

# **PROGRAMA DE CAPACITACIÓN**

## **IDENTIDAD EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN EL MERCADO CON ENFOQUE DE GÉNERO**

### **MÓDULO II**

#### **ARTICULACIÓN EN CONGLOMERADOS**

#### **CARTILLA**

N

338.040

N583

Nicaragua. Cuenta Reto del Milenio  
Articulación de conglomerado / Cuenta  
Cuenta Reto del Milenio. -- Managua :  
Nuevo Amanecer, 2008.  
36 p.

ISBN : 978-99924-945-1-6

1. EMPRESARIOS-INDUSTRIALES 2.  
ENFOQUE DE GENERO 3. CAPACITACION

Cuenta Reto del Milenio

Nicaragua, León, Km. 78 ½ Carretera Managua - León

Teléfono: 311-9000, Fax: 311-9008, Apartado Postal 1629, [www.cuentadelmilenio.org.ni](http://www.cuentadelmilenio.org.ni)

Cartilla del Programa de Capacitación: "Identidad Empresarial y Competitividad en el Mercado

Coordinación:

Sylvia R. Torres / Cuenta Reto del Milenio en Nicaragua

Patricia Padilla López / Asociación Alternativa para el Desarrollo Integral de las mujeres / ADIM

Xiomara Bello Noguera / ADIM

Indiana Arbizú/ADIM

Elaboración:

Xiomara Bello Noguera/ADIM

Revisión:

Sylvia R. Torres

Edición:

María Dolores Chamorro

Diseño:

Gabriel E. Chamorro

Impresión:

ARDISA

Mayo, 2008

# Presentación

Para cumplir su misión de contribuir a la erradicación de la pobreza a través del desarrollo económico, la Cuenta Reto del Milenio (CRM) trabaja con visión de negocios. Este enfoque requiere estimular el concepto de que para lograr prosperidad en la actividad productiva y de servicios, hay que tener una clara visión de acceso a mercados, particularmente el impulso de la empresariedad y de la producción con eficiencia.

Para avanzar en tal propósito, la CRM estimula el enfoque de cadena de valor y de conglomerado. De esta manera se propician relaciones sólidas entre todas las personas, empresas y organizaciones, que independientemente de su escala o tamaño, derivan sus ingresos de actividades productivas y de servicios en el medio rural. Esto incluye productores y productoras agropecuarios, agroindustrias, tiendas rurales, empresas de insumos, equipos y servicios.

Un resultado de éste propósito es que al término del programa se hayan creado las bases para la sostenibilidad de las acciones apoyadas por la CRM.

Con el objetivo de contribuir a fortalecer sus capacidades en este tema, la CRM pone a su disposición la cartilla de “Articulación en Conglomerados”.



# Introducción

Si usted produce, elabora y vende productos y servicios similares o iguales a otras personas que viven en su mismo territorio y tiene relaciones y valores que comparte, entonces pertenece a un conglomerado.

Si usted produce, vende insumos, procesa o comercializa sus productos y servicios, **entonces quiere decir que está en uno de los trozos o eslabones de una cadena de valor.**

Sí tiene relaciones con las personas, empresas o instituciones que participan en estos trozos o eslabones de una cadena de valor y le saca beneficio a esas relaciones, **entonces, usted le está agregando valor a su actividad económica.**

Lo invitamos a partir de aquí a que comparta con otras personas sus ideas acerca de los conceptos de **conglomerado, cadenas de valor, articulación, redes y otros aspectos**, esto le servirá para ubicarse en qué conglomerado está y en que trozo o eslabón de una cadena de valor se ubica y participa.

# ¿Por qué capacitarse?

- Para reconocer que su negocio es parte de un sistema más grande, de una cadena donde su actividad representa uno de los trozos, pero detrás y delante de usted hay otras personas o empresas que completan la cadena, por lo tanto no está solo ni sola.
- Para que se motive a unirse con otras personas y que juntos logren mejores resultados económicos.
- Para que conozca nuevos conceptos que le ayuden a mejorar su realidad productiva y competitividad en el mercado.
- Para que se prepare mejor para enfrentar las crecientes exigencias del mercado que cada vez es más globalizado.
- Para que aproveche las ventajas de un sistema productivo local articulado. Por ejemplo: para complementarse con otras empresas, conseguir recursos humanos calificados, intercambiar información, experiencias, conocimientos, alternativas de mercado. Finalmente para contribuir a la atracción de proveedores y comercializadores.

# Tema 1: Conglomerado



## Reflexionemos y compartamos

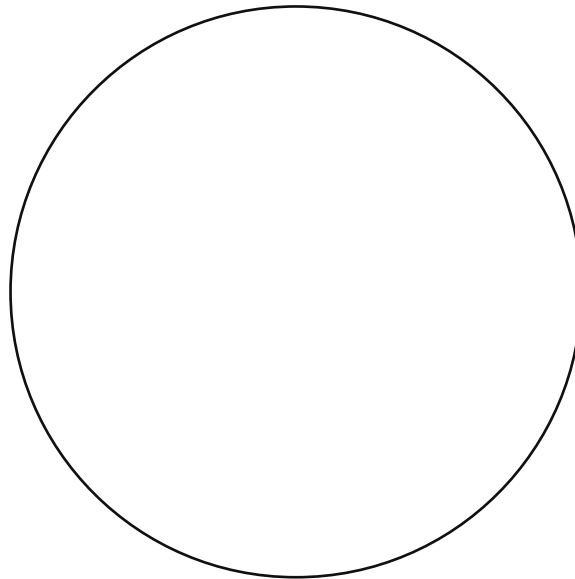
Para reflexionar sobre el concepto de conglomerado, analice lo siguiente:

### Ejercicio 1:

#### Palabras relacionadas con el concepto de conglomerado.

Imagínese una tela de araña grande y fuerte, formada por varios hilos pegados entre sí.

1. ¿Con qué palabra de su propia realidad relaciona la figura de la tela de araña?



Escriba su respuesta en el centro del círculo.

A los lados del círculo escriba otras palabras que se parezcan a la palabra que usted escribió en el centro del círculo.

Comparta sus círculos con el resto del grupo

## Consultemos

### Ejercicio 2:

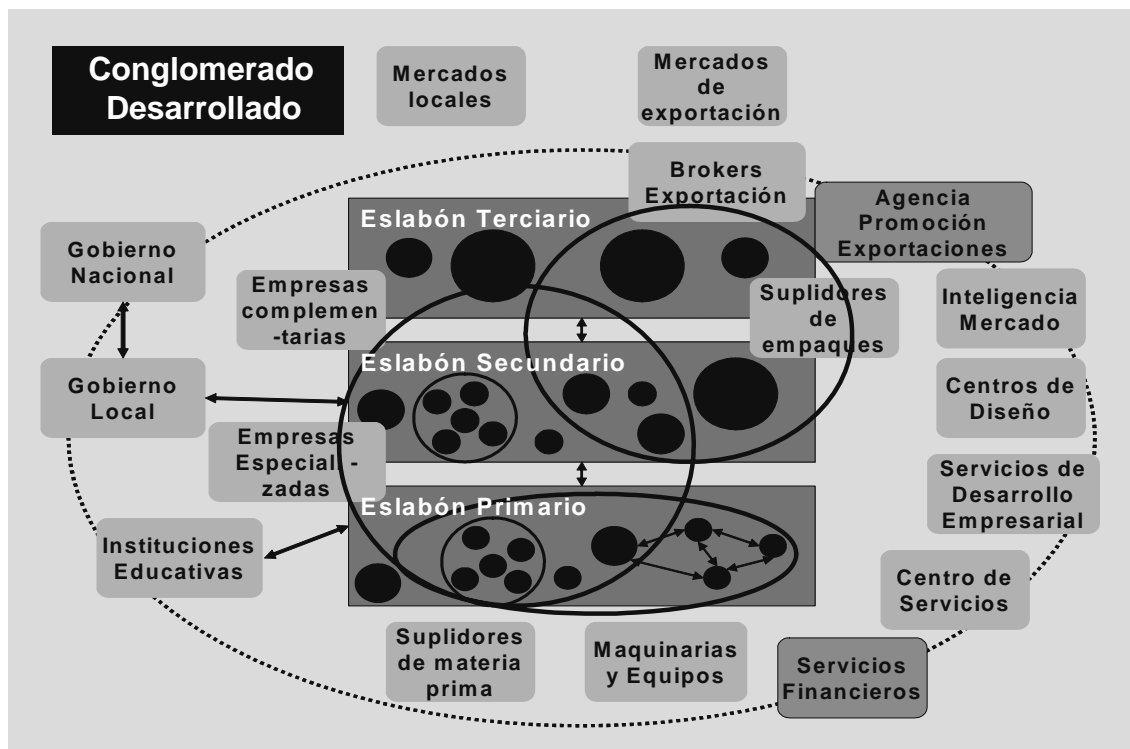
**Análisis del concepto de conglomerado.**

**¿Qué entendemos por conglomerado?**

Son concentraciones geográficas y sectoriales de empresas que producen, elaboran y venden una variedad de productos y servicios relacionados o complementarios.

Además, se caracteriza por la existencia de fuertes vínculos, valores comunes y relaciones eficientes con instituciones de apoyo.

Observe la siguiente figura de un conglomerado desarrollado.



Extraído de la metodología de Conglomerado de ONUDI

### Ejercicio 3:

---

#### Relaciones entre actores

Tomando en cuenta el ejemplo de conglomerado desarrollado, responda las 3 preguntas que están dentro del cuadro.

Haga un listado de todos los actores que están presente en su mismo conglomerado.	Diga ¿en qué han colaborado estos actores con usted?	Diga ¿en qué ha colaborado usted con ellos?



## Reflexionemos y compartamos

### Ejercicio 4:

#### ¿Dónde estoy?

Seguro que usted realiza varias actividades económicas en su comunidad. Pero de todas, una de esas actividades que realiza, también la efectúan otras personas, resultando que esa es una actividad económica importante que caracteriza su municipio o departamento.

Tomando en cuenta lo anterior.

1. Identifique en la lista de la siguiente página el conglomerado al que usted pertenece:
  - Marque con X el conglomerado con el que se identifica.
  - Vea el ejemplo del Ajonjolí.
  - Vea el ejemplo de Artesanía.

	MARQUE CON X
<b>1. CONGLOMERADO CULTIVOS</b>	
ARROZ	
FRIJOLES	
MAÍZ	
SORGO	
SANDÍA	
AJONJOLÍ	X
MANÍ	
SOYA	
PLÁTANO	
<b>2. CONGLOMERADO FORESTALES</b>	
FRUTALES	
MADERABLES	
MANGLARES	
CORTINAS ROMPEVIENTOS	
FRUTALES CON FORESTALES	
ÁRBOLES EN POTREROS	
CERCAS VIVAS	
<b>3. CONGLOMERADO NO AGRÍCOLAS</b>	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	
ARTESANÍA EN BARRO	X
CUERO Y CALZADO	
TURISMO RURAL	
<b>4. CONGLOMERADO PESCA</b>	
PECES DEL MAR	
CAMARONES	
CONCHAS	
ACOPIO DE PECES	
<b>5. CONGLOMERADO GANADERÍA</b>	
LECHE Y CARNE	
CABROS	
OVEJAS	
APICULTURA	
CERDOS	



## Reflexionemos y compartamos

Como pudo observar, desde el tiempo en que usted realiza su actividad económica, ésta ha estado inserta en un conglomerado.

Aunque no haya una organización formal, sólo por el hecho de realizar una actividad productiva, representativa de su comunidad, municipio o departamento, ya está presente el concepto de conglomerado.

Esto es así porque los conceptos ya conviven con nosotros y nosotras, por tanto son parte de nuestra realidad.

A continuación con el grupo responda las siguientes preguntas.

1) ¿Por qué seleccionó ese conglomerado?

---

---

---

---

2) ¿Por qué cree que están otras actividades económicas o empresas o personas en ese conglomerado?

---

---

---

---

# Tema 2: Cadena de valor



## Reflexionemos y compartamos

Para reflexionar sobre el concepto de **cadena de valor**, analice lo siguiente:



### Ejercicio 1:

---

#### Recorrido de un proceso productivo

Usted se ha identificado con el conglomerado al que pertenece.

---

---

---

Escriba el nombre de su conglomerado:

**Ejemplos:**

- Conglomerado de ganaderos y leche de occidente.
- Conglomerado de yuca de León.
- Conglomerado de artesanía y tejas de La Paz Centro y Calle Real de Tolapa.
- Conglomerado de plátano de Tonalá.

Ahora que ya reconoce su conglomerado, piense en su realidad y dibuje dentro del cuadro lo siguiente:

1. Los pasos que recorre su producto, desde que usted lo produce hasta que llega a su clientela.
2. Esta clientela puede estar en su comunidad, en otro departamento o en otro país.
3. Marque en qué paso usted está presente.
4. Marque quienes más están presentes en los otros pasos.

**Cuadro para dibujar**

## Ejercicio 2:

---

### Análisis del concepto de cadena de valor.

**Cadenas de valor:** Se llama así a las distintas actividades que se deben hacer para producir un producto o servicio y llevarlo hasta el consumidor final. En cada parte del proceso se agrega valor al producto.

El **valor agregado:** Es el valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo. Por ejemplo, vender el plátano pelado o las frutas deshidratadas. En una **cadena de valor** participan las personas que diseñan, proveen insumos, producen, comercializan y reciclan un producto o servicio.

Como se aprecia, una **cadena de valor** incluye actividades que ocurren antes y después de la transformación inicial, intermedia y final de la materia prima. En las condiciones actuales del mercado, muchas veces la mayor renta o ganancia ocurre en el diseño, la transformación y la comercialización.

Cuando se analizan las actividades con una visión de **cadena de valor**, se puede identificar a la persona o grupo de personas que realizan cada actividad o eslabón de la cadena. De esta manera, también es posible ver en cuáles participan las mujeres.

En el conglomerado de lácteos de Villanueva hay dos cadenas de valor. Una de producción y acopio de leche fría con más participación de productores, y otra de producción artesanal de leche, queso y cuajada con más participación de procesadoras.

Agregando a esto, la idea de **cadena de valor** está asociada con el concepto de **gobernanza**. Este se refiere a los medios y reglas a través de las cuales las comunidades, sociedades y naciones determinan, influyen y controlan actividades para alcanzar acuerdos y prioridades establecidas.

Pero aplicado a las actividades económicas, **la gobernanza** son los medios y capacidades de acción colectiva, mediante los cuales una sociedad define sus metas y prioridades y promueve la cooperación alrededor de ellas.

Una débil gobernanza de género en los espacios de decisión económica, contribuye a profundizar los niveles de desigualdad que viven las mujeres. Mejorar la equidad de género en la gobernanza económica requiere que en los espacios de decisión sobre precios, inversiones y otros, se tome en cuenta la situación, necesidades e intereses de las mujeres.

La Cuenta Reto del Milenio (CRM) toma esto en consideración, y en la selección de clientes otorga mejores puntajes a los proyectos que incluyen mujeres en sus órganos de gobierno. Por ejemplo, aunque por la naturaleza de su actividad, la Cooperativa de Pesca Sin Fronteras, tiene 26 socios, es un factor importante para aprobar un Plan de Negocios que haya tres mujeres en la directiva, incluyendo a la presidenta.

### **Para analizar una cadena de valor.**

Vamos a imaginar un camino largo que tiene una entrada y una salida.

En la entrada, se inicia el diseño de los productos, y en la salida, termina con el reciclaje.

Este camino además de la salida y entrada, tiene varias puertas:

- **En la puerta 1,** están los analistas de mercado y los diseñadores de los productos. Estos actores averiguan qué desea la clientela y diseñan productos que satisfagan esos deseos.

#### **Ejemplo:**

Una leche mezclada con cacao o semillas de marañón revueltas con pasas o frutas disecadas que duran más y se pueden transportar más fácilmente.

- **En la puerta 2,** entran y salen quienes venden insumos y servicios.

#### **Ejemplo:**

La Cuenta Reto del Milenio (CRM) a través de CLUSA, está apoyando en la certificación orgánica a setenta productores de miel de la comunidad de Cayanlipe y San Jerónimo, en el municipio de Villanueva, Chinandega. Aquí vemos que otra empresa BIOLATINA, ofrece el servicio de certificado.

- **En la puerta 3**, se encuentran la gente o las empresas que producen

**Ejemplo:**

La Cooperativa “Aprendiendo a Sobrevivir” de Villanueva, obtuvo una producción hasta agosto del 2007 de 45 barriles de miel, los cuales fueron vendidos en el municipio de El Sauce, principalmente. Aquí vemos a una cooperativa que produce.

- **En la puerta 4**, están quienes transforman o procesan los productos.

**Ejemplo:**

MAVESA, ubicada en el departamento de Chinandega, es una de las empresas procesadoras de la semilla de marañón. Seguro que a MAVESA le venden semillas personas que producen marañón en Chinandega.

- **En la puerta 5**, se encuentran quienes comercializan o venden los productos.

**Ejemplo:**

“La Vaquita”, ubicada en Chinandega, compra leche a cuatro de los Centros de Acopio que instalaron los productores, productoras y la CRM el año pasado, la procesa y la revende a pulperías y supermercados.

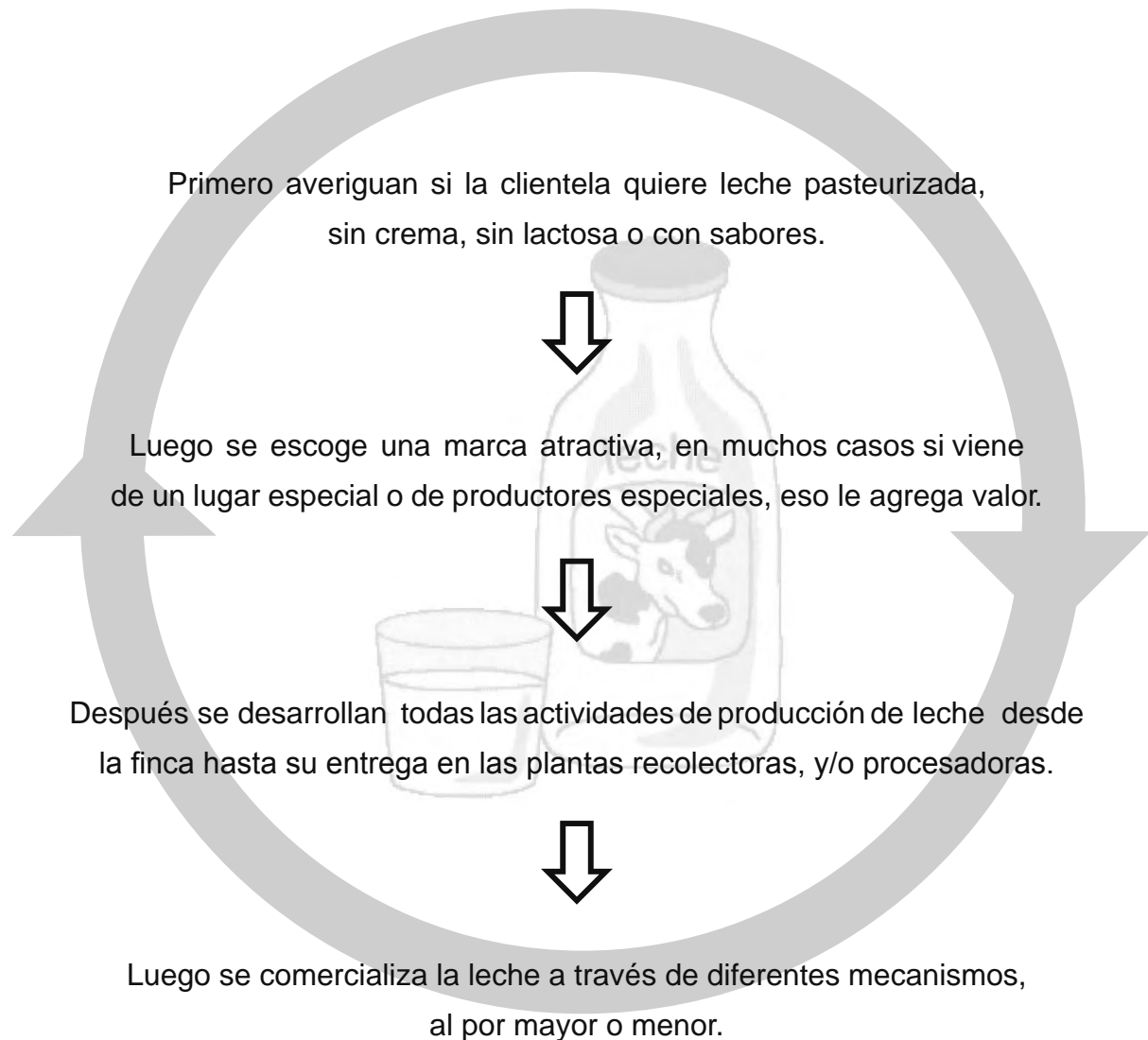
- **En la puerta 6**, están las personas que consumen el producto.
- **En la puerta 7**, están las personas que reciclan o utilizan los materiales que otros desechan.

**Ejemplo:**

El combustible que usan los trapiches es el bagazo de la caña, o la producción de porras de cocina a partir de las latas de aluminio.

## Ejemplo:

La cadena de valor en el caso de leche embotellada:



Pero no necesariamente el ciclo termina aquí, muchas veces se reciclan los empaques.

Es bueno tomar en cuenta que no siempre estos pasos ocurren en esa secuencia.

# Testimonio de doña Brenda María Palacios. Centro de Recolección y núcleo demostrativo apoyado por la CRM en El Sauce



**Centro de Acopio Leche El Sauce, apoyado por la Cuenta Reto del Milenio.**

“Somos 25 en el núcleo, 18 mujeres y siete varones. Nosotros pertenecemos a la cadena productiva de producción de leche y acopio. Primero es la producción de leche que somos nosotros, luego el acopio que también somos nosotros. Posterior es donde le dan el valor agregado y luego el mercado, eso lo hacen otros”.

“Participamos en el conglomerado lácteo de occidente. Nuestras pequeñas fincas se han mejorado tanto en pasto como también en la mejora del hato ganadero, porque el banco ha facilitado pequeños préstamos para comprar las pacas de pasto para aumentar la cantidad de leche y cumplir con el acopio de leche limpia”.

“Otro logro muy bonito e importante es que compramos la melaza, los insumos, la sal, las picadoras. Como compramos todos juntos nos salió más barato. Al estar unidas también nosotras conseguimos una tasa más baja de interés. Del catorce que era, ahorita tenemos el once y medio”.



**Brenda María Palacios, líder núcleo lechero y Centro de Acopio El Sauce.**

## Ejercicio 1:

---

### Un alto en el camino

Hasta aquí usted ha reconocido que en su realidad hay conglomerados y cadenas de valor.

1. ¿Según su realidad, cómo es su conglomerado?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

2. ¿Y en qué puerta del camino de cadena de valor se ubica?

---

---

---

---

---

---

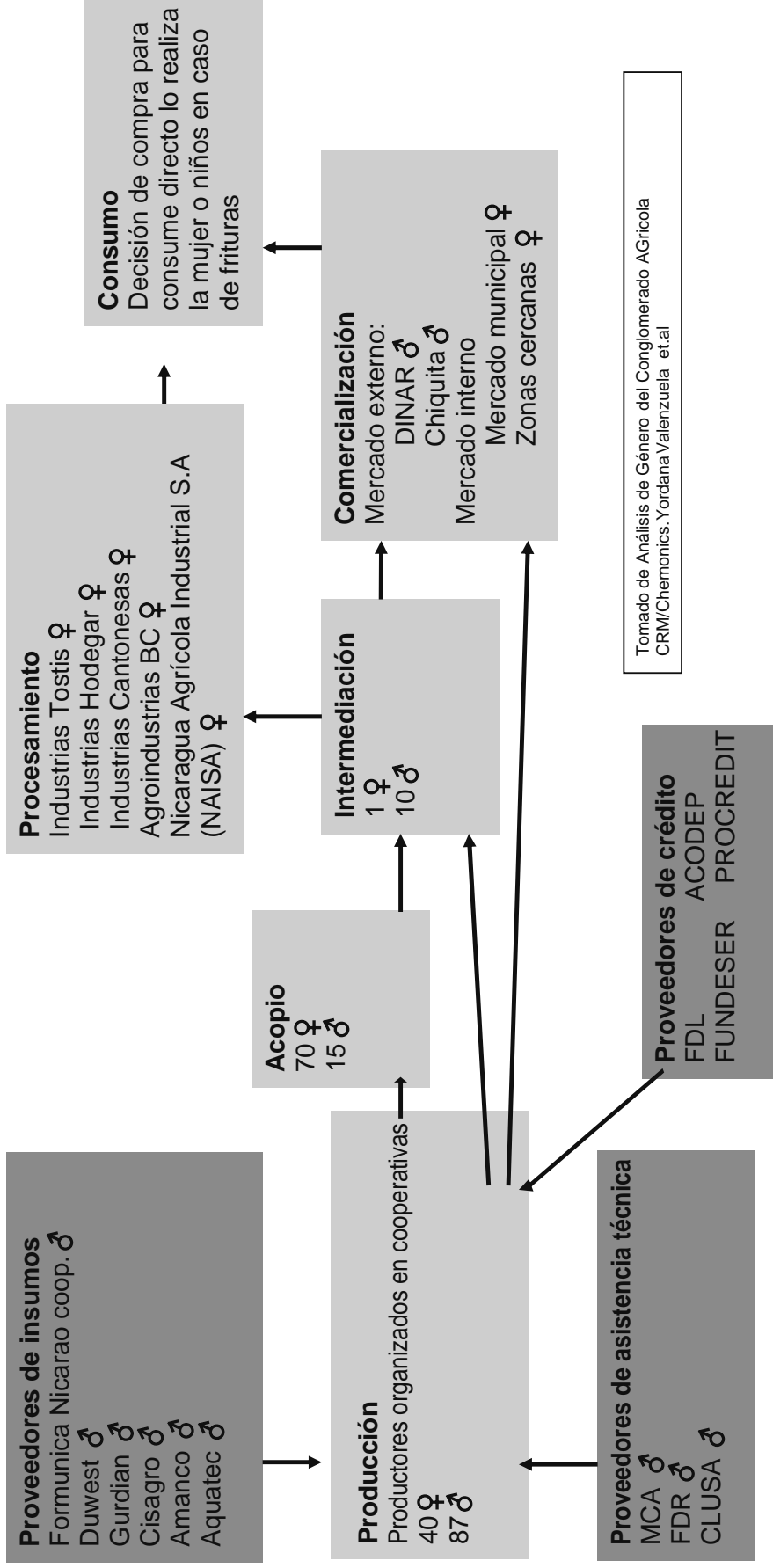
---

---

---

---

# Estructura de la cadena de plátano



Ejemplo de una cadena de valor en proceso

En esta cadena de valor se observan las relaciones que existen en los proveedores de insumos, artesanos, los intermediarios los clientes.

## **Ejemplo de una cadena de valor en proceso.**

En esta cadena de valor se observan las relaciones que existen en los proveedores de insumos, artesanos, los intermediarios y los clientes.



## **Consultemos**

### **Ejercicio 2:**

## **Análisis del concepto de cadena valor**

### **¿Qué es una cadena de valor?**

Son las alianzas estratégicas entre los distintos actores que se establecen para darle valor agregado a un producto.

Por ejemplo, no es lo mismo vender frijoles en quintal, que frijoles empacados en bolsas de 5 libras, limpios, listos para cocinar.

Veamos lo siguiente:

- Los frijoles por quintal tienen un precio aproximadamente de 700.00 córdobas. Es decir la libra a 7.00 córdobas.
- Pero los frijoles que venden en bolsas de 5 libras, limpios y escogidos, valen 70.00 córdobas en tiendas o supermercados.
- Como puede observar, la diferencia de precio es grande, por quintal 7.00 córdobas y por libra 14.00 córdobas.
- Por qué pasa esto, porque se le ha dado valor agregado al frijol por libra, al limpiarlo y escogerlo lo podemos vender más caro.

### Ejercicio 3:

---

### Y qué sentido tiene conocer estos conceptos

1. Ahora que ya identificó cómo su actividad se inserta en un mismo conglomerado, ¿qué beneficios puede obtener?

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

2. Escriba algunas ventajas de formar parte de un conglomerado.

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

3. Escriba algunas dificultades de formar parte de un conglomerado.

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

4. ¿Cómo se pueden vencer esas dificultades?

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_



## Consultemos

Revise a continuación algunas ventajas de pertenecer a un conglomerado.

- Puede comprar insumos junto con otras personas y así bajar costos.
- Intercambiar conocimientos y experiencias y ser más productivo o productiva.
- Puede juntarse con otros y vender a empresas más grandes.
- Organizarse para conseguir apoyo de organizaciones que apoyen su sector económico, por ejemplo la Cuenta Reto del Milenio, INTA, MAGFOR, entre otros.
- Atraer la inversión de empresas que estén interesadas en su producto.
- Puede incidir en las decisiones de políticas del gobierno del municipio.
- Puede organizarse para demandar o acceder a asistencia técnica de manera organizada a las instituciones del Estado que apoyan su sector.

- Aumentar la calidad de su producción.
- Solicitar financiamiento en grupos.

Hay diferentes maneras de asociarse, cada una de ellas con ventajas respectivas, una forma que otorga muchos beneficios son las empresas de cooperativas que tienen su base a la Ley 499.



## Consultemos otros conceptos importantes

### 1. Articulación de actores

La Articulación de Actores es definida como un mecanismo para apoyar la solución de problemas de forma conjunta, busca estimular la acción colectiva por parte de actores económicos locales para la búsqueda y distribución igualitaria y equitativa de recursos.

### 2. Asociativismo empresarial.

Es una construcción de relaciones que se desarrolla en el seno de un grupo humano, basada en la ayuda mutua y el esfuerzo propio.

Permite:

- Salir del aislamiento y el individualismo.
- Potencia los recursos económicos y humanos a través de la asociación del grupo.
- Acceder como grupo a servicios, productos y beneficios a los que sólo suele ser más costosos hacerlo.

- Optimizar las condiciones de negociación frente a intermediarios, proveedores y clientes.
- Acceder a fuentes de recursos financieros aumentando la posibilidad con el grupo.

Prejuicios a vencer en el asociativismo:

- Desconfianza de trabajar en grupo.
- Temor a exponerse ante otras personas.
- Toma de decisiones fuera del ámbito familiar o de la pareja.
- Temor a controlar o ser controlados por los demás.
- Temor y duda ante lo desconocido.

### **3. Redes.**

Una red es cualquier grupo de individuos u organizaciones que, de manera voluntaria intercambia información o realiza actividades en conjunto y que se organiza de forma tal que su autonomía individual permanece intacta. Se forman para comercializar y aumentar volúmenes, para comprar o conseguir insumos en conjunto y así disminuyen los precios, producir juntos un único producto, logrando especializarse.

### **4. Red empresarial.**

Es una alianza estratégica entre un grupo limitado y claramente definido de empresas independientes que colaboran para alcanzar objetivos comunes de mediano y largo plazo, orientada hacia el desarrollo de la competitividad de los distintos participantes. Sobre todo economías de escalas, mayor negociación y fortalecer su competitividad.

## **5. Las redes horizontales y verticales.**

### **Horizontales**

Es la alianza entre grupos de empresas que ofrecen el mismo producto o servicio, las cuales cooperan entre sí en algunas actividades pero **compiten entre sí en el mismo mercado.**

### **Verticales**

Es la alianza entre grandes empresas y las pequeñas empresas para desarrollar proveedores.

De esta manera las grandes pueden dedicarse a aquellas actividades que les resultan más rentables y disponen de mayor flexibilidad organizativa.

En tanto que las pequeñas pueden asegurar un mercado que les permitirá sostenerse en el corto plazo y crecer en el largo plazo.

## **6. Grupos de empresas.**

Una concentración de empresas que trabajan en la misma actividad (producción de zapatos, por ejemplo) o en actividades complementarias (mantenimiento de maquinas de cocer, producción de materiales para empaque, etc.).

La experiencia muestra que un gran número de empresas pequeñas puede desarrollar fortalezas comerciales que son similares a las de compañías grandes.

## **7. Grupo de mujeres en actividades económicas.**

Número de mujeres que están determinadas a desarrollar actividades conjuntas en el campo de la producción y mercadeo – o que ya han tomado este tipo de iniciativas. Puede que ellas tengan actividades sociales además de las económicas.

## **8. Oportunidad económica.**

Una posibilidad de desarrollar una actividad viable que genere ingreso, caracterizada por los siguientes elementos: existe una posibilidad razonable de reunir todos los recursos necesarios para comenzar la empresa; la empresaria o grupo puede conseguir todos los recursos humanos necesarios; existe un mercado (estable demanda) para los productos; y la actividad establecida tiene una posibilidad razonable de volverse viable en un período razonable de tiempo.

## **9. Empresa viable.**

Una empresa es una actividad económica que involucra la compra o la venta de ciertos productos/servicios o el procesamiento de insumos para desarrollar un producto o servicio diferente para su venta.

Una empresa es viable cuando el ingreso es suficiente para pagar todos los costos relacionados con la provisión de insumos, la producción y el mercadeo (incluyendo salarios, por ejemplo el día de trabajo de las mujeres); cuando hay suficientes recursos para reemplazar el equipo (depreciación) y para asegurar beneficios o ganancias razonables a la dueña o dueño del negocio.

## **10. Asociación de pequeñas empresas.**

Esta organización representa a una gran cantidad de empresas individuales o de grupo que son miembros de la asociación. La asociación defiende los intereses de los miembros y brinda a sus miembros servicios como capacitaciones, asesorías en información, legalidad para gestión de proyectos y solidaridad entre el grupo.

## 11. Comunidad.

Grupo de personas que viven o trabajan juntas en la misma área y quienes tienen problemas y limitantes comunes. Estas personas pueden ser hombres, mujeres, jóvenes o niños, quienes sienten que pertenecen a un mismo grupo. En muchos casos, estas personas pertenecen a la misma clase social, grupo étnico, entre otros.

## 12. Actores locales.

Son considerados actores locales, aquellas personas, organizaciones e instituciones que tengan relación directa o indirectamente con el desarrollo del municipio.

Aquí se mencionan algunos.

- **Gobierno local:** están interesados en el desarrollo económico del municipio, han creado estructuras de participación ciudadana con posibilidades de participación de las mujeres, además están interesados en la recaudación de impuestos. Cuenta con información clave sobre las actividades económicas del municipio.
- **El Comité de Desarrollo Local:** están liderando los procesos de planificación estratégica municipal, con estructuras organizativas por sectores.
- **Las fuentes de financiamiento:** bancos, cooperativas, microfinancieras, prestamistas entre otros, tienen mapeada la realidad económica del municipio, listado de clientes, direcciones, tipo de negocios, además de la capacidad de absorción de recursos financieros.
- **Organizaciones de la sociedad civil:** conocen la realidad de las comunidades donde intervienen, han trabajado procesos de formación, asistencia técnica, procesos productivos, mejora de la salud, aspectos económicos entre otros.

- **Organizaciones comunitarias:** están interesadas en las iniciativas que aporten al desarrollo de las comunidades, manejan información sobre la realidad comunitaria.
- **Comunidad de donantes:** aportan recursos para desarrollar iniciativas de desarrollo local, en aspectos sociales, económicos y políticos. Regreso a casa

## Regreso a casa

1. ¿Cómo se puede articular usted con los otros actores que están en su conglomerado?

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. \_\_\_\_\_

6. \_\_\_\_\_

7. \_\_\_\_\_

8. \_\_\_\_\_

9. \_\_\_\_\_

10. \_\_\_\_\_

11. \_\_\_\_\_

12. \_\_\_\_\_



## **Notas bibliografica**

El contenido de esta cartilla ha sido posible gracias a la colaboración del personal del Programa de Fortalecimiento y Difusión de Desarrollo de Conglomerado en Nicaragua. Proyecto UE/NIC/05/001 ONUDI – CPC

Quienes impartieron el taller de nivelación “Desarrollo de capacidades en articulación de conglomerados”, basado en la metodología de Sistemas Productivos Locales basados en Conglomerados.

También ha sido posible por el aporte del personal del área de Desarrollo Empresarial de la Asociación Alternativa para el Desarrollo Integral de las Mujeres ADIM.

Se ha tomado además, la experiencia que hasta ahora ha desarrollado la Cuenta Reto del Milenio en el desarrollo y dinamización del conglomerado de ganadería en los departamentos de León y Chinandega.

### **(Notas al pie)**

<sup>1</sup> Entiéndase como “actores privados” todas las personas, empresas y organizaciones que independientemente de su escala, derivan sus ingresos de actividades productivas y de servicios en el medio rural. Esto incluye productores agropecuarios, agroindustrias, tiendas rurales, empresas de insumos, equipos y servicios, etc.