| Sesión | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Numerales proyecto | Nombre o temática del grupo<br>1. Política de turismo de naturaleza.<br>2. Lineamientos para el ecoturismo comunitario en Colombia. | 3. Conocimiento del territorio: Áreas Protegidas, Reservas Naturales , zonas de importancia ecológica, entre otras.<br>4. Listado de aves reportados a nivel departamental y local. | 5. Conceptos biodiversidad y conservación.<br>6. Concepto aviturismo.<br>7. Avistamiento de aves y ecoturismo | 8. Conocimiento de la cadena de valor que conforma el destino.<br>9. Propuesta para el desarrollo de una red de comunicación. | 10. Estrategias para la promoción de pautas de conservación, uso y manejo adecuado de los recursos naturales, sensibilización y educación ambiental.<br>11. Propuesta para el desarrollo de acciones que contribuyan a la conservación de aves de la región. | 12. Identificación y propuesta de contribución a la creación de áreas importantes para la conservación de las Aves en el municipio.<br>13. Propuesta para la organización de actividades de aviturismo con comunidades del municipio | 14. Ecología y comportamiento de las aves.<br>15. Glosario de términos técnicos en la observación de aves.<br>16. Horarios de actividad de las aves y climatología.<br>17. Comportamientos, hábitos y movimientos adecuados para la observación de aves. Agenda o bitácora de campo de un observador de aves. Bioética de un buen observador de aves. | 18. Cámaras fotográficas, herramientas necesarias para observación y fotografía de aves. Aspectos a tener en cuenta para fotografiar aves.<br>19. Uso de aplicaciones móviles (eBird , Merlin, iNaturalist) y bancos de cantos disponibles y biblioteca de las aves.<br>20. Uso de la guía de avifauna colombiana. |
| Resultado | 1.Nombre.<br>2.Texto que involucre los aspectos mas relaventes que para ustedes tienen los dcumentos en relación al proyecto que estamos elaborando. | 3. Ilustración de su municipio con una identificación y localización de las zonas de importancia ecológica.<br>4. Listado de las aves de su zona (ojalá con una imagen o fotografía) | 5, 6 y 7. Texto que describa corta y claramente estos conceptos en relación al proyecto que estamos elaborando. | 8. Descripción de la cadena de valor que conforma el destino.<br>9. Establecer de qué manera va usted a contarle a su público de interés lo que se está realizando en su grupo de observadores de aves. | 10. Establecer estrategias para la conservación, uso y manejo adecuado de los recursos naturales, sensibilización y edu. Ambiental.<br>11. Diseñar una propuesta (corta) que describa las acciones, que usted considera, se puedan desarrollar para contribuir a la conservación de aves de la región. | 12. Diseño de propuesta que realice una contribución a la creación de áreas importantes para la conservación de las aves en el municipio.<br>13. Diseño de propuesta que permita la organización de actividades de aviturismo con comunidades del municipio. | 14. Texto corto que mencione aspectos que desde la ecología y comportamiento de las aves les llamen la atención.<br>15. Describir cinco aspectos relevantes para ustedes del glosario - aves.<br>16. Definir los horarios de mayor actividad de las aves y la influencia del clima.<br>17. Establecer los comportamientos, hábitos y movimientos adecuados para la observación de aves y aspectos generales de la Bioética de un buen observador de aves. | 18. Recomendaciones para el uso de cámaras fotográficas y herramientas para observación y fotografía de aves.<br>19. Realizar el listado de las herramientas disponbles para l registro de aves, bancos de cantos e información general de los organismos.<br>20. Elaborar 5 tips generales para el uso de la guía de avifauna colombiana. |



# DESARROLLO LOCAL INCLUYENTE BAJO EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO

Programa SENA Emprende Rural –SER

Quindío

# Principios que orientan el movimiento OVOP

El movimiento OVOP se orienta por tres ( 3) principios básicos:




- Origen local e impacto global: productos, identificados por las comunidades locales, que se caracterizan por ser propios de una determinada zona, y cuyas particularidades los diferencia de otros productos en otras zonas del país. Los productos pueden ser tangibles o intangibles, y ante la demanda de mercados internacionales, tienen la posibilidad de ser exportados en condiciones favorables.
- Desarrollo del recurso humano: formación del recurso humano para la gestión del desarrollo local y la generación de productos en cuya elaboración se involucra, y aprovecha, el capital humano de una zona específica.
- Autogestión y creatividad: iniciativa de las propias comunidades, que utilizan de manera sostenible los recursos propios (naturales, económicos, sociales, culturales) para desarrollar productos que se distinguen por ser el fruto de la imaginación, creatividad y recursividad de las personas que habitan una determinada zona del país.

# ¿Dónde surgió el Movimiento OVOP¿

- El Movimiento OVOP nació en Oita (Japón) como alternativa para el desarrollo de las comunidades locales.

  Las raíces del movimiento OVOP se remontan, antes que a una política del Gobierno nacional, a inicitivas y esfuerzos propios de las mismas comunidades. De hecho, la contribución del Gobierno desde el principio estuvo ligada, principalmente, al reconocimiento e incorporación de dichas iniciativas en las políticas del territorio y en su integración bajo un enfoque y claridad conceptual.



# Iniciativas de la comunidad

- El origen del movimiento OVOP de Oita se ha atribuido al movimiento denominado “Nuevas Ciruelas y Castañas” (NPC, pos sus siglas en inglés: New Plum and Chestnuts), el cual surgió en 1961 en la Villa de Oyama, localizada en una zona montañosa alejada de los centros urbanos de la prefectura de Oita, cuyo objetivo era aumentar los ingresos de los habitantes del territorio a través de la promoción de la agricultura, específicamente de la producción de ciruelas y castañas, con lo cual se aprovecharían las ventajas inherentes a las características geográficas de la villa.



- Primera fase: En la segunda mitad de la década de los ochenta del siglo XX, el Gobierno Nacional del Japón entregó, por una sola vez, una cifra equivalente a un millón de dólares (U$ 1'000.000) a cada Gobierno local -sin importar su tamaño, población o Ingresos- para que las autoridades locales decidieran en qué invertir. Estos recursos estimularon la conformación de iniciativas autónomas de desarrollo local, y contribuyeron a reducir las brechas entre el Gobierno nacional y los Gobiernos locales. El tema del amor por la tierra natal tocó la sensibilidad del pueblo en diferentes zonas del Japón.
- Segunda fase: Los diferentes Gobiernos locales utilizaron los recursos asignados para diferentes propósitos (p, ej.: protección ambiental, apoyar movimientos sociales, disminuir la discriminación social, enviar estudiantes de escuelas primarias para que conocieran países extranjeros). En caso de surgir alguna iniciativa innovadora, para la cual no existían recursos adecuados para apoyar su desarrollo, el Gobierno nacional se comprometió a crear herramientas y facilitar los procesos.
- Tercera fase: Se realizaron concursos para premiar a los municipios que hubieran hecho "muy bien" la tarea del desarrollo local. Se entregó una cantidad simbólica de dinero junto con un diploma como reconocimiento a los ganadores.



# Síntesis de la política de desarrollo local que se originó en la Prefectura de Öita (Japón):



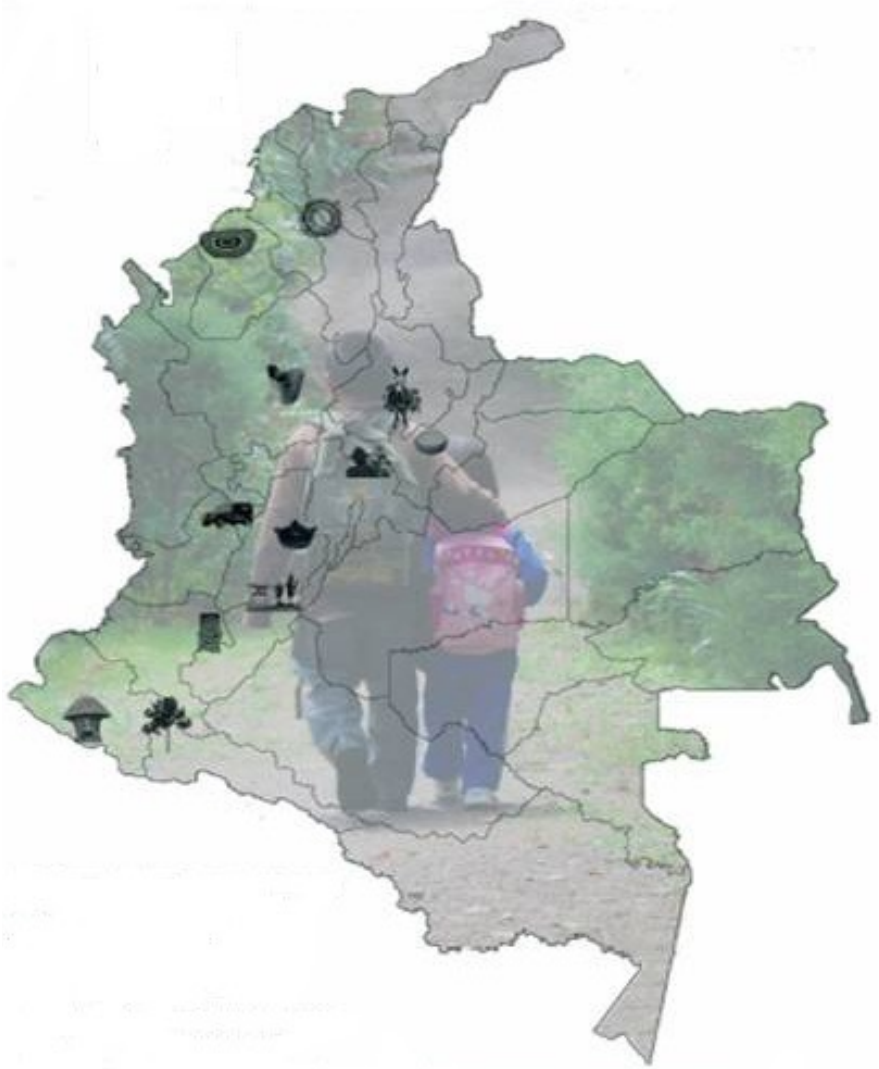



# El Movimiento OVOP en Colombia

Se trata de una estrategia de desarrollo local que se fundamenta en el trabajo de las comunidades, quienes a través de productos (bienes, servicios o eventos) propios o únicos (con marca de origen), se convierten en actores activos en el territorio para la promoción del desarrollo, la solución de sus problemas y el fomento de la equidad.

Experiencias OVOP en Colombia

En Colombia se está creando el movimiento siguiendo el nombre original por sus siglas en inglés (movimiento OVOP:"One Villa, One Product") manteniendo el enfoque y principios del movimiento originario de Oitá Japón. Con la noción de una Villa se busca precisar el imaginario o escenario deseado de bienestar que buscan alcanzar pequeñas comunidades locales. Así mismo, se mantiene la idea de un Producto, con el fin de incentivar la identificación de bienes, servicios, eventos y/o ideas que sean únicos en términos de la zona en la que se originan, de su proceso de producción y comercialización, así como por ser afines a la cultura local.



- En marzo de 2010, el Gobierno Nacional realizó una convocatoria, a través del DNP, para que las Gobernaciones, identificaran ideas y productos con potencial de OVOP en sus territorios y priorizaran 3 de ellas para ser evaluadas en el marco de dicha convocatoria.

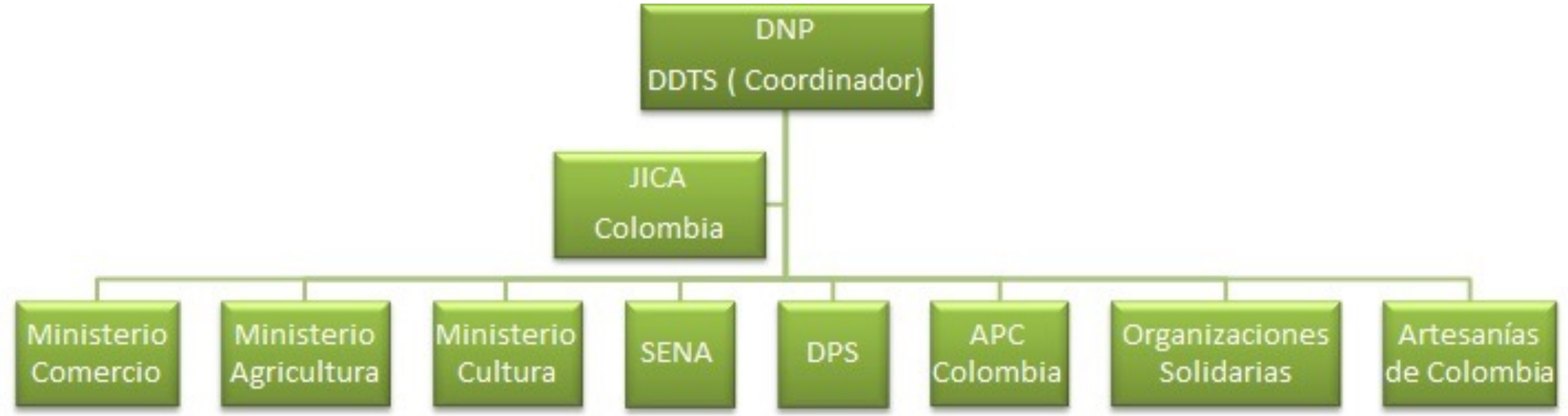
  Se recibieron un total de 200 iniciativas provenientes de 27 de los 32 Departamentos del país, 71 de las cuales fueron priorizadas directamente por las Gobernaciones respectivas. Cada una de las 71 iniciativas fueron evaluadas, al menos, por 2 personas diferentes de las entidades que hacen parte del Comité Nacional de OVOP.

  De las 71 iniciativas se identificaron 20 como preseleccionadas para realizar visitas y/o consultas con el fin de verificar la información reportada y resolver algunas dudas suscitadas en la primera evaluación. Las visitas en mención se realizaron entre el 24 de junio al 3 de julio de 2010. Finalmente, en reunión del miércoles 7 de julio de 2010, los miembros del Comité Nacional de OVOP seleccionaron 12 iniciativas como aquellas con mayor potencial para hacer parte del Movimiento en el país, las cuales fueron socializadas en un seminario nacional que se llevó a cabo el 26 de julio de 2010 en la ciudad de Bogotá.

  Desde 2010, con el apoyo de JICA Colombia, se han realizado eventos, cursos en el Japón sobre el Movimiento OVOP, y consultorías con el fin de identificar los potenciales y retos de las 12 iniciativas identificadas con potencial OVOP en el país.



# Apoyo Institucional




## Entidades que integran el Comité Nacional de OVOP

El SENA es un establecimiento público que brinda formación profesional integral a los trabajadores de todas las actividades económicas, y a quienes sin serlo, requieren dicha formación, para su incorporación en actividades productivas que contribuyan al aumento de la productividad nacional y la promoción la expansión y el desarrollo económico y social armónico del país, todo bajo el concepto de equidad social redistributiva. El SENA cuenta con 33 regionales ubicadas a lo largo y ancho del territorio colombiano. Su objetivo es brindar formación técnica y tecnológica a los colombianos interesados en formarse para el trabajo y para aquellos que desean crear empresa.

**Rol en OVOP:**
El SENA participa en las reuniones del Comité Nacional del Movimiento OVOP en Colombia y también envía periódicamente información relacionada con su oferta institucional que pueda ser de interés para las iniciativas OVOP. En particular, el SENA fortalece los procesos de formación profesional integral que contribuyen al desarrollo comunitario a nivel urbano y rural para su vinculación o promoción en actividades productivas de interés social y económico.

# Iniciativas OVOP Colombia
## Las 12 iniciativas OVOP a la convocatoria en el 2010



Artesanías de La Chamba
El Guamo (Tolima)



Tierradentro: Etonoturismo
Inzá (Cauca)



Joyas en Técnica Filigrana
Mompóx (Bolívar)



Parque de la Agricultura
Susa (Cundinamarca)



Queso Paipa
Paipa (Boyacá)



Artesanías en Fique
San Vicente (Antioquia)



Festival Camino del Quindío
Filandia (Quindío)



Agroturismo y Ecoturismo
Sibundoy (Putumayo)



Panela Pulverizada
Socorro (Santander)



Sombrero Fino "Vueltiao"
Tuchín (Córdoba)



Turismo Astronómico
Villavieja (Huila)



Fiesta al Sol "Inti Raymi"
El Nudo de Wuaka (Nariño)

# El Camino del Quindío

- **Municipio:** Filandia (Quindío)
  **Categoría:** Idea

  El Camino del Quindío es un camino de herradura, construido por los españoles en la época de la Conquista, que por siglos comunicó el occidente con el centro del país. La iniciativa busca recuperar y dar conocer el Camino del Quindío y su influencia en el desarrollo histórico y cultural nacional, incorporando y articulando, alrededor de la idea de un festival, a diferentes actores, productos y valores ambientales, patrimoniales, arqueológicos, y arquitectónicos del municipio de Filandia.
- En desarrollo de la idea, diferentes actores y escalas de gobierno aportarán su conocimiento para jalonar el desarrollo en el territorio, buscando rescatar y fortalecer la identidad del Municipio



# ¿Por dónde comenzamos?

Principios que orientan el movimiento OVOP

- Origen local e impacto global
- Desarrollo del recurso humano
- Autogestión y creatividad



# Proyecto:
# Festival de la Cultura Cafetera en el Corazón de Colombia

## *"Un festival con corazón Quindiano"*



A través de un producto, bien, servicio o evento propio o único (con marca de origen)

En términos económicos, un **bien** es un elemento tangible o material destinado a satisfacer alguna necesidad del público.
Marca de origen: es un signo distintivo que identifica un producto como originario del país o de una región o localidad del territorio nacional.

# LÍNEAS DE ACCIÓN

1. RECONOCER LA DIVISIÓN POLÍTICA ADMINISTRATIVA DEL TERRITORIO

2. IDENTIFICAR EL CONTEXTO ECONÓMICO DE LOS RECURSOS EN EL TERRITORIO.
RECONOCER TIPOS DE RECURSOS.
LISTAR LOS RECURSOS DISPONIBLES EN EL TERRITORIO.
UBICAR GEOGRÁFICA Y ESPACIALMENTE LOS RECURSOS LOCALES.
ESTABLECER REPRESENTATIVIDAD DE LOS RECURSOS LOCALES.
ESTABLECER LA TEMPORALIDAD DE LOS RECURSOS DEL TERRITORIO.
ENCONTRAR LA REPRESENTATIVIDAD SOCIOCULTURAL DE LOS RECURSOS EN EL TERRITORIO.
RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DEL SUEÑO COLECTIVO.
ANALIZAR LOS COMPONENTES DEL SUEÑO COLECTIVO.

3. ELABORAR PROPUESTA DE SUEÑO COLECTIVO.

# LÍNEAS DE ACCIÓN

4. ANALIZAR LA DINÁMICA ECONÓMICA DEL TERRITORIO.
DIFERENCIAR LAS CARACTERÍSTICAS DE RECURSO Y PRODUCTO.
IDENTIFICAR LA IMPORTANCIA DE LA GENERACIÓN DE VALOR EN LOS RECURSOS LOCALES.

5. IDENTIFICAR LOS COMPONENTES DE LA CADENA DE VALOR PARA EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
IDENTIFICAR EL IMPACTO DE UN PRODUCTO POTENCIAL EN LA ECONOMÍA DE UN TERRITORIO DESDE EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.

6. RELACIONAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS POTENCIALES CON LA IDENTIDAD DEL TERRITORIO.
VALORAR LA PERTINENCIA DE PRODUCTOS POTENCIALES PARA EL LOGRO DEL DESARROLLO LOCAL DEL TERRITORIO.

# LÍNEAS DE ACCIÓN

7. COMPRENDER LA IMPORTANCIA DE LA ESTRATEGIA DE GESTIÓN DESDE EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
DEFINIR LA MISIÓN DEL NEGOCIO COLECTIVO.
DESCRIBIR LA COMPETENCIA FUNDAMENTAL DEL NEGOCIO.

8. DESCRIBIR LA IMPORTANCIA DE ESTRUCTURAR UN MODELO DE NEGOCIO COLECTIVO.RECONOCER LOS PROTOTIPOS DE MODELO DE NEGOCIO PARA PRODUCTOS MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS DEL MODELO DE NEGOCIO DE LA METODOLOGÍA PICTO.

9. DESCRIBIR LA PROPUESTA DE VALOR DE MI PRODUCTO.
DESCRIBIR LOS SEGMENTOS DE MERCADO DE MI PRODUCTO.
DESCRIBIR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE MI PRODUCTO.

# LÍNEAS DE ACCIÓN

10. ESTRUCTURAR UN MODELO DE NEGOCIO CON LA METODOLOGÍA PICTO PARA LA GESTIÓN DE MI PRODUCTO. DIFERENCIAR EL CONCEPTO DE MARCA Y MARCA TERRITORIAL.
RECONOCER LA MANERA EN QUE LA MARCA TERRITORIAL POTENCIALIZA EL MODELO DE NEGOCIO. DESCRIBIR EL CONCEPTO DE MARCA DE PRODUCTO EN EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
IDENTIFICAR LA IMPORTANCIA DEL PLAN DE GESTIÓN A MEDIANO PLAZO.



PRODUCTO

# FORMULACIÓN DEL PROYECTO

# FORTALECIMIENTO EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES

SENA EMPRENDE RURAL – SER

QUINDÍO-2021

# ¿QUÉ VAMOS A VER?

- ACTIVIDADES DE MEJORA EN EL PROCESO DE VENTA EN LA NEGOCIACIÓN, DE ACUERDO A LOS PERFILES DE LOS CLIENTES.
- PAUTAS PARA PROCESOS DE VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS, DE ACUERDO CON LAS ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN EN UN MERCADO ESPECÍFICO.
- DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE VENTAS PARA APLICARLAS EN LA NEGOCIACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LOS PERFILES DE LOS CLIENTES.
- ANALISIS DEL PROCESO DE NEGOCIACIÓN, TENIENDO EN CUENTAS, LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

# ¿Cómo lo vamos a hacer?

- Génova: un corazón productivo
- Acciones para lograrlo: 1)Canales para vender (comercialización), 2) desarrollo y fortalecimiento de las capacidades de los integrantes del grupo para el logro de gestión empresarial y comercial; 3) mejoramiento de la oferta en correspondencia con la demanda.

# 1)Canales de comercialización

- 1. ¿Qué es un canal de comercialización? ¿con fundamento en el material de trabajo mencione canales de comercialización que usted conoce.
- 2. Propuesta de valor ¿Qué entiendo por propuesta de valor? ¿Qué es?