árbol de oportunidades/alternativas consensuados con los actores interesados

El Árbol de oportunidades que se presenta a continuación, representa las alternativas y decisiones de la red de valor de nuez en el municipio de Parras, Coahuila, que se construye a partir del Árbol de problemas ya abordado en el punto 5.1 de este documento.

En la siguiente (figura 13) se presentan los ejes de intervención, resultado de la conversión de las causas principales del árbol de problemas de la red de valor de la nuez de este municipio.

Figura 13. Árbol de oportunidades/alternativas de la Red de Valor de Nuez del territorio de Parras, Coahuila.



Fuente: Elaboración propia en base a datos levantados de campo (2012).

5.3.1 Líneas estratégicas

En este apartado se presentan las líneas estratégicas como medios de conversión de los efectos percibidos en el árbol de problemas ya analizado en el punto 5.1.1; presentándose la línea estratégica a impulsar que se muestran en el siguiente (cuadro 25) después de cada efecto del (cuadro 24), en el orden de izquierda a derecha.

Cuadro 24. Efectos percibidos por los actores de la Red de Valor de Nuez en el municipio de Parras, Coahuila.

1.-Infraestructura tradicional y productores sin visión tecnológica.	2.-Existencia de plagas sin paquetes sanitarios definidos y aplicados.	3.-Limitación de acceso a apoyos gubernamentales y productores desorganizados.	4.-Ingresos bajos del productor.
---	---	---	---

Fuente: Elaboración propia en base a datos levantados de campo (2012).

Cuadro 25. Líneas estratégicas del árbol de problemas de la Red de Valor de Nuez en el municipio de Parras, Coahuila.

1.-Aprovechamiento de recursos para la capitalización en infraestructura.	2.-Huertos sin presencia de plagas que afecten el rendimiento de la producción.	3.-Productores organizados para aprovechar apoyos gubernamentales.	4.-Aprovechamiento de otros mercados para mejorar precios e ingresos de los productores.
--	--	---	---

Fuente: Elaboración propia en base a datos levantados de campo (2012).

Efecto 1. Infraestructura tradicional y productores sin visión tecnológica

Línea estratégica 1. Aprovechamiento de recursos para la capitalización en infraestructura.

La infraestructura actual se encuentra deficiente en el sentido de que no existen paquetes tecnológicos que impulsen la productividad; por mencionar los sistemas de riego, los cuales se realizan de manera tradicional de “Agua rodada”; este tipo de problemáticas subsisten por la inexistencia de financiamientos de incentivos de capitalización para la infraestructura adecuada, por lo cual en esta investigación se sugiere impulsar la gestión y el aprovechamiento de los recursos para esta actividad con motivación suficiente para mejorar de los actores de la red.

Efecto 2. Existencia de plagas sin paquetes sanitarios definidos y aplicados

Línea estratégica 2. Huertos sin presencia de plagas que afecten el rendimiento de la producción.

Debido a la falta de gestión y de organización de los actores de la red de valor, la presencia de plagas y enfermedades toman posición impactando de manera intensa en la calidad del producto debido al desconocimiento e inexistencia de métodos técnicos de combate en tiempos adecuados. Por lo cual se sugiere la gestión y el involucramiento de técnicos extensionistas para la capacitación

y orientación de productores en la mejora de la actividad e impulsar alternativas de combate para esta problemática de manera prioritaria para impulsar la mejora continua.

Efecto 3. Limitación de acceso a apoyos gubernamentales y productores desorganizados.

Línea estratégica 3. Productores organizados para aprovechar apoyos gubernamentales.

Los financiamientos gubernamentales generalmente se gestionan a través de proyectos productivos o de desarrollo; la problemática que se presenta en el área rural del municipio de Parras es la inexistencia de organizaciones de productores y demás actores de la red, lo cual ha impedido el acceso a este tipo de subsidios por lo que la capacidad económica de cada productor es el único medio de manutención de estas actividades. La solución que coadyuvaría para estos efectos sería la disposición de productores a organizarse e impulsar gestiones con intereses mutuos prioritarios en la mejora de la actividad.

Efecto 4. Ingresos bajos del productor.

Línea estratégica 4. Aprovechamiento de otros mercados para mejorar precios e ingresos de los productores.

Los ingresos bajos son causados por la baja productividad y la deficiencia en la calidad del producto y que no existen alternativas para la comercialización en diferentes opciones de mercado. Por lo que la sugerencia de esta investigación es impulsar el involucramiento decisivo y comprometido de los actores para promover o generar una empresa comercializadora en la región, como también la divulgación de la información de nuevos mercados vinculados entre los mismos actores de la red.

5.3.2 Líneas de acción

En el apartado siguiente se presentan las líneas de acción (cuadro 26) como medidas de actuación para revertir el complejo causal (ver cuadro 23) del problema, tratadas en punto 5.1.2 del apartado anterior.

Cuadro 26. Líneas de acción del árbol de problemas de la Red de Valor de Nuez en el municipio de Parras, Coahuila.

Organizaciones de productores nogaleros involucrados a la gestión de financiamientos.	Productores capacitados y asesorados en sanidad vegetal.	Productores capacitados en la producción y en aspectos técnicos.	Buscar alternativas para Agregar valor al producto.
--	---	---	--

Fuente: Elaboración propia en base a datos levantados de campo (2012).

Causa principal 1. Elevado costo de financiamiento

Línea de acción 1. Organizaciones de productores nogaleros involucrados a la gestión de financiamientos.

Se requiere del involucramiento y el compromiso con muestras de interés para implementar la gestión de recursos financieros a través de organizaciones de productores.

Causa principal 2. Falta de sanidad vegetal

Línea de acción 2. Productores capacitados y asesorados en sanidad vegetal.

Para lograr el cumplimiento de ésta línea de acción se requiere del involucramiento de técnicos que proporcionen los servicios de capacitación hacia los productores y lograr la sanidad vegetal a través de gestiones, y aplicación de paquetes de sanidad en la producción.

Causa principal 3. Escasa asistencia técnica y capacitación a productores

Línea de acción 3. Productores capacitados en la producción y en aspectos técnicos.

Los productores trabajan de manera individualizada y sin realizar ninguna acción de gestión para este tipo de asesoramiento, para lo cual es necesario su involucramiento con incentivos para organizarse y comenzar con la gestión de conocimientos técnicos, y la adquisición y aplicación de paquetes tecnológicos que coadyuven en la mejora de la actividad.

Causa principal 4. Precios bajos del producto

Línea de acción 4. Buscar alternativas para agregar valor al producto.

Es preciso trabajar de manera organizada para facilitar la gestión de fuentes de financiamiento para la adquisición de equipos innovados que faciliten las actividades del procesamiento del producto y así lograr un mayor valor agregado que impactaría en el precio de manera positiva. O contribuir de manera consolidada para la gestión de nuevas oportunidades de mercado con el fin de mejorar el precio de la producción.

5.3.3 Proyectos propuestos para el logro de las líneas de acción

A continuación se presentan los proyectos que ésta investigación plantea para lograr la aplicación de las líneas de acción que se han alternado en el punto 5.3.2 en el apartado anterior. Los cuales se presentan de forma vertical según están estructuradas en el árbol de oportunidades/alternativas (ver figura 13) en el punto 5.3.

Línea de acción 1. Organizaciones de productores nogaleros involucrados a la gestión de financiamientos.

Proyecto 1. Gestionar y promover alianzas entre productores en la producción.

Proyecto 2. Promover la articulación entre actores con intereses mutuos.

Proyecto 3. Promover la aplicación de innovaciones tecnológicas o paquetes gubernamentales.

Línea de acción 2. Productores capacitados y asesorados en sanidad vegetal.

Proyecto 1. Contribuir a la gestión de recursos de inversión a través de proyectos de desarrollo para mejorar huertos.

Proyecto 2. Promover la aplicación de innovaciones tecnológicas o paquetes gubernamentales existentes.

Proyecto 3. Gestionar la participación de PSP's en la capacitación y asesoría de productores.

Línea de acción 3. Productores capacitados en la producción y en aspectos técnicos.

Proyecto 1. Integración de comités de trabajo y de gestión.

Proyecto 2. Promover alianzas estratégicas entre productores rurales.

Proyecto 3. Promover planes de negocios para a la actividad nogalera.

Línea de acción 4. Buscar alternativas para agregar valor al producto.

Proyecto 1. Promover la creación de una empresa comercializadora de nuez.

Proyecto 2. Consolidar un canal de comercialización regional y nacional.

Proyecto 3. Producción de nuez de variedades reconocidas y demandadas.

5.4 Comentario final

En este capítulo se aporta una alternativa de solución a través de la construcción del árbol de oportunidades y objetivos/alternativas (ver figura 13) a la problemática que se estructura en el árbol de problemas de la red de valor de la nuez (ver figura 12) detectada en el diagnóstico de las actividades del sector rural del municipio de Parras, Coahuila; y se cumple también el objetivo de esta investigación la de identificar y priorizar las redes de valor de las actividades del sector rural bajo la metodología planteada en este mismo enfoque, siendo éste una propuesta de agronegocio para los actores involucrados en las redes de valor de las diferentes actividades económicas rurales de esta región.

CONCLUSIONES

En base al planteamiento del problema, los objetivos e hipótesis planteada al inicio de este documento se concluye lo siguiente:

- ✓ El análisis del diagnóstico Biofísico y Socioeconómico de un territorio es fundamental para la identificación y el estudio de las condiciones de las actividades económicas que se desarrollan en su interior, siendo éste el objetivo principal de este proyecto de investigación con el fin identificar y priorizar las redes de valor de las actividades agropecuarias que realizan los pequeños productores del área rural en el municipio de Parras, Coahuila.
- ✓ El involucramiento de estas actividades a este enfoque se hace en busca de la mejora de la competitividad a través del agregado de valor de los productos agropecuarios; así mismo mencionar que la facilidad de la aplicación de esta metodología radica en el grado en el cual se involucren los diferentes actores de la actividad que integran la red de valor. Siendo que el enfoque de redes de valor surge como una alternativa de agronegocio impulsando el sector productivo primario.

En lo correspondiente a la red de valor que se determinó del producto nuez de Parras, Coahuila se puede decir lo siguiente:

- ✓ La actividad nogalera en el territorio del municipio de Parras, es prioritariamente la principal fuente de empleos e ingresos para las familias rurales debido a que gran parte de esta población se dedica a las actividades de producción y recolección de nuez, partiendo de ahí la decisión de la construcción de la red de valor de esta actividad.
- ✓ En respuesta a la hipótesis planteada podemos comentar que en base a las condiciones encontradas en los análisis de los estudios biofísicos y socioeconómicos del municipio de Parras, Coahuila, ha sido posible identificar y priorizar las diferentes actividades económicas en este territorio, como también bajo el enfoque metodológico de redes de valor se ha integrado la red de valor de nuez en este municipio, involucrándose cinco

actores principales que son: a) Proveedores, b) Clientes, c) Complementadores, d) Competidores y e) Productores rurales; y de esta manera se contribuye a impulsar la competitividad de esta actividad con la construcción del árbol de problemas y de oportunidades/alternativas de las situaciones detectadas.

- ✓ Parras, Coahuila se encuentra entre los principales municipios productores de nuez con cascara, sin embargo, es importante eficientar la producción en este territorio con la finalidad de ser competitivos con productores de otras entidades, mediante la implementación de nuevas tecnologías que ayuden incrementar los rendimientos por superficie explotada con miras a competir en volumen, calidad y precio.
- ✓ El municipio de Parras tiene potencializada la producción de nuez, parte de esta producción se exporta principalmente a Estados Unidos de América a través del acopio que se realiza con los actores locales. La ventaja radica en la distancia para transportar el producto que es mínima en comparación con la de otros países y el gasto en transporte se disminuye considerablemente. Sería importante considerar otros mercados como son China, Japón, Europa, India y países de Sudamérica. Además de que la exportación de la nuez con cascara se encuentra libre de aranceles, solamente con el cumplimiento de las normas mexicanas NMX-FF-084-SCFI-2009 que establecen las especificaciones de calidad para la nuez Pecanera con cascara, la NMX-FF-093-1996 la cual establece las especificaciones de la nuez Pecanera sin cascara, empaque, embalaje y etiquetado para la exportación y la NOM-051-SCFI-1994 que dicta las especificaciones generales de etiquetado.
- ✓ Coahuila se encuentra en los principales estados productores de nuez, posicionándose en el segundo lugar después de Chihuahua; lo cual hace una actividad más atractiva para los productores nogaleros de este territorio, como también una atractiva atención en la comercialización hacia el mercado exterior.
- ✓ En el mercado internacional existe una competencia oligopolista y competencia perfecta, donde los competidores pueden ejercer presión en el precio, sin embargo se tiene identificado a Estados Unidos de América como intermediario e impide que otros países participen en forma directa.

- ✓ Para la producción de la nuez en Parras, se cuenta con pocos apoyos gubernamentales, sobre todo para la cuestión fitosanitarias, para mejorar variedades, mejorar infraestructura, capacitación, asesoría y agregación de valor. Comparado con otros territorios de las entidades del país.

De acuerdo a la información obtenida en las encuestas, se puede decir que la mayoría de los productores tiene huertas familiares atomizadas, por lo que los productores y en específico del área rural y tenencia social no cuentan con la cultura de invertir o asegurar su producción. También se percibe que no están bien articuladas las esferas y diversos eslabones de la cadena de nuez en este municipio, se trata de una red de valor desarticulada en la producción y concentrada en la comercialización, ya que hace falta más vinculación entre los actores de la red de valor de nuez; cabe mencionar que esta desarticulación hace difícil aplicar alternativas para mejorar la competitividad de esta actividad. Por ejemplo, en el caso de los productores la falta de organización hace que compren insumos individuales con un precio alto, tienen poco acceso a apoyos gubernamentales, venden la nuez con cascara a bajo precio, entre otras cosas, trayendo como consecuencia el poco aprovechamiento de 2,147 has plantadas con nogal.

RECOMENDACIONES

- Es importante mejorar los rendimientos de nuez mediante nuevas tecnologías que permitan incrementar la producción antes que incrementar el área sembrada. El acceso a nuevas tecnologías ya sea en infraestructura, en producción y en asesoría y capacitación, pueden contribuir a un mejor nivel de producción de los huertos disponibles.
- Por otra parte se debe de hacer un estudio en la cadena de nuez para fomentar el mejoramiento del sistema de producción y comercialización, con la finalidad de generar mayores empleos e ingresos a todos los participantes en la cadena, así como estimular el consumo de nuez producida en México.
- Dada la existencia de diversos problemas en el sector agropecuario y que no queda exenta la actividad nogalera se debe incentivar el mejoramiento del sistema de información relacionada a esta actividad (producción, beneficio y comercialización), como una de las principales necesidades para mejorar vínculos e intereses mutuos entre los actores de la red de valor de nuez.
- Es importante promover la organización y el trabajo en equipo de los productores, principalmente en la comercialización del producto que es donde menor articulación existe entre los actores. En el caso de las descascaradoras se concentra la competencia fuerte desleal, ya que algunas de estas tienen la capacidad de acaparar nuez con cascara. Los productores a través de la organización pudieran buscar la manera de dar valor agregado a su producto mediante la adquisición de nuevas tecnologías. Es de vital importancia involucrar a los productores en una actividad grupal que le permita obtener mayores beneficios desde el manejo productivo hasta la comercialización del producto.

BIBLIOGRAFÍA

- Bovet, David, Martha, Joseph. (2001). Redes de Valor: aumente los lucros pelo uso da tecnología información de cadenas de valor. Sao Paulo: Negocio Editora.
- Diario Oficial. (2009) Segunda sección Secretaria de Economía. MX-FF-084-SCFI-2009. Viernes 4 de septiembre de 2009. Disponible en: [http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/PE/APF/APC/SE/Declaratorias/2009/04092009\(1\).pdf](http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/PE/APF/APC/SE/Declaratorias/2009/04092009(1).pdf)
- Esser, Hillbrand, Messner y Meyer. Stamer (1994), Niveles de Competitividad y su importancia.
- FIRCO. (2011). Plan Rector de Producción y Conservación Subcuenca RH-36-E-b “Laguna de Mayrán”.
- Fernando E. Floriuk. (2003). Integración y Desarrollo de Redes de Valor. Programa PNUD de formación de consultores en desarrollo de proveedores. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Competitividad Territorial elementos para la discusión sinopsis/julio.
- Gil J. y Schmidt S. (2002). Análisis de Redes. Aplicación en ciencias sociales. Instituto de Investigación en Matemáticas aplicadas y en sistemas. UNAM.
- INEGI. (2010). Censo de la población y Vivienda. En www.inegi.org.mx
- INTA. (1998). La planificación bajo el enfoque de cadenas agroalimentarias y agroindustriales. Guía operativa, Buenos Aires, Argentina.
- Morán. O. R y colaboradores. (2007). Plan Rector de Producción y Conservación de la Microcuenca “Mesillas” de Ramos Arizpe, Coahuila. FIRCO-UAAAN.
- Morán. O. R - Orejón E. (2004-2007). Planeación y Desarrollo Microregional bajo el enfoque de Redes de Valor, UAAAN.
- Muñoz. R. Manrubio y Santoyo C. V Horacio (2011). La red de valor: herramienta de análisis para la toma de decisiones de política pública y estrategia agroempresarial. Chapingo.
- Porter. Michael E. (S/F). Escuela de negocios de Harvard, Análisis de factores externos, el análisis de la cadena de valor.

- Porter, Michael E. (1982). Estrategia competitiva : técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. CECSA. México. 389 p.
- Porter, Michael E. (1987). Ventaja competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior. México, D.F., Campaña Editorial Continental, S, A de C.V.
- Pérez David. (2010). Análisis de tres redes de valor del sector agroalimentario orgánico en México, Universidad Autónoma Chapingo.
- Pérez. José L. (2011). Mapeo de redes en la actividad bovina de Tzucacab-Peto, Yucatán. Tesis, UAAAN.
- Plan municipal de desarrollo (2010-2013), de parras, Coahuila.
- Ruiz D, C. (2005). Dimensión Territorial del Desarrollo Económico de México, UNAM.
- Satornino A. Castaño. (S/F). Redes de Valor: el desarrollo de las relaciones y la medición de su desempeño. Indicadores para observar el funcionamiento de sistemas interconectados.

SITIOS CONSULTADOS EN LÍNEA

- INEGI. (2003). Carta topográfica Escala 1:250,000 e INEGI, (2010). Marco Geoestadístico Municipal versión 4.2. Disponible en www.inegi.gob.mx
- [INEGI. Marco Geoestadístico Municipal versión 3.1, Información Topográfica Digital Escala 1:250000 serie II y III. Disponible en www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)
- [INEGI. Marco Geoestadístico Municipal 2005, versión 3.1. Disponible en www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)
- http://www.deinsa.com/cmi/porter_c03.htm.
- <http://www.microrregiones.gob.mx/zap/poblacion.aspx?entra=pdzp&ent=05&mun=024>
- <http://periodico.sfpcoahuila.gob.mx/admin/uploads/documentos/modulo24/81-SS-11-OCT-2011.PDF>
- http://www.siap.gob.mx/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=351
- www.sagarpa.gob.mx/Agricultura/productodetemporada/paginasNuez.aspx.

ANEXOS

INSTRUMENTOS APLICADOS

FORMATO DE CÉDULA PARA EL CONCENSO CON LOS ACTORES DEL TERRITORIO OBJETO DE ESTUDIO.

TESIS: “IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE REDES DE VALOR DE LAS
ACTIVIDADES DEL SECTOR RURAL EN EL MUNICIPIO DE PARRAS, COAHUILA”.

Fecha _____

Nombre: _____ Edad: _____

Localidad: _____ Superficie total _____ Familias: _____
Hab: _____

Municipio: _____

¿A qué se dedica?

Actividad Agrícola: _____ Pecuaria: _____ Forestal: _____ Otra: _____

¿Cuáles son las principales actividades económicas de la región?

En la agricultura cuentan con:

Tierras de riego: _____ Sistema de riego: _____ Pozos y equipo de extracción: _____

En la ganadería cuentan con:

Áreas de pastoreo: _____ están cercadas: _____ áreas de manejo: _____

Ganado vacuno: _____ Caprino: _____ Porcino: _____ Aves _____

En la actividad forestal cuentan con:

Aprovechamientos autorizados: _____ áreas de tallado: _____ equipo: _____

Pailas: _____ áreas de secado: _____ bodegas: _____

¿De estas actividades cuáles cuentan con buenos rendimientos o precio de venta?

Actividad Agrícola: _____ Pecuaria: _____ Forestal: _____ Otra: _____

¿A cuál de esas actividades económicas le dedican más tiempo en el año y les genera ingresos constantes?

¿A cuál de esas actividades se dedican más personas en la región?

¿Esa actividad económica ha deteriorado o dañado con el tiempo la cantidad y calidad de los recursos naturales? (Suelo, agua y vegetación).

¿Qué recursos naturales piensa que no se están aprovechando como debería?

¿Conoce de esfuerzos (particulares o institucionales) que se estén realizando para impulsar alguna actividad económica?

FORMATO DE CÉDULA PARA LA IDENTIFICACIÓN DE ACTORES, ROLES, DESEMPEÑO Y PATRÓN DE INTERACCIONES POR LOCALIDAD (EJIDO).

TESIS: “IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE REDES DE VALOR DE LAS ACTIVIDADES DEL SECTOR RURAL EN EL MUNICIPIO DE PARRAS, COAHUILA”

OBJETIVO: Recopilar información del Marco Social y Niveles de Coo-petencia entre los actores de la Red: Identificación de actores, roles, desempeño, y patrón de interacciones por Localidad (Ejido).

1. Datos Generales

Nombre: _____	Localidad o ejido: _____	Municipio: _____
Área agrícola: _____ ha	Edad: _____	Sexo: _____
Escolaridad: primaria completa _____	primaria incompleta (grado) _____	Secundaria Completa _____
Secundaria incompleta (grado) _____	Preparatoria o bachillerato _____	Licenciatura/carrera _____
Licenciatura/trunca (grado) _____	Otras actividades _____	Pertenece a organización de productores si () cual? _____
		No ()

2. Producción/Recolección de Nuez

Producción: miembros de la familia que participan _____, Días de la semana _____, Horas _____, Meses del año en que participan _____, Años que se dedican a esta actividad _____; Han recibido capacitación si () no () de que Dependencia (s) _____ o PSP Nombre _____
Recolección: miembros de la familia que participan _____, Días de la semana _____, Horas _____, Meses del año en que participan _____, Años que se dedican a esta actividad _____; Han recibido capacitación si () no () de que Dependencia (s) _____ o PSP Nombre _____ A qué distancia de la localidad recolecta la Nuez _____ Kms. Realiza selección _____ Descascara _____ Empaca _____. Donde vende _____ a quien le vende _____ y como le vende _____

Actividades que realiza: Dónde recolecta _____, Donde recolecta es del área ejidal () privada (); Acarrea(), Cómo acarrea _____ Tipo de transporte utilizado _____, el área de recolección es: Plana o ligeramente inclinada 0 a 4% pendiente (), Moderadamente inclinada 5 a 10% pendiente (), Fuertemente inclinada 11 a 20% pendiente(), Muy inclinada más de 20% (). La Nuez recolectada es de planta: criolla () mejorada ().

3. Sistema de Producción/describir lo que se hace:

--

4. Comercialización/ingresos

Volumen recolectado por año (ton)____, volumen comercializado: con cascara____ sin cascara____ forma de venta: _____ Donde vende_____, A quién le vende (nombre (s))_____, Acopiador () Intermediario () Organización Económica () Empresa Rural () Proveedor de insumos () Organización Gremial () Público gral. () Precio de venta: con cascara \$ ___/kg sin cascara \$ ___/kg

5. Infraestructura i Inversión utilizada/Describir los activos o instrumentos en el proceso

Mencionar tipo de infraestructura y/ activos-instrumentos:	Nivel de reconocimiento: Compra insumos Si () No (), Qué tipo: Ha recibido financiamiento Si () No () De quién: Ha recibido asesoría y capacitación Si () No () De quién:
---	---

6. Organización

Productor independiente: Si () No (); Pertenece alguna: Organización Económica (), Asociación gremial ()

Nombre: _____,

Si la respuesta es No, Tiene intereses en organizarse Si () No (); etapa del proceso: producción (), recolección (), Acopio (), Empaque (), Transformación (), Comercialización (). Para qué se organizaría: Vender mercado Nacional () Mercado extranjero ().

7. Problemas Percibidos/Alternativas

Principales problemas que percibe: 1) 2) 3) 4) 5) Causas que considera detonantes del problema: 1) 2) 3) 4) 5)	Cuáles son los efectos de las causas que detecta (A qué se deben las causas): 1) 2) 3) 4) 5) Qué alternativas propondría: 1) 2) 3) 4)
---	---

8. Articulación/Reconocimiento

En los años que tiene en la actividad en quienes se apoya o le ha proporcionado la experiencia en la producción, recolección, acopio, comercialización, y venta:

1) Nombre: _____ Actividad _____, de dónde es _____ Cómo lo conoce _____

2)

3)

4)

5)

Cuáles son los conflictos que enfrenta (Políticos, gremiales, legales o económicos):

<p>1) Tipo de conflicto _____, con quién Nombre: _____ Actividad _____</p> <p>Ubicación _____.</p> <p>2)</p> <p>3)</p> <p>4)</p>
--

9. Articulación/Conocimiento

<p>De entre productores/recolectores. A quién reconoce como mejor (Innovador)</p> <p>1)</p> <p>2)</p> <p>3)</p> <p>4)</p> <p>A qué se debe o cuáles son las razones:</p> <p>1)</p> <p>2)</p> <p>3)</p> <p>4)</p>	<p>En la problemática que enfrenta a quién ha recurrido para proponer id y/o propuestas:</p> <p>1)</p> <p>2)</p> <p>3)</p> <p>4)</p> <p>Cuáles han sido sus expectativas:</p>
--	---

10. Articulación/Colaboración

<p>En los años que tiene en la actividad, ha emprendido alguna acción para mejorar Si () No ()</p> <p>1) _____ Para qué (necesidad) _____</p> <p>2) _____ Para qué (necesidad) _____</p> <p>3) _____ Para qué (necesidad) _____</p> <p>Con quién recurre con mayor frecuencia:</p>	<p>En los demás productores/recolectores se han asociado formalmente o informantes Si () No ():</p> <p>1) Para qué motivo _____ Con quién _____</p> <p>2) Para qué motivo _____ Con quién _____</p> <p>3) Para qué motivo _____ Con quién _____</p>
--	---

	Observaciones:
--	----------------

11. Articulación/Cooperación

En los años que tiene en la actividad, ha comprado insumos en forma consolidada Si () No ()	Con otros productores de la actividad han realizado ventas en forma consolidada Si () No ()
1)Nombre_____ Para qué _____	1)Para qué motivo_____ Con quién_____
2)Nombre_____ Para qué_____	2)Para qué motivo_____ Con quién_____
3)Nombre_____ Para qué_____	3)Para qué motivo_____ Con quién_____
Con quién recurre con mayor frecuencia:_____	Han recibido financiamiento Si () No () Para qué_____
	De quién: _____

12. Articulación/Asociación

Ha realizado inversiones de equipamiento e infraestructura con otras personas Si () No ()	Cuál es su perspectiva o como se imagina su situación en la actividad nogalera._____
1)Nombre_____ Para qué _____	Qué acciones emprendería:
2)Nombre_____ Para qué_____	
3)Nombre_____ Para qué_____	
Con quién recurre con mayor frecuencia:_____	

Comentarios u Observaciones generales:

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR: _____

Nombre y firma del entrevistado: _____

Fecha: _____

MEMORIA DE FOTOS DEL TERRITORIO DE PARRAS, COAHUILA



NOGAL

APALEO



OTATES

DESCASCAREO MANUAL



NUEZ RECIÉN CORTADA

ARPILLERA



PLAGA PRINCIPAL



QUEBRADORA MANUAL



PRODUCTORES ENCUESTADOS



APALÉO



PRODUCTOR



PRODUCTOR



ACOPIADOR LOCAL



EMPAQUE DE NUEZ EN CÁSCARA



QUEBRADORA



PROCESAMIENTO A DULCE DE NUEZ



EMPAQUE DE ALMENDRA



EMPRESA ACOPIADORA LOCAL