



DNP Departamento
Nacional
de Planeación



Agencia de Cooperación
Internacional del Japón

Estrategia de desarrollo local incluyente OVOP Colombia
Documento metodológico #02

Guía para estudio de cadena de valor simple y consideración de “Mi Producto” OVOP

Febrero 2018



**ÍNDICE GUÍA PARA ESTUDIO DE CADENA DE VALOR SIMPLE
Y CONSIDERACIÓN DE “MI PRODUCTO” OVOP**

1.	Introducción	1
2.	Objetivo de la guía	1
3.	Conceptos de Referencia	1
3.1	Conocimientos socioeconómicos básicos sobre desarrollo local	1
3.2	Efecto económico múltiple	4
4.	Asuntos preliminares	8
4.1	Tasa de oficios del municipio	8
4.2	Información sobre la población	9
4.3	Relación de efectos económicos entre sectores.....	10
5.	Análisis de la cadena de valor simple.....	10
5.1	Eficiencia en el impacto económico municipal	13
5.2	Número de beneficiarios.....	14
5.3	Distribución de beneficios.....	16
6.	Otros análisis para evaluación de candidatos a “Mi Producto”	18
6.1	Sondeo interno.....	18
6.2	Entrevista con productores/compradores.....	19
6.3	Entrevista con otros actores locales	20
7.	Presentación y socialización de resultados.....	20
8.	Pasos siguientes de “Mi Producto” OVOP.....	21
8.1	Recomendaciones para Plan de Acción	22
8.2	Aprendizajes finales	23

Tabla de imágenes

Imagen 1 – Índice de GINI en Sudamérica	2
Imagen 2 – Tasa de Pobreza en Sudamérica (2008 Banco Mundial)	2
Imagen 3 - Comparación del índice de pobreza entre ciudades.....	3
Imagen 4 - Comparación de generación de valor agregado per cápita	3
Imagen 5 - Dependencia de Colombia al comercio exterior.....	4
Imagen 6 - Ejemplo de efecto económico múltiple	5
Imagen 7 – Ejemplo de comparación de sociedades en relación a la desigualdad	6
Imagen 8 - Ejemplo de Tuchin: Un Producto beneficia ampliamente al territorio.....	7
Imagen 9 - Ejemplo de negocio colectivo Paipa-Sotaquirá.....	8
Imagen 10 - Ejemplo de ficha municipal de DNP.....	9
Imagen 11 - Información de tasa de oficios cargada en la herramienta de Excel	9
Imagen 12 - Matriz de coeficiente inversa OECD.....	10
Imagen 13 - Ejemplo de elaboración de cadena de valor simple	12
Imagen 14 - Ejemplo gráfico de cadena de valor.....	13
Imagen 15 - Comparación de eficiencia del producto como herramienta en el impacto económico de diferentes municipios.....	14
Imagen 16 - Estructura de beneficiarios potenciales de un producto.....	15
Imagen 17 – Ejemplo de evaluación del número de beneficiarios potenciales en dos municipios diferentes.....	16
Imagen 18 - Ejemplo de distribución de beneficios	17
Imagen 19 - Ejemplo de distribución de beneficios.....	17
Imagen 20- Ejemplo final de la hoja "RESUMEN"	21
Imagen 21 - Estructura de paso a paso del enfoque OVOP	22
Imagen 22 - Ejemplo de Análisis para Plan de Acción.....	22

GUÍA PARA ESTUDIO DE CADENA DE VALOR SIMPLE Y SELECCIÓN DE “MI PRODUCTO” OVOP

1. Introducción

La metodología para la implementación de OVOP en los territorios se fundamenta en una serie de pasos distribuidos en 5 grandes fases. La presente guía se centra en el paso 2.3 “Analizamos los tesoros con mayor potencial desde el marketing” ya que es muy importante seleccionar un producto amado por la comunidad que les genere orgullo a los ciudadanos porque “Mi Producto” es como una bandera de su territorio. Pero, también es importante tener en cuenta otras consideraciones basadas en principios económicos y de marketing que, si bien no garantizarán su éxito para el desarrollo local, si vislumbrará la ruta de trabajo que se debe desarrollar en el territorio para mejorar la calidad de vida de sus habitantes a través de un producto estrella.

2. Objetivo de la guía

Esta guía tiene por objetivo orientar a los facilitadores que participen en la implementación del enfoque OVOP, para la selección del “Mi Producto” que contribuya al establecimiento de una marca territorial para posicionar el municipio, dinamizar la economía local y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

3. Conceptos de Referencia

3.1 Conocimientos socioeconómicos básicos sobre desarrollo local

Es sumamente importante conocer la situación socioeconómica del territorio antes de ejecutar actividades de desarrollo local. Algunos indicadores económicos revelan la situación real de un país o de un territorio que se deben tener en cuenta para la selección de “Mi Producto”. Alguna información socioeconómica sobre Colombia para considerar, se relacionan a continuación:

- **Desigualdad entre ricos y pobres (Índice de GINI) y línea de pobreza.**

Uno de los índices más importantes para saber situación socioeconómica de cada país es índice GINI. Es un índice que muestra desigualdad entre ricos y pobres. Si el índice GINI es 0 significa “Igualdad Total” y si el índice de GINI es 1 indica que “una persona monopoliza toda la riqueza económica”. Así las cosas, siendo el índice de GINI de Colombia de 0,559 es el más alto de Sudamérica y el 11° más alto a nivel mundial, lo que quiere decir que Colombia es uno de los países más desiguales del mundo. En otros términos, significa que el 20% de los ricos ocupan aproximadamente el 60% de riqueza económica total del país.

Además de esto, Colombia también ocupa el 3° lugar en Sudamérica y el 14° en el mundo con la más alta tasa de población bajo la línea de pobreza (menos de 1.25 US\$ diario).

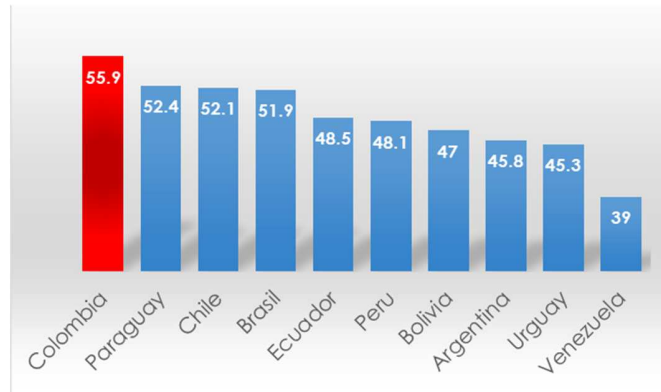


Imagen 1 – Índice de GINI en Sudamérica

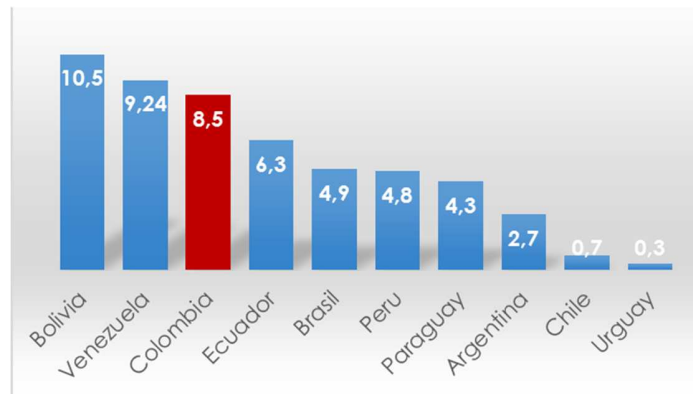


Imagen 2 – Tasa de Pobreza en Sudamérica (2008 Banco Mundial)

- **Desigualdad entre ciudades grandes y pequeñas, desplazamiento de la población rural hacia las ciudades.**

En Colombia, la desigualdad entre la zona urbana y la zona rural está aumentando. La migración desde el campo hasta la ciudad es un gran problema para la economía.

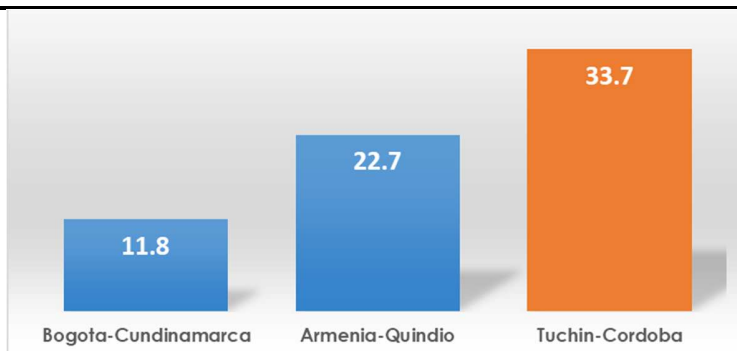


Imagen 3 - Comparación del índice de pobreza entre ciudades

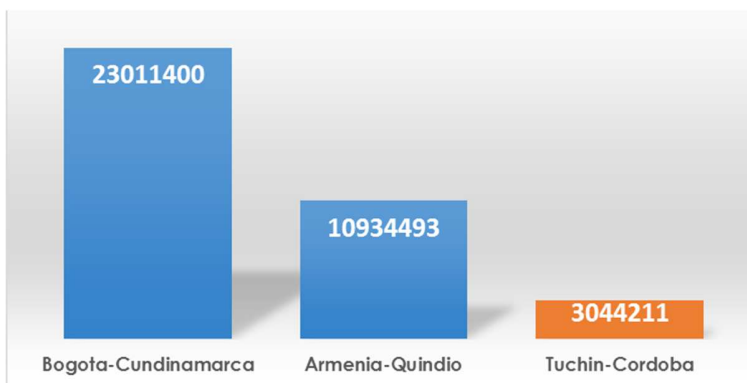


Imagen 4 - Comparación de generación de valor agregado per cápita

- **El aumento de desigualdad entre ricos y pobres afecta el desarrollo económico**

Según reporte OECD¹ en 2014 "El aumento de la desigualdad entre ricos y pobres dificulta el crecimiento económico de un país, pero mejora cuando se corrige dicha desigualdad". Así mismo, un informe de FMI² en 2016 indica que "la "distribución de la riqueza es importante en sí, porque aumentar los ingresos de los pobres tiene un efecto multiplicador que no se produce si se aumenta el ingreso de los que ya son ricos". Por lo tanto, uno de los temas más importantes es corregir la desigualdad, no solamente para el desarrollo social sino también para el desarrollo económico de los países.

- **La economía de Colombia es "demanda doméstica" (Potencia de mercado local)**

"Pensar en Global, Actuar Local" es uno de los principios de OVOP, pero muchas personas lo pueden confundir con "producir local para vender en mercado internacional", especialmente, quienes

¹ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

² Fondo Monetario Internacional

conocen los casos de éxito de OVOP en África o Asia, donde se han desarrollado productos famosos de OVOP hacia el mercado internacional. Sin embargo, los países sudamericanos como Colombia, tienen mercado doméstico con suficiente demanda. Particularmente Colombia es el segundo país más poblado después de Brasil en Sudamérica, su PIB³ per cápita es 7,826 US\$/año. Es decir, Colombia es un país grande que tiene potencialidad de mercado doméstico para vender productos locales como los de OVOP.

En los casos de las iniciativas OVOP Colombia, algunos grupos de productores municipales carecían de capacidad de producción para responder al aumento de las demandas del mercado como Queso Paipa, Cerámicas de la Chamba, Verduras de Susa o otros productos que no alcanzaban la calidad suficiente para las exigencias del mercado; por lo tanto, el mejoramiento de la producción era el tema más importante de estas iniciativas. Por esta razón es recomendable atinar primero al mercado Local, después al mercado nacional aledaño y si hay mejor capacidad de producción apuntar al mercado internacional.

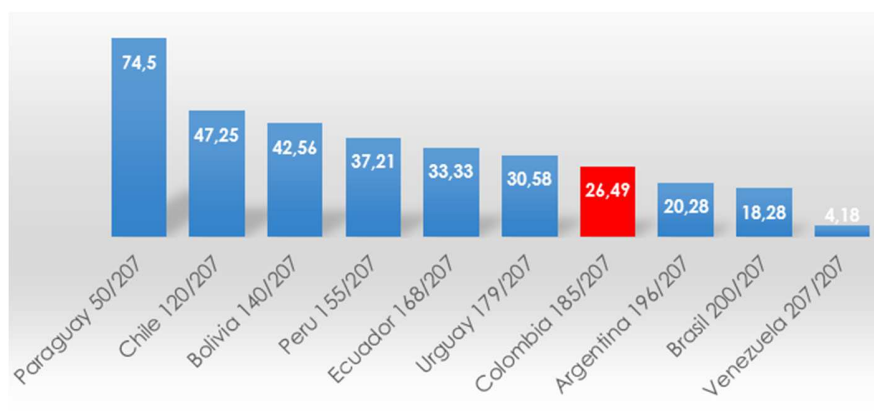


Imagen 5 - Dependencia de Colombia al comercio exterior

3.2 Efecto económico múltiple

El efecto económico múltiple muestra el efecto esperado para cada sector del municipio por la venta del producto. Para entender este concepto, a continuación se muestra un caso que muestra cómo ocurre el efecto económico múltiple a través de la producción de mermelada de Mango.

³ Producto Interno Bruto

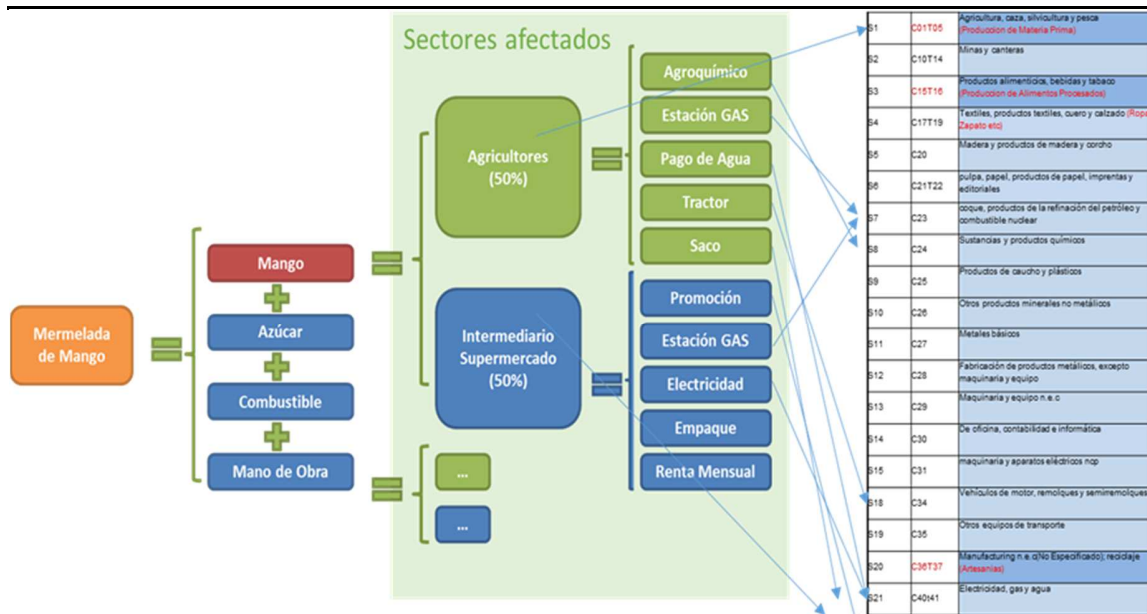


Imagen 6 - Ejemplo de efecto económico múltiple

Entendiendo este concepto, se pueden analizar los resultados de los productos evaluados para considerar sus efectos económicos múltiples sobre los diferentes sectores de la economía. Esto además permite conocer cómo al agregar valor se puede obtener mejor dinámica económica con un mismo valor de venta.

3.3 Economía sana según el enfoque OVOP

Es necesario, no solamente atraer inversión hacia el territorio, sino también distribuir ampliamente a población media y baja para activar la economía local. Así mismo, en los países con inequidad como Colombia, es necesario aumentar la transparencia y la equidad en el proceso. Desde el enfoque OVOP se recomienda ejecutar las actividades que promuevan la unión y el empoderamiento del territorio a través del beneficio equitativo de la mayoría de sus habitantes con "Mi Producto".

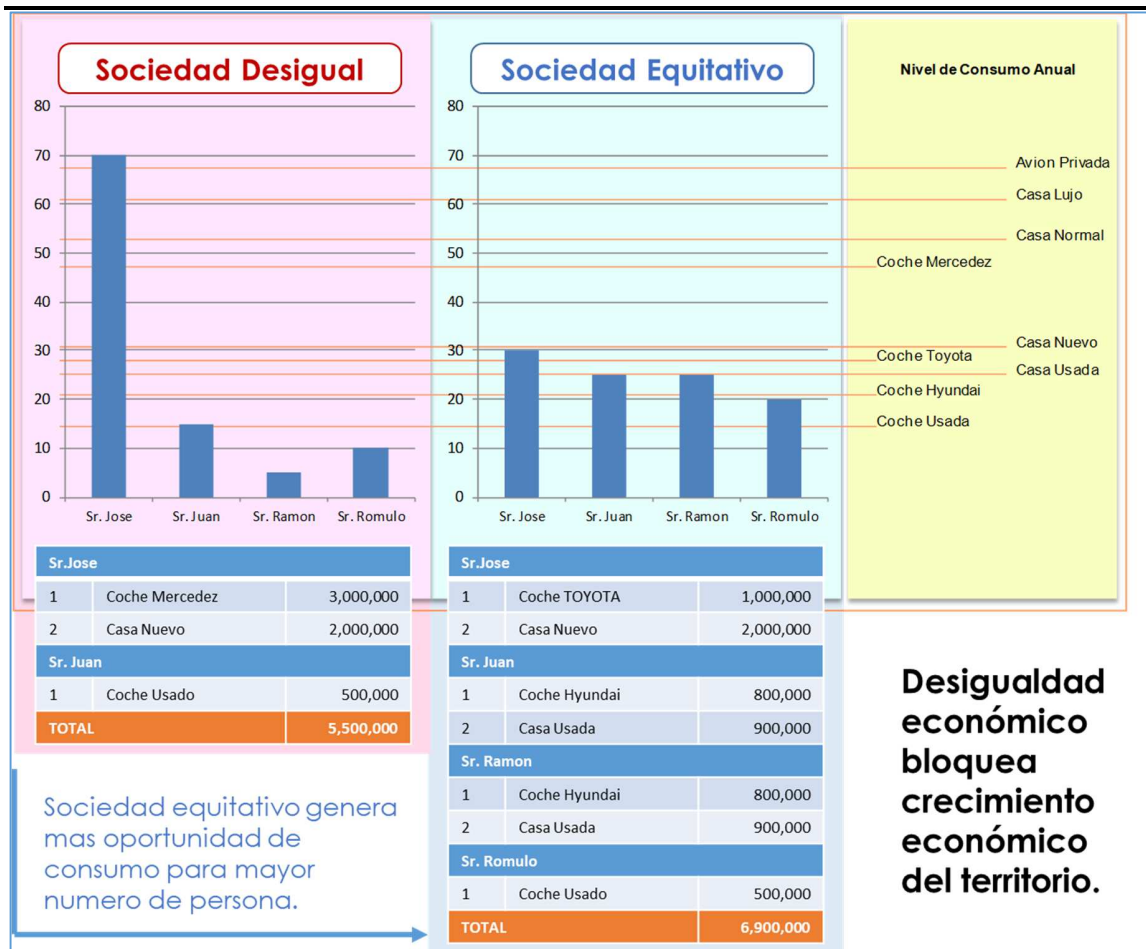


Imagen 7 – Ejemplo de comparación de sociedades en relación a la desigualdad

Pero ¿cómo se puede lograr el ideal de “economía sana”? A través de los aprendizajes de OVOP Colombia. Entendido ya que al corregir la desigualdad económica y beneficiar al mayor número de población posible, se aumenta el crecimiento total económico de territorio, surge la cuestión ¿cómo lograrlo a través de OVOP? Estos pasos concretos se explicarán más adelante en esta guía, pero veamos dos ejemplos de iniciativas en Colombia que están intentando lograr economía sana con OVOP.

3.3.1 Caso Tuchín

Tuchin (Córdoba) es un municipio ZENU con población total de 40,000 que produce Sombrero Vueltiao reconocido como símbolo nacional de Colombia. Mas del 60% de sus habitantes se dedican a la producción de artesanías de caña flecha según censo de Artesanías de Colombia, es decir, muchas personas podrían beneficiarse con el aumento de las ventas del producto artesanal. Es así como se ha ampliado el apoyo a los productores con OVOP y han formado un grupo de venta

colectiva para aumentar la venta de sus productos. Este grupo ha aprendido a mejorar su negocio a través e la participación en ferias y actividades de promoción. Así mismo, muchos Tuchineros han participado en actividades sociales para aumentar el conocimiento y amor hacia los productos de caña flecha.

En el caso de Tuchin, el producto representativo de territorio beneficia la mayoría de los habitantes, lo que quiere decir que tiene buena consideración para ser seleccionado como "Mi Producto".

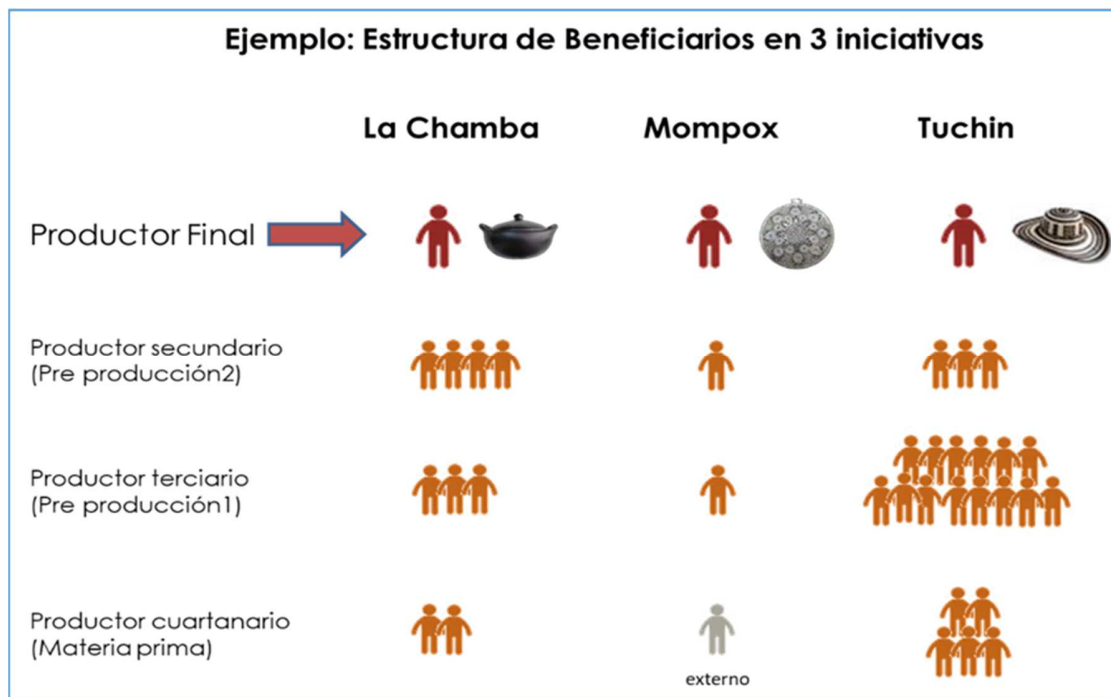


Imagen 8 - Ejemplo de Tuchin: Un Producto beneficia ampliamente al territorio

3.3.2 Caso Paipa-Sotaquirá

Paipa y Sotaquirá (Boyacá) son ciudades medianas con población ganadera reconocidas por su "Queso Paipa", un queso madurado producido en forma artesanal. Sin embargo, los productores pequeños de leche estaban cansados de la inestabilidad del precio de la leche. Algunos miembros de la iniciativa OVOP de estos municipios han conformado AGROLAC, una cooperativa de pequeños productores de leche de la zona. Comenzaron la producción y venta de queso Paipa con objetivos de 1. comprar leche a pequeños productores con los precios más altos posibles y 2. beneficiar el mayor número de productores pequeños posibles. Aunque la magnitud del negocio es aún pequeña, AGROLAC está vendiendo 150 quesos semanales y comprando leche de 56 pequeños productores de la zona a precio 35% más alto que el mercado (800pesos/litro). Han seleccionado "Mi Producto" con alto valor agregado con la intención de beneficiar más a los pequeños productores de leche en la zona. Es un buen ejemplo de producto OVOP para generar economía sana.

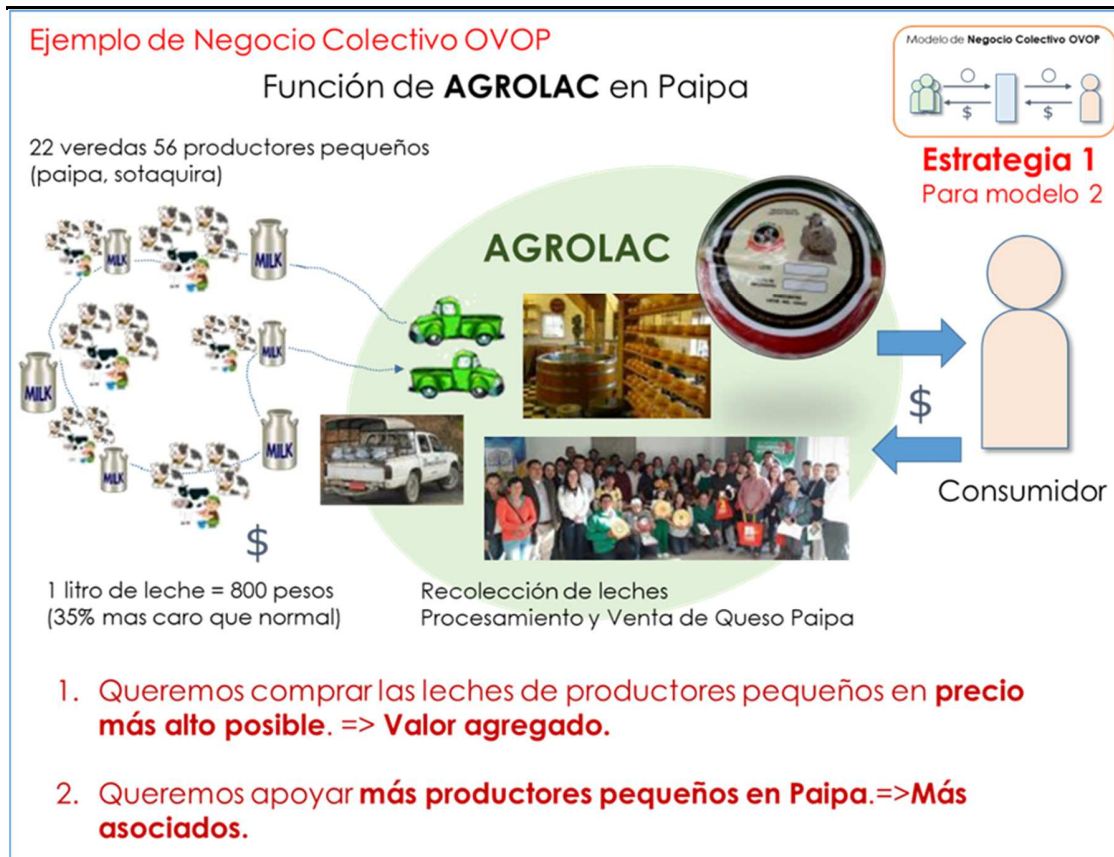


Imagen 9 - Ejemplo de negocio colectivo Paipa-Sotaquirá

4. Asuntos preliminares

En la presenta guía se anexa una herramienta de análisis en Excel denominada "CV" en la cual se deben introducir los datos e informaciones obtenidas durante el proceso. Inicialmente, para el desarrollo del análisis es necesario obtener algunos datos sobre el municipio que permiten evaluar las consideraciones que se presentarán posteriormente. Estos son:

4.1 Tasa de oficios del municipio

Para estimar cuánto beneficia a los sectores dentro del municipio y qué tanto impacto positivo a la economía municipal puede tener la comercialización de "Mi Producto", se necesita conocer la tasa de oficios del municipio; esto quiere decir, la división porcentual de los sectores en los que se ocupan los habitantes de ese territorio. Se pueden conocer datos estimados en las fichas municipales publicadas por el Departamento Nacional de Planeación (DNP) a través de la página <https://ddtspr.dnp.gov.co/fit/#/fichas>. Sin embargo, se recomienda que estos datos sean suministrados por fuentes más cercanas al territorio tal como la alcaldía municipal, la cámara de comercio o la gobernación del departamento.

[FYI] Sectores en Municipio Ejemplo de Buenavista

Análisis

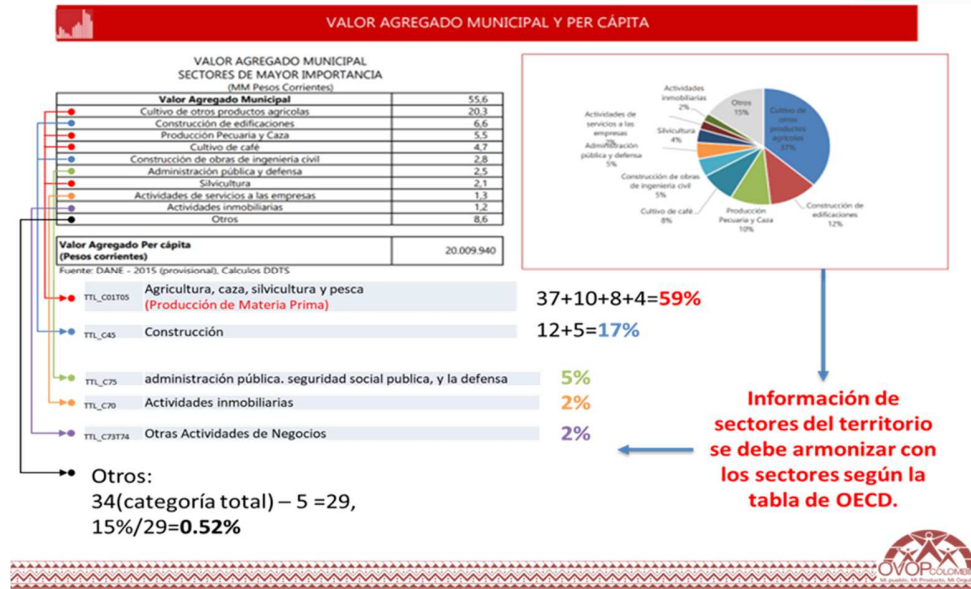


Imagen 10 - Ejemplo de ficha municipal de DNP

Esta información debe ser armonizada con los sectores de OECD como se muestra en la imagen 9 y así mismo ser incluida en la herramienta de Excel que se anexa a la presente guía, en la hoja "ANÁLISIS", celdas Q9 a Q45.

Cosideración de "MI PRODUCTO" -Efecto económico, Distribución de Beneficios, Impacto para Economía Municipal-											
OVOP COLOMBIA: Mi Pueblo, Mi Producto, Mi Orgullo Producto: "NOMBRE DEL PRODUCTO A ANALIZAR"											
Datos generales de este "Producto" en Colombia					Datos específico para Mi Municipio						
Tabla para calcular EFECTO ECONOMICO TOTAL creado por Productos y Servicios.					Distribución de Beneficios			Impacto para Economía Municipal			
DEMANDA CREADA			EFECTO ECONOMICO a Territorio		Análisis de Ingresos a los Sectores			NOMBRE DEL MUNICIPIO			
IND.código	AREA	VENTA	IND.código	AREA	EFECTO	Dinero Directo (Puntual)	Indirecto (Amplio)	Total	Tasa de Oficio	efectos x Oficio**100	
S1	C01T05	Agricultura, caza, silvicultura y pesca (Producción de Materia Prima)	0	S1	C01T05	Agricultura, caza, silvicultura y pesca (Producción de Materia Prima)	43.521	20.000	63.521	40%	4.2524
S2	C10T14	Minas y canteras	0	S2	C10T14	Minas y canteras	6.455	0	6.455	1%	0.0093
S3	C15T16	Productos alimenticios, bebidas y tabaco (Producción de Alimentos Procesados)	30.000	S3	C15T16	Productos alimenticios, bebidas y tabaco (Producción de Alimentos Procesados)	91.652	30.000	61.652	1%	0.1319
S4	C17T19	Tenidos, productos textiles, cuero y calzado (Ropa, Zapato etc)	0	S4	C17T19	Tenidos, productos textiles, cuero y calzado (Ropa, Zapato etc)	2.311	0	2.311	1%	0.0033
S5	C20	Madera y productos de madera y corcho	0	S5	C20	Madera y productos de madera y corcho	1.315	0	1.315	1%	0.0019
S6	C21T22	Pulpa, papel, productos de papel, imprentas y editoriales	0	S6	C21T22	Pulpa, papel, productos de papel, imprentas y editoriales	5.189	0	5.189	1%	0.0075
S7	C23	coque, productos de la refinación del petróleo y combustible nuclear	0	S7	C23	coque, productos de la refinación del petróleo y combustible nuclear	10.812	0	10.812	1%	0.0156
S8	C24	Sustancias y productos químicos	0	S8	C24	Sustancias y productos químicos	5.961	0	5.961	1%	0.0086
S9	C25	Productos de caucho y plásticos	0	S9	C25	Productos de caucho y plásticos	4.973	0	4.973	1%	0.0072
S10	C26	Otros productos minerales no metálicos	0	S10	C26	Otros productos minerales no metálicos	1.466	0	1.466	1%	0.0021
S11	C27	Metales básicos	0	S11	C27	Metales básicos	1.328	0	1.328	1%	0.0019

Imagen 11 - Información de tasa de oficios cargada en la herramienta de Excel

4.2 Información sobre la población

Además de este dato económico, la información demográfica del municipio es muy importante toda vez que permite dimensionar el impacto real de un producto sobre la población que allí vive. Esta

información puede ser obtenida de los Planes de Desarrollo Municipales, las proyecciones el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) u otras fuentes oficiales. Para el caso puntual de las consideraciones de las que trata esta guía, es necesario obtener dos datos demográficos concretos: 1. Población total y 2. Número de Familias. Esta información debe ser ingresada en las celdas R48 y R49 de la hoja "ANALISIS" en la herramienta de Excel.

4.3 Relación de efectos económicos entre sectores

La OECD ha desarrollado una tabla de relación de efectos económicos entre sectores llamada "Matriz de coeficiente inversa" con la cual se puede calcular el efecto múltiple de la venta de un producto. Esta tabla puede ser consultada en la página estadística de esta organización <http://stats.oecd.org/>. Sin embargo, esta información está precargada en la herramienta de Excel que se anexa a la presente guía, en la hoja "I-O Inverse Table".

Unit	Index	C01T05: Agriculture, hunting, forestry and fishing	C10T14: Mining and quarrying	C15T16: Food products and beverages and tobacco	C17T19: Textiles, leather and footwear	C20: Wood and cork products	C21T22: Paper, printing and publishing	C23: Coke, refined petroleum products and nuclear fuel	C24: Chemicals and chemical products	C25: Rubber and plastics products	C26: Other non-metallic mineral products	C27: Basic metals	C28: Fabricated metal products	C29: Machinery and equipment, nec	C30T33X: Computer, and optical equipment	C31: Electrical machinery and apparatus, nec	C34: Motor vehicles, trailers and semi-trailers	C35: Other transport equipment	C36T37: Manufacturing nec, recycling
DOM_C01T05: Agriculture, hunting, forestry and fishing		1.072	0.001	0.38	0.036	0.128	0.011	0.001	0.02	0.01	0.002	0.002	0.002	0.002	0.003	0.002	0.002	0.003	0.019
DOM_C10T14: Mining and quarrying		0.006	1.111	0.017	0.016	0.017	0.024	0.407	0.032	0.021	0.171	0.433	0.045	0.038	0.04	0.02	0.032	0.028	0.041
DOM_C15T16: Food products, beverages and tobacco		0.096	0.001	1.182	0.034	0.028	0.013	0.002	0.048	0.015	0.004	0.002	0.003	0.004	0.005	0.002	0.003	0.003	0.011
DOM_C17T19: Textiles, textile		0.006	0.001	0.004	1.222	0.069	0.017	0.001	0.003	0.01	0.002	0.003	0.002	0.002	0.004	0.002	0.006	0.008	0.068

Imagen 12 - Matriz de coeficiente inversa OECD

5. Análisis de la cadena de valor simple

La cadena de valor de un producto o sector se analiza, en general, con diferentes objetivos entre los que encontramos:

- A. Mejoramiento del negocio
 - a. Análisis de cuello de botella de pasos de negocio
 - b. ¿Cuál paso produce más beneficio?
 - c. ¿Cuál paso genera más alto costo?
- B. Visualizar sectores y efectos económicos amplios

-
- a. Estimar beneficiarios esperados
 - b. Estimar impactos económicos esperados
 - c. Estimar costos
- C. Diseñar Ciclo de Marketing**
- a. Definición de segmentación, blanco meta, posicionamiento
 - b. Diseño de mezcla de marketing (4p)
 - c. Selección de método de promoción y venta
 - d. Selección de método de monitoreo y mejoramiento

Entonces, ¿qué significa analizar una cadena de valor? Es estudiar cada paso de producción y calcular el valor añadido en cada paso, en otras palabras, analizar un producto desde que es solo materia prima hasta que llega a la mano de los consumidores. Además de calcular el ingreso-costo en cada proceso, en OVOP también se aclara quiénes intervienen en cada paso y quiénes son los beneficiarios directos.

Los datos necesarios elaborar la cadena de valor y hacer su estudio son:

- A. Nombre de proceso o paso
- B. Persona o empresa que realiza este proceso, ya sea proveedor, productor o vendedor
- C. Valor que se agrega en esta actividad (costo)
- D. Sector al que pertenece esta actividad (según sectores de OECD)
- E. Sector al que pertenecen las personas que intervienen en este proceso (según sectores de OECD)
- F. Número beneficiarios directos con el costo de esta actividad (dueños y/o empleados)
- G. Número de beneficiarios potenciales (número de personas del municipio que puede ofrecer o desarrollar la misma actividad)

Formato : Resultado de Cadena de Valor Simple

CV-ejemplo de Tour de 1 noche 2 días (sin Guía o Coordinador)

Producto: "Ruta de Agroturismo XXXX" QUINDIO

Actividad	Número de servido	Precio(paso) aprox. Valor agregado en actividad	Criterio de Actividad (OCC) Que tipo de actividad? Selección desde lista	Sector Beneficiario A que sector pertenece beneficiario? Selección desde lista	Número de personas empleadas (beneficiario actual) (personas beneficiarias en actividad)	Potencial (posible beneficiario) (personas que en mismo sector en Municipio)
paso	servicio o empresa	paso			servicio	paso
Segada o Municipio	evento/Tour, Finca	0	Finca 0	0	0	0
Resado a Finca AAA	Tiempo AAA	8.000	0 Transporte y alojamiento	00 Transporte y alojamiento	0 AAA	100 Ocho de Paso en Municipio
Almuerzo en Restaurante AAA	Finca AAA	15.000	00 Alimentos y restaurantes (Finca en General)	00 Alimentos y restaurantes (Finca en General)	00 Alimentos y restaurantes AAA	100 Ocho de Paso en Municipio
Actividades dentro de Finca AAA	Finca AAA	10.000	00 Otras Actividades de Negocio	00 Otras Actividades de Negocio	00 Otras Actividades de Negocio AAA	100 Ocho de Paso en Municipio
Resado a Mirador AAA	Tiempo AAA	8.000	00 Transporte y alojamiento	00 Transporte y alojamiento	00 Transporte y alojamiento AAA	100 Ocho de Paso en Municipio
Actividades en Mirador AAA	Mirador AAA	5.000	00 Otros Activos de Negocio	00 Otros Activos de Negocio	00 Otros Activos de Negocio AAA	100 Ocho de Paso en Municipio
Compra de Suvientis	Ahorra AAA	15.000	00 Comercio al por mayor y al por menor	00 Comercio al por mayor y al por menor	00 Comercio al por mayor y al por menor AAA	100 Ocho de Paso en Municipio
Resado a Hotel AAA	Tiempo AAA	8.000	00 Transporte y alojamiento	00 Transporte y alojamiento	00 Transporte y alojamiento AAA	100 Ocho de Paso en Municipio
Hospedaje en Hotel AAA	Hotel AAA	150.000	00 Alojamiento y restaurantes (Finca en General)	00 Alojamiento y restaurantes (Finca en General)	00 Alojamiento y restaurantes AAA	100 Ocho de Paso en Municipio
Cena en Restaurante BBB	Finca BBB	20.000	00 Alimentos y restaurantes (Finca en General)	00 Alimentos y restaurantes (Finca en General)	00 Alimentos y restaurantes AAA	100 Ocho de Paso en Municipio
Compra de Agua y otros	Municipio AAA	10.000	00 Comercio al por mayor y al por menor	00 Comercio al por mayor y al por menor	00 Comercio al por mayor y al por menor AAA	100 Ocho de Paso en Municipio
Dormir-Levantar		0	Finca 0	0	0	0
Desayuno (incluido a Hotel)		0	Finca 0	0	0	0
Resado a Finca BBB	Tiempo BBB	8.000	00 Transporte y alojamiento	00 Transporte y alojamiento	00 Transporte y alojamiento AAA	100 Ocho de Paso en Municipio
Actividades Café en Finca BBB	Finca BBB	10.000	00 Otras Actividades de Negocio	00 Otras Actividades de Negocio	00 Otras Actividades de Negocio AAA	100 Ocho de Paso en Municipio
Compra de Café (suvenir)	Finca BBB	30.000	00 Comercio al por mayor y al por menor	00 Comercio al por mayor y al por menor	00 Comercio al por mayor y al por menor AAA	100 Ocho de Paso en Municipio
Resado a Restaurante CCC	Tiempo BBB	8.000	00 Transporte y alojamiento	00 Transporte y alojamiento	00 Transporte y alojamiento AAA	100 Ocho de Paso en Municipio
Resado a Finca AAA	Finca AAA	15.000	00 Alimentos y restaurantes (Finca en General)	00 Alimentos y restaurantes (Finca en General)	00 Alimentos y restaurantes AAA	100 Ocho de Paso en Municipio

Los Pasos (cadena)

Servidor
Quien ofrece este paso

Precio
Valor Agregado en este paso

Criterio de Actividad
Categoría de Actividad

Sector Beneficiario
A que Sector pertenece beneficiario? (Actividad en Finca: Actividad=Otros Servicios, Beneficiarios=Agricultor)

Beneficiario Directo Actual
Los beneficiarios con esta actividad. (Los empleados, trabajadores, Familia)

Beneficiario Directo Potencial
Numero de personas en mismo sector que beneficiario actual

Imagen 13 - Ejemplo de elaboración de cadena de valor simple

Para ello es necesario visitar a los productores y tomar la información tan exacta como sea posible. Esta información debe ser consignada en la hoja "CADENA DE VALOR" que se anexa a la presente guía como se muestra en la imagen 12.

¡Importante!: Tenga en cuenta que, si la actividad o proceso no es realizado por una persona de la comunidad local, la herramienta de Excel tiene una opción en los puntos D y E para seleccionar el sector "Externo", esto quiere decir que ese paso de la cadena de valor es realizado por una persona externa y por lo tanto no se tiene en cuenta su valor para el análisis general del producto.

También se recomienda tomar fotografías de cada proceso o en su defecto ilustrar la actividad para elaborar una imagen de la cadena de valor de cada producto que posteriormente puedan ser mejor comprendidas al momento de presentar el análisis realizado.



Imagen 14 - Ejemplo gráfico de cadena de valor

Para efectos de la presente guía, se analizará la cadena de valor para el objetivo B, que nos permitirá conocer el impacto económico y los beneficios al territorio. (Para saber más sobre el uso de análisis de cadena de valor para mejoramiento de negocio, véase "Manual de Marketing OVOP.") Con este análisis se podrán evaluar consideraciones del producto:

- Eficiencia para impacto económico municipal
- Número de beneficiarios
- Equidad en la distribución de los beneficios

5.1 Eficiencia en el impacto económico municipal

En este punto se puede analizar la proporción de beneficios hacia los sectores prevalentes en el municipio, esto se traduce en si los efectos económicos que genera la venta del producto están mayormente en los sectores que predominan en el municipio. Esta proporción se denomina "impacto sectorial" y se obtiene de la sumatoria del porcentaje de beneficio del sector por la tasa de oficio del mismo sector en el municipio; es decir:

$$\text{Impacto Sectorial} = \sum (\% \text{ de beneficios del sector} \times \% \text{ tasa de oficio del sector} \times 100)$$

Así, la herramienta de Excel calcula automáticamente este valor y evalúa la eficiencia del producto en el impacto económico municipal de la siguiente manera:

Impacto Sectorial	Evaluación de eficiencia
0 – 2,5	BAJO
2,6 – 5	MEDIO
5,1 -7,5	ALTO
7,6 – 10	MUY ALTO

Esto quiere decir que, aunque la producción y venta de un mismo producto genere el mismo efecto económico múltiple en los sectores económicos, el impacto sectorial puede variar de un territorio a otro dependiendo de la tasa de oficios de cada uno. El siguiente caso ejemplifica este concepto:

La imagen 15 muestra el resultado de la evaluación de la eficiencia del producto “Agroturismo” en el impacto económico municipal de tres municipios diferentes. Este producto beneficia ampliamente al sector agropecuario y, dado que en Buenavista la tasa de oficios de este sector es muy representativa, el impacto económico sectorial es “Alto”; sin embargo, en Armenia el mismo producto tiene un impacto “Bajo” ya que en este municipio predomina el sector comercial. Otro municipio como Filandia, donde el sector agropecuario es fuerte, pero tiene una tasa de oficios más distribuida en otros sectores, el impacto del producto se evalúa como “Medio”.

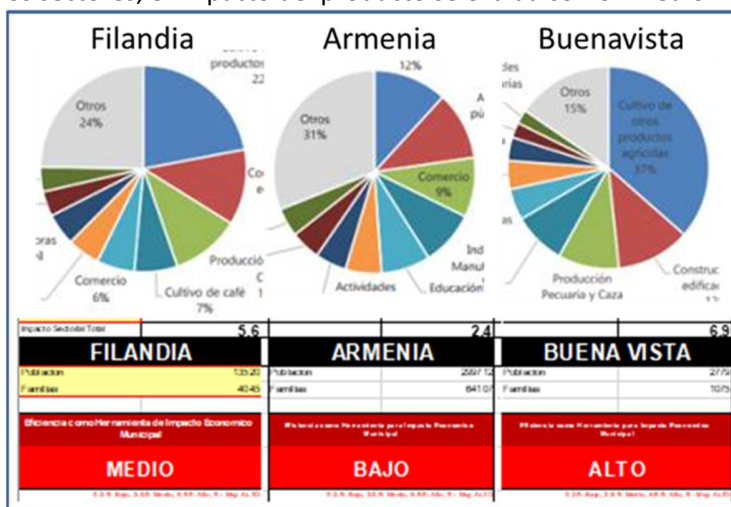


Imagen 15 - Comparación de eficiencia del producto como herramienta en el impacto económico de diferentes municipios

5.2 Número de beneficiarios

En este punto se puede analizar la cantidad total de beneficiarios directos actuales, así como la cantidad de posibles beneficiarios directos si se llegara a aumentar la producción y venta del producto, en relación con el número total de familias del municipio. Es decir, este punto considera la proporción de beneficiarios actuales y potenciales de un producto de acuerdo a su característica poblacional. Sin embargo, aunque la herramienta de Excel calcula tanto el porcentaje de beneficiarios actuales como el de beneficiarios potenciales, en el momento de la evaluación se tiene

en cuenta únicamente este último ya que, desde el punto de vista del marketing, en el enfoque OVOP, es importante determinar el impacto socioeconómico si se promociona éste como un producto estrella y se aumentan sus ventas.

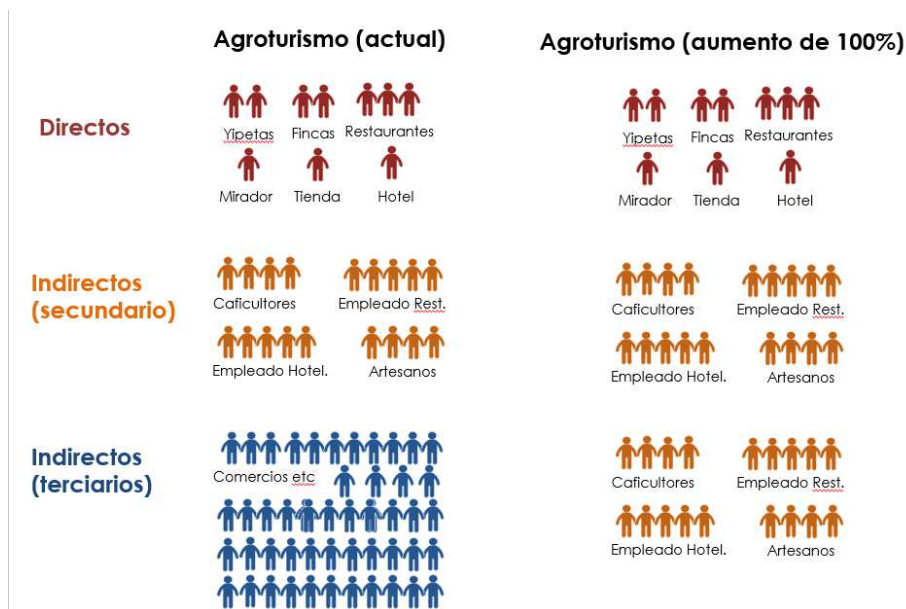


Imagen 16 - Estructura de beneficiarios potenciales de un producto.

Así, la herramienta evalúa automáticamente este valor de la siguiente manera:

% Beneficiarios Potenciales	Evaluación
0% – 2,49%	BAJO
2,5% – 4,99%	MEDIO
5% -7,49%	ALTO
>7,5%	MUY ALTO

Esto quiere decir que, si un producto logra beneficiar directamente a más del 7,5%, de las familias de un municipio, este es muy altamente considerable para ser "Mi Producto" por su cantidad de beneficiarios potenciales. Un ejemplo de ello es el análisis de un producto "Agroturismo" en un municipio como Filandia, donde el aumento máximo de sus ventas podría beneficiar al 14,46% de sus familias. Mientras si se compara con otro municipio más grande y diferente socioeconómicamente como Armenia, el resultado es totalmente diferente.

FILANDIA		ARMENIA	
Poblacion	13520	Poblacion	299712
Familias	4045	Familias	64107
Beneficiarios Directos	50	Beneficiarios Directos	50
Potencia Beneficiarios	585	Potencia Beneficiarios	585
Tasa /Familia	1,24%	Tasa /Familia	0,08%
	14,46%		0,91%
Numero de Beneficiarios Potenciales		Numero de Beneficiarios Potenciales	
Muy ALTO		BAJO	

Bajo: 0-2.49%, Medio: 2.5-4.99%, Alto: 5-7.49%, Muy Alto: 7.5%-

Bajo: 0-2.49%, Medio: 2.5-4.99%, Alto: 5-7.49%, Muy Alto: 7.5%-

Imagen 17 – Ejemplo de evaluación del número de beneficiarios potenciales en dos municipios diferentes.

5.3 Distribución de beneficios

Este punto considera:

- Beneficio directo: es la cantidad de dinero y sectores beneficiarios por venta del Producto
- Beneficio indirecto para cada sector del municipio: son los ingresos generados indirectamente a los otros sectores en municipio.
- Equidad en la distribución de los beneficios: corresponde al porcentaje de beneficios indirectos que genera un producto hacia su comunidad

Para ejemplificar este análisis, en la imagen 17, se muestra el caso de un hotel, donde los huéspedes pagan directamente al hotel y con ello también benefician ampliamente a otros sectores, ya que el valor pagado se usa para comprar, por ejemplo, los insumos necesarios para el desayuno, otros insumos gastables como papel higiénico, personal para mantenimiento del hotel, limpieza, etc. Por lo tanto, si se analizara este producto, la herramienta reflejaría cuánto se están beneficiando indirectamente otros sectores.

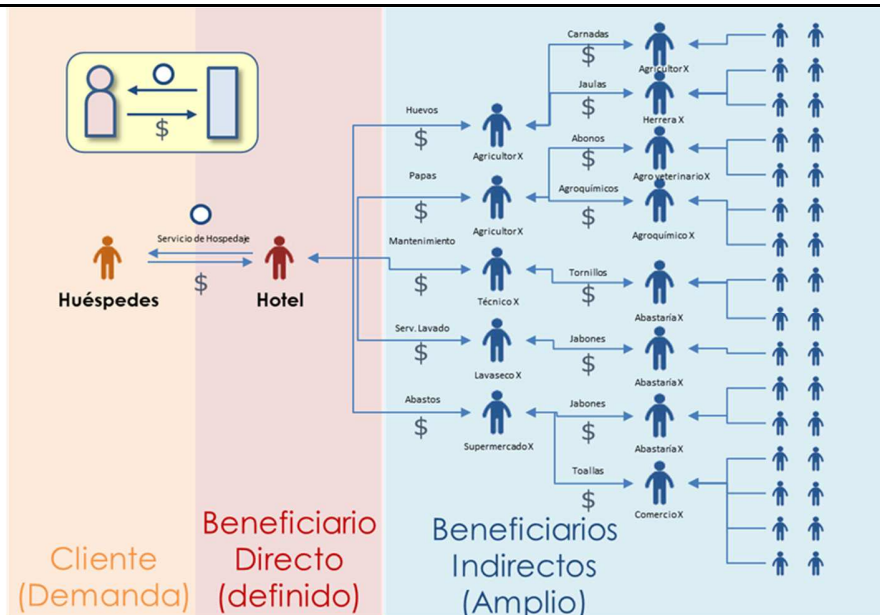


Imagen 18 - Ejemplo de distribución de beneficios

Así las cosas, la herramienta de Excel se basa en la matriz de coeficiente inversa de OECD así como en la teoría de efecto económico múltiple para analizar la equidad en la distribución de los beneficios de un producto, calculando la proporción de los beneficios generados por el valor total demandado.

328.000	269.503	597.503
Directo (Puntual)	Indirecto (Amplio)	Total

Distribución de Beneficios	
Tasa de Indirecto/Directo	82,2% Muy ALTO

Bajo: 0-39%, Medio: 40-59%, Alto: 60-79%, Muy Alto: 80%-

Imagen 19 - Ejemplo de distribución de beneficios

Entonces, la evaluación presenta los siguientes criterios:

% Beneficiarios Potenciales	Evaluación
0% – 0,39%	BAJO
40% – 59%	MEDIO
60% -79%	ALTO
>80%	MUY ALTO

6. Otros análisis para evaluación de candidatos a "Mi Producto"

"Mi Producto" debe ser un producto amado por los ciudadanos para ser aceptado y apropiado como marca municipal. Por ello, su beneficio no debería ser monopolizado, no debe contaminar el medioambiente para su producción y no debe generar efectos negativos socioeconómicamente. El enfoque OVOP Colombia recomienda 3 puntos adicionales para evaluar los candidatos de "Mi Producto" para ser evaluados:

- Posicionamiento dentro de municipio
- Potencial en el mercado
- Facilidad (o costo) de comenzar a comercializar

Estos puntos se estudian a través de 4 diferentes herramientas que se explican a continuación. Para realizar estos pasos, se anexa a la presente guía una herramienta en Excel donde se debe introducir toda la información recolectada lo cual permitirá generar los resultados de manera automática.

6.1 Sondeo interno

Este se refiere a la investigación dentro del municipio que permita conocer el conocimiento, reconocimiento y valor que tiene el producto entre la comunidad local. Esto con el fin de evaluar el 4° punto establecido "Posicionamiento dentro de municipio". Este sondeo puede hacerse a través de una encuesta sencilla o un grupo focal y no necesita precisión ya que se busca más obtener resultados cualitativos. Por lo tanto, se recomienda hacer preguntas cortas con pocas opciones de respuesta que permitan identificar la información que se requiere de manera sencilla y rápida. El sondeo se puede realizar de 20 hasta 50 personas como muestra de la comunidad.

Un ejemplo de las preguntas a realizar serían las siguientes:

Pregunta	Nada	Poco	Algo	Mucho
¿Conoce usted el producto XYZ?				
¿Qué tan representativo cree usted que es XYZ en su municipio?				
¿Se siente orgullo de XYZ como un producto de su municipio?				
¿Recomienda usted XYZ a otras personas?				

Para efectos de la herramienta de análisis de Excel, se necesita valorar la respuesta en escalas de 1 a 4 de tal forma que se pueda promediar un solo valor final como evaluación del posicionamiento

del producto en el municipio. El valor resultante debe ser ingresado en la hoja “CADENA DE VALOR” de la herramienta de Excel, en el cuadro “Resultado de Estudios” para cada producto evaluado.

6.2 Entrevista con productores/compradores

Este es un mecanismo para conocer el comportamiento en el mercado de los candidatos a “Mi Producto” así como las características de sus oferentes y demandantes, con el fin de evaluar el 5° y 6° punto establecido: “Potencial en el mercado” y “Facilidad de comenzar a comercializar”. Para ello se recomienda realizar entrevistas sencillas a los productores y a los actuales o potenciales compradores de los productos que se evalúan. Al igual que en el punto anterior, no es necesario obtener datos detallados ya que aún nos referimos a productos candidatos. Puede entrevistar brevemente algunos productores y clientes usando como referente el ejemplo a continuación:

Potencia en el mercado				
Pregunta	Nada	Poco	Algo	Mucho
¿El producto XYZ ya se está vendiendo en el mercado?				
¿XYZ tiene un mercado cercano y grande?				
¿Hay empresas interesadas en vender XYZ?				
¿Hay ventaja de XYZ para competir en el mercado cercano?				
Facilidad para comenzar a comercializar				
Pregunta	Nada	Poco	Algo	Mucho
¿Hay empresa o grupo organizado que comercialice actualmente XYZ?				
¿Hay posibilidad de financiar la idea de negocio o fortalecer las existentes?				
¿Hay interés por parte de las entidades públicas para apoyar la promoción o venta de XYZ?				

Para efectos de la herramienta de análisis de Excel, se necesita valorar la respuesta en escalas de 1 a 4 de tal forma que se pueda promediar un solo valor final como evaluación del posicionamiento del producto en el municipio. El valor resultante debe ser ingresado en la hoja “CADENA DE VALOR” de la herramienta de Excel, en el cuadro “Resultado de Estudios” para cada producto evaluado.

6.3 Entrevista con otros actores locales

En caso de encontrarlo pertinente, puede aplicar las preguntas de las dos herramientas anteriores a otros locales para obtener otros puntos de vista que permitan fortalecer la evaluación. Estos actores pueden ser cámaras de comercio, gremios, gobernaciones, alcaldía u otras entidades públicas y/o privadas relacionadas con los sectores a los que pertenecen los productos a evaluar. Mediante esta entrevista se pueden identificar intenciones de apoyo, fuentes de financiación o programas actuales que generen una perspectiva más amplia de los productos.

7. Presentación y socialización de resultados

Luego de registrada toda la información y datos obtenidos en la herramienta de Excel, como se explica anteriormente, es decir, tasa de oficios, información sobre la población, cadena de valor y resultado de los estudios (sondeo y entrevistas), la hoja "ANÁLISIS" habrá procesado los resultados para evaluar el producto en los 6 puntos mencionados en los numerales 5 y 6 de esta guía. Habiéndose hecho eso con todos los productos a evaluar, se deben realizar la presentación y socialización de los resultados obtenidos.

Por su parte, la hoja "RESUMEN" de la herramienta de Excel, presenta dichos resultados de manera más concreta de tal forma que los diferentes productos evaluados puedan ser comparados entre sí y analizar cada una de sus 6 consideraciones. La evaluación del producto también se visualiza en un gráfico radial que permite ver claramente los puntos más fuertes y débiles del producto lo que servirá en un futuro para establecer estrategias dentro del plan de negocios de "Mi Producto". Se recomienda, por lo tanto, que esta hoja sea copiada y usada para visualizar los resultados de los diferentes productos analizados y evaluados.

Pestaña: RESUMEN **Análisis**

↓ Efecto Económico Múltiple: Aquí aparece los cálculos de efecto económico directo e indirecto para diferentes sectores en el municipio.

↓ Equidad en Distribución de Beneficios

↓ Impacto total económico para Municipio

Datos generales de este "Producto" en Colombia		Datos específicos para MI Municipio															
Tabla para calcular EFECTO ECONOMICO TOTAL creado por Productos y Servicios. <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th>DEMANDA CREADA</th> <th>EFECTO ECONOMICO a Territorio</th> </tr> <tr> <td>TOTAL (DEMANDA) 328,000</td> <td>TOTAL (EFECTO) 597,503</td> </tr> </table>		DEMANDA CREADA	EFECTO ECONOMICO a Territorio	TOTAL (DEMANDA) 328,000	TOTAL (EFECTO) 597,503	Distribución de Beneficios <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th colspan="3">Análisis de Ingresos a los Sectores</th> </tr> <tr> <td>328,000</td> <td>269,503</td> <td>597,503</td> </tr> <tr> <th>Directo (Puntual)</th> <th>Indirecto (Ampollo)</th> <th>Total</th> </tr> </table>		Análisis de Ingresos a los Sectores			328,000	269,503	597,503	Directo (Puntual)	Indirecto (Ampollo)	Total	
DEMANDA CREADA	EFECTO ECONOMICO a Territorio																
TOTAL (DEMANDA) 328,000	TOTAL (EFECTO) 597,503																
Análisis de Ingresos a los Sectores																	
328,000	269,503	597,503															
Directo (Puntual)	Indirecto (Ampollo)	Total															
Posibles Efectos Economicos segun cantidad de Venta <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>venta de 10 unidades</td> <td>3,280,000</td> <td>venta de 10 unidades</td> <td>5,975,030</td> </tr> <tr> <td>venta de 100 unidades</td> <td>32,800,000</td> <td>venta de 100 unidades</td> <td>59,750,300</td> </tr> </table>		venta de 10 unidades	3,280,000	venta de 10 unidades	5,975,030	venta de 100 unidades	32,800,000	venta de 100 unidades	59,750,300	Impacto para Economía Municipal <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th colspan="2">FILANDIA</th> </tr> <tr> <td>Porcentaje Sectorial</td> <td>5.6</td> </tr> <tr> <td>Poblacion Familias</td> <td>13500 / 4045</td> </tr> </table>		FILANDIA		Porcentaje Sectorial	5.6	Poblacion Familias	13500 / 4045
venta de 10 unidades	3,280,000	venta de 10 unidades	5,975,030														
venta de 100 unidades	32,800,000	venta de 100 unidades	59,750,300														
FILANDIA																	
Porcentaje Sectorial	5.6																
Poblacion Familias	13500 / 4045																
		Eficiencia como Herramienta de Impacto Economico Municipal <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Tasa de Ingreso Directo</td> <td>82.2% Muy ALTO</td> </tr> <tr> <td>Numero de Beneficiarios Potenciales</td> <td>Muy ALTO</td> </tr> </table>		Tasa de Ingreso Directo	82.2% Muy ALTO	Numero de Beneficiarios Potenciales	Muy ALTO										
Tasa de Ingreso Directo	82.2% Muy ALTO																
Numero de Beneficiarios Potenciales	Muy ALTO																

Análisis General de 6 consideraciones para producto OVOP					
Producto: "Ruta de Agroturismo XXXX" QUINDIO					
	Ámbito de Evaluación	Punto	Puntaje	Resultado	
1	Eficiencia para Impacto Economico Municipal	DI-Análisis	3	ALTO	
2	Numero de Posibles Beneficiarios	DI-Análisis	4	Muy ALTO	
3	Equidad de Distribución de Beneficios	DI-Análisis	4	Muy ALTO	
4	Posicionamiento dentro de Municipio (Reconocido y bien amado por municipios?)	Encuesta en la calle	3	ALTO	
5	Potencia en el Mercado (Hay mercado cerca? O Hay cantidad de venta concreta?)	Entrevista Productores y Vendedores	2	MEDIO	
6	Facilidad (o Costo) de comenzar (Negocio Extenido? Hay apoyo de entidades publicas?)	Entrevista Productores, Gobiernos Locales	3	ALTO	

↑ Resumen de producto potencial para "Mi Producto"
 1. Eficiencia para Impacto Municipal, 2. Numero de Posibles Beneficiarios, 3. Equidad de Distribución de Beneficios, 4. Posicionamiento dentro de Municipio, 5. Potencia en el Mercado, 6. Facilidad (o Costo) de Comenzar

Imagen 20- Ejemplo final de la hoja "RESUMEN"

Así mismo, se recomienda usar herramientas gráficas que permitan el entendimiento del proceso de evaluación de los productos para que cada uno de los aspectos evaluados sean comprendidos por el comité local o grupo de productores al momento de su presentación. Cuánto más gráfica sea dicha presentación, más comprensible será para el público ya que las cifras por sí solas no son fácilmente digeribles. Use fotografías, dibujos, ejemplos, flechas y todos los elementos posibles para mostrar estos resultados.

8. Pasos siguientes de "Mi Producto" OVOP

Culminados los pasos anteriores de la ruta metodológica de OVOP y compartiendo los resultados de los estudios de los tesoros potenciales y candidatos a "Mi Producto", el comité local podrá elegir conscientemente cual será "Mi Producto" OVOP que sirva como herramienta para mejorar la competitividad de su territorio y la calidad de vida de sus habitantes. Esto se debe realizar en el desarrollo del taller de Sueño Colectivo para discutir "cómo queremos que sea nuestro territorio" y definir "Mi Producto" que contribuya a realizar ese sueño.



Imagen 21 - Estructura de paso a paso del enfoque OVOP

8.1 Recomendaciones para Plan de Acción

Cuando ya se ha elegido "Mi Producto", se tiene claro el Sueño Colectivo y se inicia la elaboración del plan de acción, es importante revisar nuevamente la evaluación realizada al producto elegido. Esto se puede hacer rápidamente la figura del radar que se generó en la hoja "RESUMEN" de la herramienta de Excel. Éste gráfico mostrará puntos fuertes y puntos débiles de Mi Producto para establecer su aprovechamiento y oportunidades de mejora.

	Asuntos de evaluación	Acercamiento de mejoramiento (para plan de acción)
1	Eficiencia para contribuir a Económico Municipal (Impacto económico)	Analizar ajustes de productos o combinación para aumentar Impacto económico (usando EXCEL anexo)
2	Número de Posibles Beneficiarios	Involucrar posibles otros sectores (véase Manual de desarrollo rural)
3	Equidad de Distribución de Beneficios	Analizar ajustes de productos o combinación para aumentar equidad de distribución de beneficios. (usando EXCEL)
4	Posicionamiento dentro de Municipio	Realizar las actividades para aumentar posicionamiento interno, reconocimiento, amor. (véase manual de desarrollo rural)
5	Potencia en el Mercado	Actividades para aumentar competitividad de Producto (Manual de Marketing)
6	Facilidad (o Costo) de Comenzar	Actividades para involucrar organizaciones externas (Manual de desarrollo rural)

Ejemplo: Análisis de Mi Producto

Acercamiento para mejora de Mi Producto

Por ejemplo, en el caso que el punto 4 “Posicionamiento dentro del municipio” fuera bajo en la evaluación, se podrían proponer dentro del plan de acción actividades de concientización o eventos para aumentar conocimiento y “amor” hacia Mi Producto” como un FAMTRIP interno. En el caso que el punto 5 “Potencial en el mercado” fuera bajo, se podrían considerar actividades de fortalecimiento de negocio o mejoramiento de producto (Refiérase al manual de Marketing OVOP)

8.2 Aprendizajes finales

Las metodologías dentro de esta guía han sido desarrolladas y mejoradas dentro de las actividades desarrolladas por el Proyecto OVOP Colombia. Hubo algunos casos de aprendizaje durante este tiempo que se relacionan a continuación para que sean considerados a la hora de realizar el proceso de selección de “Mi Producto”:

- ✓ En algún municipio, “Mi Producto” seleccionado solo beneficiaba a una familia, por eso no pudo lograr aumentar la participación de otros miembros de la comunidad. También motivó dudas por parte del sector público para apoyar este producto ya que no podrían invertir en beneficiar solo una familia.
- ✓ Había rumor que “OVOP es desarrollo local exclusivo” por la cantidad de apoyo para productores limitados cuando el tema principal de OVOP Colombia es “Desarrollo Local Inclusivo.
- ✓ No se pudo involucrar suficientemente a la alcaldía por que se entendía que “OVOP es un proyecto solo para beneficiar sector productivo”
- ✓ Surgían muchas dudas dentro de mismos productores y/o habitantes por falta de transparencia de pasos de selección de productos y venta.

También se recomienda:

- ✓ Tanto las metodologías como las herramientas deben ser apropiadas, modificadas y mejoradas con ayuda de la experiencia de los facilitadores para que tengan mejores resultados.
- ✓ Si usted realiza mejora a la herramienta, compártala con el Comité Nacional de OVOP para que todos los territorios colombianos tengan oportunidad de aplicar dichas mejoras y así puede contribuir a un país mejor.