PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Desarrollo local incluyente bajo el enfoque Mi pueblo, Mi producto, Mi orgullo.
- Código del Programa de Formación: 42110158
- Competencia: Direccionar planes de gestión según marco y modelo estratégico
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: Seleccionar "Mi producto" con base en la identidad del territorio, la evaluación del impacto de los productos potenciales en el desarrollo local desde el enfoque Mi pueblo, Mi producto, Mi orgullo.

  Definir el modelo de negocio colectivo de acuerdo con el producto y el enfoque mi pueblo, mi producto, mi orgullo.
- Duración de la Guía: 53 horas

2. PRESENTACIÓN

La presente guía propone actividades que permitirán la Selección del o los productos potenciales de la iniciativa OVOP con base en la identidad del territorio y la evaluación de su impacto en el desarrollo local. Al tiempo que se trabajará en la definición del modelo de negocio colectivo que presente mayores y mejores beneficios para la comunidad.

Lo anterior se propiciará mediante el empoderamiento y exploración de las TIC, el trabajo colaborativo, el entorno y la orientación del instructor a través de talleres, lecturas, análisis de casos y otras didácticas que afianzaran sus conocimientos y habilidades frente al enfoque de trabajo comunitario incluyente.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividad de Reflexión Inicial y Contextualización

1. Lea el siguiente caso:

Adentrado en las bellas montañas de Colombia, existe un territorio con grandes riquezas naturales y culturales, entre las que se pueden contar sus tradiciones en torno a la producción agrícola de la arracacha, la encantadora vista de las montañas, una excepcional riqueza de aguas y cascadas, la presencia de numerosas aves y la inmensa extensión de siembra de palma que cubre el paisaje. La particular belleza de su arquitectura que hace juego con sus casonas de balcones y fachadas coloridas que hacen rememorar la época de la colonia y la república. ¡Ah! no puede faltar, la calidez de sus gentes, atentas y generosas que hacen hasta lo imposible porque el visitante se sienta mejor que en su casa.

Sus habitantes, conocedores de las riquezas de la región y con muchas ganas de salir adelante, quieren crear una asociación en donde cada uno pueda aportar y obtener ingresos y así lograr el desarrollo local.

Fue, entonces que Don Pepe, uno de las personas más conocidas del territorio, empezó a hablar con los vecinos de su comunidad para presentarle la idea, muchos de ellos se sintieron interesados y empezaron a participar en las reuniones que se organizaban con este fin.

Luego de varias reuniones, los asistentes analizaron lo siguiente:

a. *La arracacha: se cultiva en el 50% del territorio en parcelas que pertenecen a 50 familias, emplea alrededor de 80 personas, se requieren pocos pasos para su recolección y se comercializa en S50.000 el bulto, también muchas personas saben que allí se cultiva y solamente se vende tal como se cultiva.*
b. *La palma: se cultiva en el 30% del territorio en terrenos que son del municipio, sirve para hacer manualidades, utensilios para el hogar, muebles y aceite empleando alrededor de 150 personas, la elaboración de estos productos requiere de varias actividades y en la mayoría de casos se debe talar para mejores resultados, aun cuando sus productos se comercializan a buen precio y las personas del territorio piensan que es el producto es único en el país.*
c. *Los ríos y cascadas: se encuentran en aproximadamente el 20% del territorio, son puros y cristalinos, sus aguas pasan por 5 fincas de recreo en donde trabajan 15 personas; y 10 de vivienda, las gentes del pueblo se acercan allí para realizar sus celebraciones familiares y recrearse los fines de semana.*

d. *La cultura: cada octubre se celebran las fiestas de la virgen donde la gente de las veredas y los municipios aledaños asisten para festejar, se organizan conciertos, misas de sanación, feria de artesanías y productos típicos, novilladas y el tradicional concurso de la alpargata. Unas 40 familias locales y 40 foráneas se benefician a través de la venta de productos, de éstas, 10 hacen relaciones comerciales con otros municipios.*

2. Responda los siguientes cuestionamientos con base en la situación anterior:
   a. ¿Cuál puede ser el producto que beneficie a la mayor cantidad de personas de esta comunidad?
   b. ¿Cuáles serían esos beneficios?
   c. ¿Cree que la asociación permitirá que haya desarrollo local en el territorio?
   d. ¿Cuál sería la representación gráfica de las riquezas del territorio? Elabore una propuesta en grupos de 3 personas.

Participe en la plenaria organizada por el instructor.

Tiempo requerido: 1 hora.

Ambiente Requerido: aula convencional.

Materiales: guía, marcadores, pos-it, hojas de papel, guía de aprendizaje.

Actividades de Apropiación y Transferencia de Conocimientos

Actividad de Aprendizaje 1: Apropiar los conceptos que fundamentan la economía sana desde el enfoque Mi pueblo, Mi producto, Mi orgullo con base a la dinámica económica de los territorios.

1. Participe en la sesión magistral a partir del Anexo 1 *Conceptos de economía sana* relacionados con:
   - ✓ Desarrollo Endógeno, economía municipal (PIBM), equidad social, efecto económico múltiple, indicadores económicos (empleo, desempleo, ingreso per cápita).
   - ✓ Sectores productivos del municipio, tasa de oficios, actividades económicas del municipio.
   - ✓ Recursos y productos: conceptos, características, creación de valor, criterios de valoración y selección desde el enfoque Mi pueblo, Mi producto, Mi orgullo, presentada por su instructor.
   - ✓ Procesos de producción.
   - ✓ Mapas de ideas, diagramas de flujos, diagramas de procesos.
   - ✓ Distribución de beneficios.

2. Elabore en parejas, la portada de un periódico y presenten a manera de noticia el significado de los conceptos explicados por el instructor. Utilice imágenes, fotos, colores para hacer una presentación impactante y llamativa. Entregue a su instructor.
3. Lea el Estudio económico de Aguadas -Ficha Municipal de Aguadas- Caldas, disponible en el siguiente enlace: http://www.ccmpc.org.co/ccm/contenidos/298/Ficha_municipal_Aguadas.pdf (Anexo 2).
4. Elabore, en grupos y con base en el ejemplo del Anexo2, la ficha del territorio que seleccionó desde la Guía 1; este documento debe contener los datos demográficos, geográficos, políticos, en especial los económicos de la región y los relacionados con los conceptos explicados por el instructor.
5. Socialice el resultado de esta actividad con su equipo de trabajo de acuerdo con las orientaciones dadas por el Instructor.

Tiempo requerido: 4 horas.

Ambiente Requerido: aula convencional.

Materiales: computador con conexión a internet, guía de aprendizaje, pliegos de papel, marcadores, colores, hojas de papel bond.

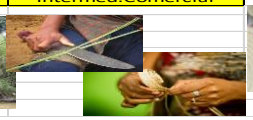
Actividad de Aprendizaje 2: Identificar los componentes del proceso productivo para Mi producto según el enfoque Mi pueblo, Mi producto, Mi orgullo.

1. Asista a la presentación de su instructor sobre procesos de producción con base en el Anexo 3 *Cadena de Valor Simple* desde el enfoque Mi pueblo, Mi producto, Mi orgullo.
2. Observe y analice los ejemplos de cadena de producción de:
   - ✓ Artesanías en Pindo de Palermo (Huila), representada en la Tabla 1.
   - ✓ Café de Colombia en el video *Proceso del café paso a paso* en YouTube https://youtu.be/nAqSeHbEI5I

Tabla 1

Proceso de producción artesanías de Pindo – Palermo Huila.

PROCESO PRODUCTIVO DE ARTESANIAS DE PINDO				
PRODUCCIÓN MPD		TRANSFORMACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	
CULTIVO	OBTENCIÓN MAT. PRIMA	TRANSFORMACIÓN	MERCADEO	COMERCIALIZACIÓN
Recolección (1)	Ripiao (1)	Lavado de fibra (1) *	Diseño publicitario (1)	Exhibición *
desorillan - desvenar	Trenzado -Tejido fibra (1)	blanqueado - limpieza (1)	Plan de negocios (1)	Venta directa
Raspado de vena (2)		Tinturado - color ** (1)	Codificación	Distribución *
Comercialización fibra (1)		Diseño (Artesano creador) (1)		
		Elaboración (1)		
6 personas	120 tejedoras	5	1	1
20	80	¿	¿	¿
Intermed.Comercial	Intermed.Comercial			Intermed.Comercial

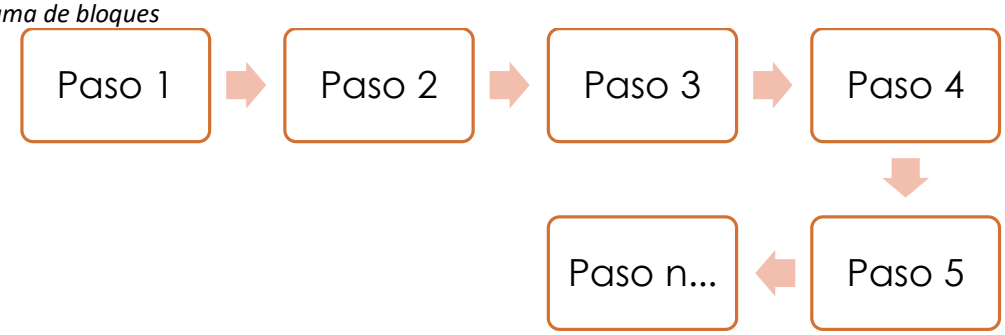



3. Responda las siguientes preguntas, con base en los procesos descritos en la Tabla 1 y en el vídeo.
   a. ¿Qué etapas, fases o pasos principales, se realizan en la producción de cada producto?
   b. ¿Cuáles son las actividades que se ejecutan dentro de cada fase o paso principal?
   c. ¿Cuánto tiempo se toma hacer cada una de las actividades identificadas en la pregunta anterior?
   d. ¿Cuál es el valor (costo) de cada una de las actividades?
   e. ¿Cuántas personas participan en cada actividad?
   f. ¿Qué nombre reciben los empleos que se utilizan en cada actividad? Ejemplo: sembrador, ordeñador.
   g. ¿Cuántas personas aproximadamente se benefician directa e indirectamente con la producción y comercialización del producto analizado?
   h. ¿Qué beneficios trae a la comunidad la producción y comercialización del producto analizado?
   i. ¿Qué tipo de empresas del municipio/territorio se relacionan con el proceso productivo del producto analizado?
   j. ¿Qué tanto influye el producto en la economía del municipio?
   k. De acuerdo al proceso de producción y comercialización, ¿Existe una distribución equitativa de los beneficios del producto?
4. Comparta el resultado de la actividad con otros compañeros, unifiquen y presenten al instructor.

Realicen las siguientes actividades en grupos colaborativos a partir de los productos y/o servicios con potencial OVOP identificados y trabajados en la Guía 1- Descubrimiento de Tesoros.

5. Elaboren un gráfico de los pasos necesarios (Eslabones) para realizar el proceso productivo del o los productos y/o servicios con potencial OVOP. Puede guiarse con el estilo de la Figura 1 e incluir imágenes para una mejor compresión. Tenga en cuenta que éstos pasos hacen referencia a los Eslabones de la Tabla 2.

Figura 1
Ejemplo diagrama de bloques



6. Identifique las tareas específicas para realizar cada paso descrito en el gráfico anterior (Subproceso) y hagan una lista de ellas en la columna *Actividad* de la Tabla 2, agrupándolas por eslabón. También incluya el tiempo que considere se requiere para realizar cada una de ellas.

Tabla 2

*Cadena de valor – * (Pestaña de la Ficha de Análisis Cadena de Valor)*

Eslabón	Actividad	Tiempo	Costo	Sector económico	Nº de beneficiarios	Caracterización de beneficiarios	Oferta potencial
Producción							
Marketing							

7. Escriban el valor que paga por el desarrollo de cada una de estas actividades en la columna *Costo* de la Tabla 2, tenga en cuenta no dejar celdas vacías en esta columna.

Identifiquen, con ayuda del instructor, el sector económico con el que se relaciona cada actividad del producto o servicio que está analizando y llévela a la columna correspondiente de la Tabla 2.

Estimen el número de beneficiarios de cada actividad, estos son los trabajadores (operarios, empleados, productores, etc.) que perciben directamente el ingreso (jornal, salario) pagado en cada actividad, llévela a la columna correspondiente de la Tabla 2.

Determine las características de las personas que realizan cada actividad del producto o servicio y diligencie la columna Caracterización de los beneficiarios en la Tabla 2.

Escriban la Oferta potencial de personas que pueden desarrollar la actividad dentro del territorio y llévelo a la columna correspondiente en la Tabla 2.

8. Hagan un dibujo para explicar el proceso productivo y comercial, utilicen carteleras para socializar con sus otros compañeros de clase.
9. Diligencien la pestaña *Cadena de valor* del documento de Excel Anexo 4 *Ficha de Análisis Cadena de Valor* con la información descrita en la Tabla 2.
10. Programen con su instructor y el grupo de trabajo, una salida de campo (investigación) donde validen la información solicitada en la pestaña Cadena de Valor del documento Excel. Realicen los ajustes correspondientes y presenten al instructor.

Evidencia: *Cadena de Valor para el producto o servicio con potencial OVOP* diligenciada, Anexo 3, Anexo 4.

Tiempo requerido: 12 horas

Ambiente Requerido: aula convencional.

Materiales: sonido, proyector, computador, conexión a internet, guía de aprendizaje, hojas de papel Bond, Anexo 3

Actividad de Aprendizaje 3: Reconocer el impacto económico del producto con potencial OVOP a partir de la de la representatividad, el Número de beneficiarios potenciales y la Distribución de los beneficios en el territorio.

1. Retomen los sectores económicos que incluyeron en la Tabla 2 para cada producto con potencial OVOP que vienen trabajando.
2. Recolecten la información que se muestra en la Tabla 3 para las *Actividades Comerciales, de Servicios, de Producción Agrícola y/o Pecuaria del Municipio.*

Tabla 3

Pestaña Actividades económicas del territorio (Anexo 4)

DENOMINACIÓN/ CULTIVO	VALOR ACTIVOS	# EMPRESAS	SECTOR IMPACTO
Incluya el listado de negocios que se encuentran en el territorio	Incluya aquí en valor total aproximado de los activos de cada tipo establecimiento que existen en el territorio.	Se refiere a la cantidad de establecimientos, de cada tipo, que	Identifique el sector económico al cual pertenece cada negocio del territorio a partir del listado de *Actividades económicas CIIU*

		existen en el territorio.	*(pestaña Info Base columna C)* e inclúyalo aquí.

3. Registren la información en el archivo de Excel, Anexo 4 *Ficha de Análisis Cadena de Valor*, pestaña Actividades económicas del territorio. Tengan en cuenta no modificar las fórmulas del libro.
4. Vayan nuevamente a la herramienta del Anexo 4 *Ficha de Análisis Cadena de Valor*, en la pestaña *INFO BASE*. y con el apoyo de su instructor revise la información cargada. La hoja procesará internamente los datos y les permitirá obtener la valoración de las siguientes variables:
   - ✓ Impacto económico municipal
   - ✓ Número de beneficiarios potenciales
   - ✓ Distribución de los beneficios
5. Procedan a interpretar los valores generados en la pestaña *RESUMEN CV* del Anexo 4 *Ficha de Análisis Cadena de Valor*, apóyense en el instructor para lograr un mayor análisis. La Figura 2 muestra un ejemplo de la pestaña en mención, recuerde que los datos y la figura varían según la información que se ha ingresado en cada sección.

Figura 2

Ejemplo pestaña RESUMEN CV



PRODUCTO:	Artesanía enchapada en hoja c	
Asunto de Evaluacion	RESULTADO	
1 Impacto económico municipal	La comercialización colectiva del producto generá un impacto económico MUY ALTO en el territorio ya que su cadena de valor se relaciona de directamente con la composición sectorial el municipio.	4
2 Número de beneficiarios potenciales	La cadena de valor del producto tiene pocas posibilidad de involucrar nuevas personas del territorio.	4
3 Distribución de los beneficios	La distribución de los beneficios de la cadena de valor del producto es muy inequitativa entre sus involucrados	3

6. Contesten las siguientes preguntas, que le permitirán una mejor interpretación:
   a. ¿Cómo se relaciona el producto y/o servicios potenciales OVOP con la economía del municipio?
   b. ¿Qué tanto podría influir el producto en mejorar la economía del municipio?
   c. ¿Cuántas empresas y/o personas (aproximadamente) podrían verse beneficiadas directa e indirectamente por la comercialización del producto potencial OVOP? Es decir, ¿cuántas personas o empresas, pueden hacer parte de la cadena de valor del producto?
   d. ¿Cuánto tiempo (en horas) se requiere para realizar cada actividad según el proceso de producción?

e. De acuerdo al proceso de producción y comercialización, ¿se puede considerar equitativa la distribución de los beneficios del producto?
f. ¿En qué punto del proceso productivo o de prestación del servicio (cadena de valor), existen "fugas" de beneficios (actividades que representa beneficio para agente externo)
g. ¿En qué punto de la cadena de valor hay un beneficio muy superior o muy inferior a los otros?
h. ¿Cómo se podrían mejorar esos desbalances en la distribución de los beneficios?

7. Diligencien la celda *Análisis del evaluador*, de la pestaña RESUMEN CV, con la interpretación que lograron de los resultados allí incluidos y las anteriores preguntas. Puede guiarse por el siguiente ejemplo:

> En el gráfico se puede observar que el **"El impacto económico y el número de beneficiarios"** que generaría el producto OVOP–A en el territorio, es alto debido a las posibilidades de una buena comercialización y su alta relación con las demás actividades del municipio además porque tiene altas posibilidades de vincular a muchas personas o generar empleos en la comunidad. Se debe mejorar la distribución de los beneficios entre los participantes de la cadena de valor

8. Socialicen con sus compañeros el impacto del producto OVOP seleccionado, en la economía de su territorio hacia el desarrollo local y argumente.

Evidencia: *Análisis del impacto económico para el producto o servicio con potencial OVOP*.

Tiempo requerido: 12 horas

Ambiente Requerido: aula convencional.

Materiales: sonido, proyector, computador, conexión a internet, guía de aprendizaje, hojas de papel Bond, Anexo 3, Anexo 4.

Actividad de Aprendizaje 4: Evaluar los recursos con perfil OVOP a partir de las variables de Posicionamiento del producto, Potencial en el mercado y Oportunidad de crecimiento y los principios del enfoque Mi pueblo, Mi producto, Mi orgullo.

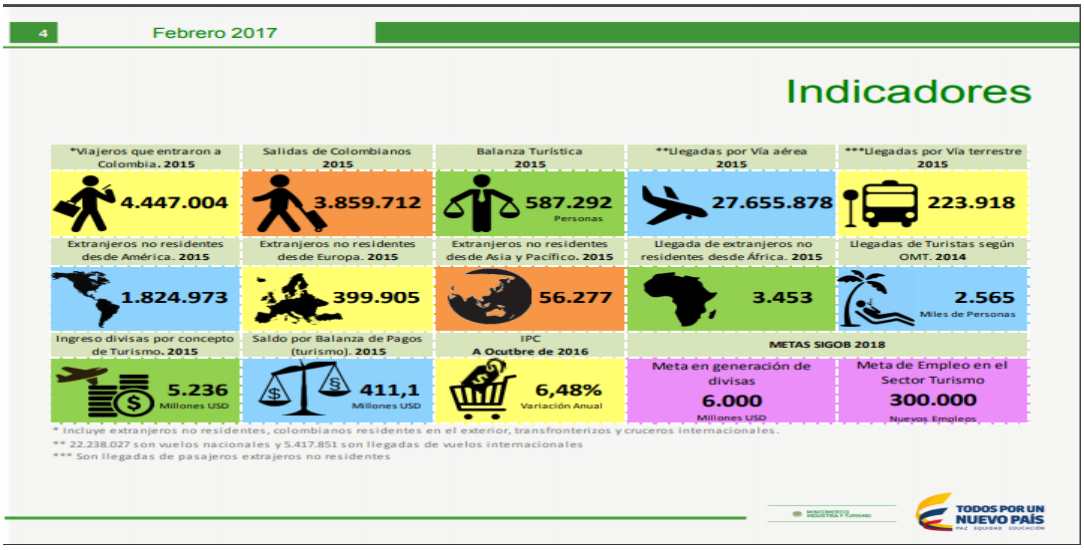
1. Observe la Figura 3 *Indicadores del turismo 2017* y desarrolle lo siguiente:
   a. Seleccione 2 datos que le llamen la atención
   b. Diseñe las preguntas que crea se necesitan para obtener la información de cada indicador.
   c. Pida a 5 de sus compañeros que respondas las preguntas que diseñó.

d. Construya una tabla donde condense los resultados obtenidos.

e. Elabore el o los gráficos que le permitan comparar los resultados obtenidos.

Figura 3

Indicadores del turismo 2017



Nota: *Adaptado de Boletín mensual de Turismo* febrero de 2017 por Oficina de Estudios económicos-MinCIT [Diapositiva Pdf] http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/boletin-mensual-turismo-febrero-2017.pdf

Presente a su instructor y reciba realimentación.

2. Participen de la explicación que el instructor dará sobre investigación cualitativa, métodos y técnicas, sondeo exploratorio, focus group, entrevistas y otras técnicas.
3. Elabore la siguiente matriz con base en la información suministrada por el instructor.

Figura 4

Resumen técnicas de investigación



4. Evalúen el reconocimiento u orgullo, el potencial y las oportunidades, que cada uno de estos recursos OVOP tienen entre la comunidad (variables), para ello realicen los siguientes pasos:

a. Seleccione entre 20 y 50 miembros de la comunidad (productores y compradores) que tengan relación con los procesos de producción, comercialización de los recursos y/o prestación del servicio preseleccionado como OVOP.
b. Organicen reuniones con grupos pequeños o entrevistas individuales con las personas elegidas para recolectar la información sobre las variables de Posicionamiento del producto, Potencial en el mercado y Oportunidad de crecimiento con los cuestionarios que se muestran en las Tablas 4, 5 y 6.
c. Tabule los resultados de las encuestas y la información recolectada en la pestaña Encuestas-producto, del 4 *Ficha de Análisis Cadena de Valor*. En éste ingrese la cantidad de respuestas que tuvo por cada pregunta y cada ítem, la tabla está formulada y realizará las operaciones correspondientes.

Tabla 4

Encuesta Posicionamiento del producto

¿Cuál es el POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO dentro de los habitantes del municipio-territorio?				
Descriptor	**Nada**	**Poco**	**Algo**	**Mucho**
¿Usted conoce el producto XYZ?				
¿Se siente orgulloso del producto XYZ, como un producto del municipio?				
¿Qué tanto representa el producto XYZ a la comunidad de este municipio?				
¿Qué tanto recomienda usted el producto XYZ a otras personas dentro y fuera del municipio ?				

5. Responda las siguientes preguntas a partir de la información recolectada:
   a. ¿Cuál es potencial en el mercado?
   b. ¿Qué oportunidad de crecimiento en el mercado, tienen los recursos OVOP preseleccionados?
   c. Facilidad (o costo) de comenzar a comercializar.

Tabla 5

Encuesta Potencial del Mercado

¿Cuál es el POTENCIAL DEL MERCADO del producto OVOP-X?				
Pregunta	**Nada**	**Poco**	**Algo**	**Mucho**
¿El producto XYZ ya se está vendiendo en el territorio?				

¿Hay empresarios interesados en vender el producto XYZ?				
¿Existen posibles clientes en mercados fuera del territorio (capital, otros departamentos)?				
¿El producto XYZ tiene ventajas que le permitan competir en el mercado?				
¿Es posible construir una red de distribuidores aliados?				
Otras preguntas				

Tabla 6

Encuesta Oportunidad de Crecimiento

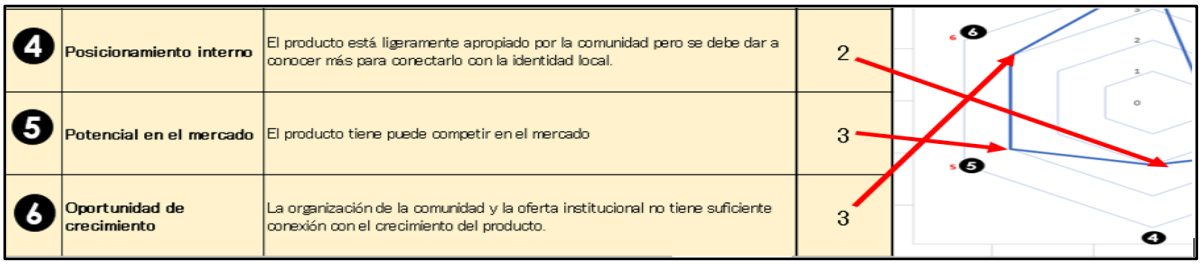
OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO				
Pregunta	**Nada**	**Poco**	**Algo**	**Mucho**
¿Existe la capacidad (tierras, máquinas, etc.) para producir- prestar el bien XYZ?				
¿Existen personas en el grupo o territorio con el conocimiento técnico para transformar-prestar el producto-servicio XYZ?				
¿Hay dinero para financiar la iniciativa y ponerla en marcha?				
¿Existe la posibilidad inmediata de obtener recursos financieros para empezar?				
¿Hay interés de entidades públicas u ONG, en apoyar la iniciativa del P/S XYZ?				
¿Existe el marco jurídico y legal para respaldar la iniciativa?				
¿El producto o servicios XYZ requiere de permisos especiales y hay la facilidad para obtener esos permisos o licencias?				

Los valores obtenidos para cada pregunta de las variables descritas en las tablas anteriores, se calculan automáticamente en la pestaña "*INVESTIGACIÓN*" de Anexo 4 *Ficha Análisis Cadena de Valor*. Revíselas.

6. Consulten nuevamente el resultado en la pestaña "Resumen CV" y procedan a interpretar los valores entregados por el Excel, apóyense en el instructor para lograr un mayor análisis. En la Figura 5 se muestra el ejemplo de un resultado generado por el Excel y posteriormente su correspondiente interpretación.

Figura 5

Ejemplo resultados Cadena de Valor



4	**Posicionamiento interno**	El producto está ligeramente apropiado por la comunidad pero se debe dar a conocer más para conectarlo con la identidad local.	2
5	**Potencial en el mercado**	El producto tiene puede competir en el mercado	3
6	**Oportunidad de crecimiento**	La organización de la comunidad y la oferta institucional no tiene suficiente conexión con el crecimiento del producto.	3

Ejemplo de Interpretación

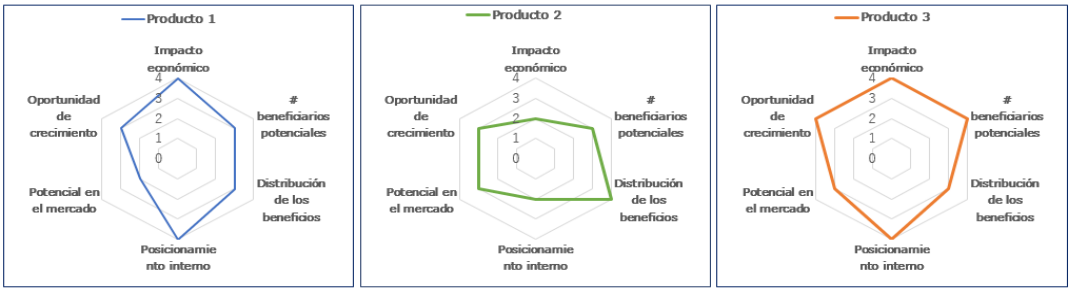
En el gráfico se puede observar que el **Posicionamiento y la Oportunidades de crecimiento** del producto OVOP–A es medio o ligeramente reconocido por la comunidad.

Por el contrario, se pude observar o concluir que el producto OVOP – A, tiene buenas posibilidades de competir en el mercado.

7. Socialice con sus compañeros el impacto del producto seleccionado, en la economía de su territorio hacia el desarrollo local y argumente.
8. Reúnan los resultados del análisis de la cadena de valor de todos los productos con potencial OVOP que están trabajando y hagan una comparación de las gráficas y su interpretación, como se muestra en la Figura 6.

Figura 6

Ejemplo comparativo de productos con potencial OVOP



9. Presenten el resultado a la comunidad para que ellos analicen cuál es el producto que tiene el mayor impacto en el territorio.

Evidencia**:** *Cuadro Comparativo del impacto en el territorio, de los productos OVOP preseleccionados.*

Tiempo requerido: 10 horas

Ambiente Requerido: aula convencional.

Materiales: sonido, proyector, computador, conexión a internet, guía de aprendizaje, hojas de papel Bond, Anexo 4.

Actividad de Aprendizaje 5: Establecer el Modelo de Negocio Colectivo de acuerdo con las características del mercado y el producto OVOP.

1. Participen de la explicación que el instructor dará sobre los siguientes temas:
   - ✓ Misión empresarial: concepto, elementos.
   - ✓ Visión: concepto, elementos.
   - ✓ Modelos de negocio: Picto, Negocio colectivo; concepto, prototipos. Anexo 5 *Modelo de Negocio Colectivo.*
   - ✓ Propuesta de valor: concepto, elementos del enfoque mi pueblo, mi producto, mi orgullo.
   - ✓ Principios de mercadeo, elementos del mercadeo (5P), tipos de mercados.
   - ✓ Segmento de mercado: concepto, tipos de segmentación.
   - ✓ Canales de distribución: concepto, funciones, fases, tipos, características.
   - ✓ Comunicación y publicidad del enfoque OVOP Mi pueblo, Mi producto, Mi orgullo
   - ✓ Marca: concepto, elementos, proceso de construcción de marca de producto, importancia de la marca en los productos, Marca Territorial.
   - ✓ Competencia del mercado: concepto, condiciones.
   - ✓ Plan de gestión a mediano plazo: concepto, importancia, elementos.
2. Observe el vídeo *Elementos del Marketing*, disponible en YouTube https://youtu.be/0kNMJOOE028

Desarrollen, en grupo de trabajo colaborativo, las siguientes actividades a partir de las explicaciones sobre mercadeo y el concepto de creación de valor.

a. Identifiquen los elementos del mercadeo aplicables a la iniciativa OVOP.

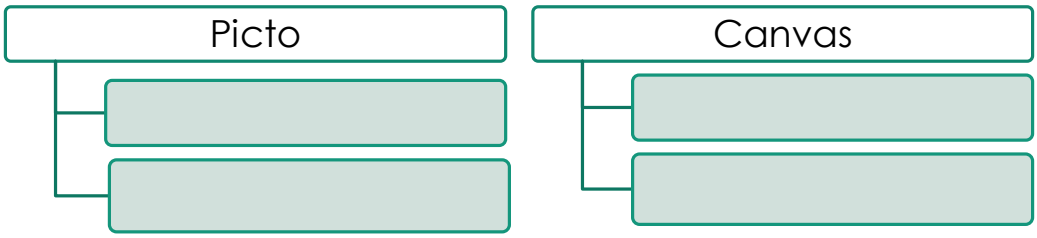
b. Grafiquen los elementos identificados en el paso anterior, utilizando la metodología Picto, para cada uno de los productos OVOP seleccionados por la iniciativa del territorio.

3. Vean el video *Modelo de negocio LEAN CANVAS explicado PASO A PASO en 6 minutos,* disponible en YouTube: https://youtu.be/ZQgXyiomYY

4. Elaboren un mapa de ideas para mostrar las características de los modelos Picto y Canvas, empleando la Figura 7. Socialicen con los demás grupos.

Figura 7

Características modelos de negocio



5. Seleccione, entre Picto y Canva, el modelo de negocio que mejor se adapta para el producto OVOP seleccionado por la iniciativa del territorio.

6. Lean y analicen la Tabla 7

Tabla 7

Mecanismos de formalización

Tipo de Organizaciones	Características
Entidades sin ánimo de lucro (ESAL)	Son personas jurídicas que no tienen la intención de obtener ganancias económicas por la prestación de sus servicios que son brindados a las comunidades más necesitadas
Fundación	Son personas jurídicas sin ánimo de lucro que nacen con el fin de otorgarle a la sociedad bienes o servicios con carácter benéfico y solidario
Corporación	La corporación es una reunión de personas que tienen una característica en común y que busca beneficiarse a ella misma y a sus miembros
Asociación	Son personas jurídicas sin ánimo de lucro que tienen unos objetivos colectivos, responsabilidades y obligaciones y establecen una junta directiva en dónde sus miembros pueden entrar y salir democráticamente
Entidad del sector solidario	Son personas jurídicas sin ánimo de lucro que buscan aportar al beneficio social teniendo en cuenta las familias y el bienestar de sus miembros asociados
Cooperativa	Es una entidad del sector solidario en donde sus aportantes son los mismos trabajadores que se encargan de fortalecerla económicamente para su beneficio colectivo

7. Seleccionen el mecanismo de formalización que mejor se adapta a la iniciativa del territorio. Justifiquen a partir de las características de cada tipo de organización y teniendo en cuenta la importancia de la legalidad desde la perspectiva:
   - ✓ Comercial.
   - ✓ Competitiva.
   - ✓ De relación con el gobierno.
   - ✓ De los beneficios económicos que se pueden obtener.
8. Preparen en grupo, una propuesta de Modelo de Negocio para Mi Producto OVOP que contenga los siguientes elementos:
   - ✓ La propuesta de valor
   - ✓ Los segmentos de mercado seleccionados para Mi Producto.
   - ✓ Los canales de distribución de Mi Producto.
   - ✓ El precio estimado para Mi Producto
   - ✓ Los tipos y formas de comunicación para los productos bajo el enfoque OVOP.
9. Presente su propuesta al grupo y elijan la que se adapte mejor a la iniciativa OVOP y al territorio. De no lograr un consenso, pueden adaptar una nueva a partir de las presentadas por todos los grupos.

Evidencia: *Propuesta de valor para el producto OVOP*

Tiempo requerido: 10 horas

Ambiente Requerido: aula convencional.

Materiales: sonido, proyector, computador, conexión a internet, guía de aprendizaje, hojas de papel Bond.

Actividad de Aprendizaje 6: Proponer una marca para el producto OVOP con base en la identidad del territorio.

1. Observe con atención el video *TUTORIAL: ¿Cómo crear tu marca?*, disponible en https://youtu.be/EmScdc4w7oM
2. Lean en grupo los siguientes documentos y consulten a su instructor los términos que no sean claros:

A bordo de una invasión: La guía básica para la creación de marca, de Blog. Disponible en https://rockcontent.com/es/blog/como-crear-una-marca/

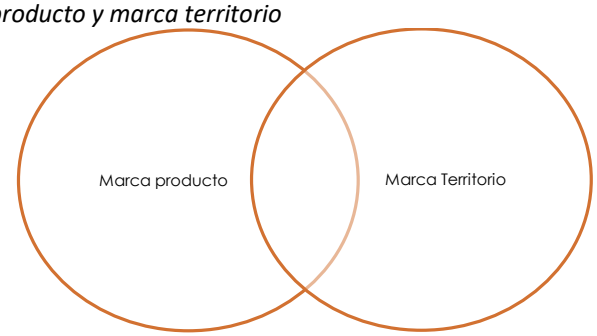
Branding El paso a paso para construir marcas inolvidables, de DOPPLER. Disponible en https://www.fromdoppler.com/resources/ebooks/ebook-branding.pdf

PASOS ESENCIALES PARA CONSTRUIR UNA MARCA VALIOSA, de Vargas Mauricio. Disponible en http://cdn2.hubspot.net/hub/238441/file-22564717-pdf/docs/estrategia-de-branding.pdf

3. Elaboren un mapa de ideas para representar los pasos para crear una marca y socialicen con el grupo.
4. Participen de la explicación del instructor sobre el concepto de la Marca Territorial a partir del enfoque OVOP Mi pueblo, Mi producto, Mi orgullo.
5. Vean el video *Cómo crear una marca de territorio exitosa / Miguel Jaramillo Luján*, disponible en YouTube https://youtu.be/5pIwLTds4R8

Identifiquen las diferencias y la relación que existe entre la marca del producto y la marca territorial y consígnela en la matriz de la *Figura 8*.

Figura 8.
Diagrama de ven marca producto y marca territorio



6. Preparen con el mismo grupo, una propuesta de la marca para el Producto OVOP elegido, teniendo cuenta la identidad del territorio (valores, orgullos, cultura, etc.)

Socialicen la marca creada con sus compañeros de clase de manera creativa.

Evidencia: Propuesta de la marca para el producto OVOP

Tiempo requerido: 5 horas

Ambiente Requerido: aula convencional.

Materiales: sonido, proyector, computador, conexión a internet, guía de aprendizaje, hojas de papel Bond.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
1. **Evidencias de Desempeño:** *Cadena de Valor para el producto o servicio con potencial OVOP.*	Estructura la cadena de valor de cada producto potencial en el territorio teniendo en cuenta el enfoque Mi pueblo, Mi producto, Mi orgullo.	Observación directa/ Lista de cotejo
2. **Evidencias de Desempeño:** *Análisis del impacto económico para el producto o servicio con potencial OVOP.*	Sustenta la selección del producto con base en su impacto socioeconómico y la identidad del territorio.	Observación directa/ Lista de cotejo
3. **Evidencia de Producto:** *Cuadro Comparativo del impacto en el territorio, de los productos OVOP preseleccionados.*	Sustenta la selección del producto con base en su impacto socioeconómico y la identidad del territorio.	Observación directa/ Lista de cotejo
4. **Evidencias de Producto:** *Propuesta de valor para el producto OVOP*	Establece la estrategia de gestión del negocio colectivo con base en el enfoque mi pueblo, mi producto, mi orgullo. Construye propuesta de valor de acuerdo con las características de mi producto y la identidad del territorio.	Observación directa/ Lista de cotejo

	Define segmento de mercado para el negocio a partir de la propuesta de valor y la identidad del territorio con enfoque mi pueblo, mi producto, mi orgullo. Selecciona canales de distribución según la función frente al segmento definido y la propuesta de valor. Presenta el modelo de negocio colectivo de acuerdo con el enfoque mi pueblo, mi producto, mi orgullo.	
5. **Evidencias de Producto:** Propuesta de la marca para el producto OVOP	Presenta la marca de mi producto teniendo cuenta la identidad del territorio	Observación directa/ Lista de cotejo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cadena de valor: describe la gama de actividades que se requiere para llevar un producto o servicio desde su concepción, pasado por las fases intermedias de la producción y la entrega hasta los consumidores y su disposición final después de su uso. Esto incluye actividades tales como el diseño, la producción, la comercialización, la distribución y los servicios de apoyo hasta llegar al consumidor final (OVOP-SENA, 2020, p. 6).

Economía Sana: se refiere a un modelo económico local donde exista un empoderamiento de la comunidad hacia la creación de valor, la innovación y el mejoramiento continuo con el fin de superar dificultades estructurales de su economía local para el aumento de la competitividad territorial y la calidad de vida de sus habitantes (OVOP-SENA, 2020, p. 9).

La idea de expresar un modelo de negocio colectivo en PICTO es generar una construcción participativa, comprensiva y simple de la forma en la que se puede gestionar “Mi Producto” OVOP a través del trabajo colaborativo (OVOP-SENA, 2020, p. 13).

Marca territorial: se puede expresar de diferentes maneras, pero en esta guía, se definen como marcas las que constan de los siguientes dos componentes: Imagen de territorio, que es la marca de toda la región; Productos y servicios locales, utilizando recursos locales (OVOP-SENA, 2020, p. 6).

Modelo CANVAS: es una forma de expresar un modelo de negocios de manera gráfica. Sin embargo, a diferencia de PICTO, este modelo no es tan flexible ya que tiene una estructura de nueve módulos básicos que reflejan la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructuras y viabilidad económica.

Negocio colectivo: es un sistema de integración capaz de reunir a varios individuos, unidades familiares y/u organizaciones en torno a un emprendimiento colectivo, con un producto común, con el fin de juntar recursos, potencialidades, talentos y capacidades para obtener la ampliación de resultados. Busca promover en la comunidad habilidades que le permitan fortalecer su capacidad y amplíen su visión, al tiempo que promueven el valor intrínseco y único de su producto a partir del marketing (OVOP-SENA, 2020, p. 5).

Para los fines del enfoque OVOP, se plantea el modelo Lean Canvas el cual es una adaptación de este modelo a una estructuración más sencilla pero que, a su vez, permiten construir un modelo de negocio más completo que el que se puede obtener a través del modelo PICTO (OVOP-SENA, 2020, p. 21).

PICTO: La palabra PICTO viene de Pictograma que es una ilustración o icono elemental que representa figurativamente un objeto o un significado y que debe ser comprendido por cualquier persona independientemente de su idioma. A través de PICTO se pueden expresar los modelos de negocio de manera sencilla de tal forma que puedan ser comprendidos por cualquier persona de la comunidad.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Aprendiz Financiero. (9 de julio de 2019). Modelo de negocio LEAN CANVAS explicado PASO A PASO en 6 minutos [Archivo de Vídeo]. YouTube. https://youtu.be/ZQgXyiomYY

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas (s.f.) *Estudio económico de Aguadas -Ficha Municipal de Aguadas- Caldas.* http://www.ccmpc.org.co/ccm/contenidos/298/Ficha_municipal_Aguadas.pdf

DANNA SIERRA. (29 de mayo de 2016). *Proceso del café paso a paso* [Archivo de Vídeo]. YouTube. https://youtu.be/nAqSeHbEI5I

DOPPLER. (s.f.). *Branding El paso a paso para construir marcas inolvidables*. https://www.fromdoppler.com/resources/ebooks/ebook-branding.pdf

Giraldo Valentina (28 de agosto de 2016). A bordo de una invasión: La guía básica para la creación de marca, *blog*. https://rockcontent.com/es/blog/como-crear-una-marca/

Los de enmente. (26 de noviembre de 2014) *¿Cómo crear tu marca?* [Archivo de Vídeo]. YouTube. https://youtu.be/EmScdc4w7oM

Marketing Político y Gobierno. (31 de mayo de 2016). *Cómo crear una marca de territorio exitosa / Miguel Jaramillo Luján*. [Archivo de Vídeo]. YouTube. https://youtu.be/5pIwLTds4R8

SENA-OVOP. (2020). Guía para el estudio de Cadena de Valor Simple y selección de Mi Producto OVOP. *Estrategia de desarrollo local incluyente OVOP Colombia - Documento metodológico #04*. Versión 2. Colombia.

SENA-OVOP. (2020). Guía de Modelo de Negocio para la gestión de Mi producto. Estrategia de desarrollo local incluyente OVOP Colombia - Documento metodológico #07. Versión 2 Colombia

Vargas Mauricio. *(s.f.). PASOS ESENCIALES PARA CONSTRUIR UNA MARCA VALIOSA*. Giraffeideas.com http://cdn2.hubspot.net/hub/238441/file-22564717-pdf/docs/estrategia-de-branding.pdf

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**
Autor (es)	José Efrén Franco Arias	Instructor	Centro de La industria, La Empresa y los Servicios - Regional Huila	**1 de octubre de 2020**
Autor (es)	Edna Paola Osorio Muñoz	Instructora	Centro de Comercio y Servicios – Regional Tolima	**1 de octubre de 2020**

Autor (es)	Martha Isabel Rincón Báez	Instructora-Asesora Metodológica	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos – Regional Distrito Capital	
Aprobó	Zezé Amaya Perea	Dinamizador Sectorial	Grupo de Gestión Curricular - Dirección de Formación Profesional	**1 de octubre de 2020**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**
Autor (es)					