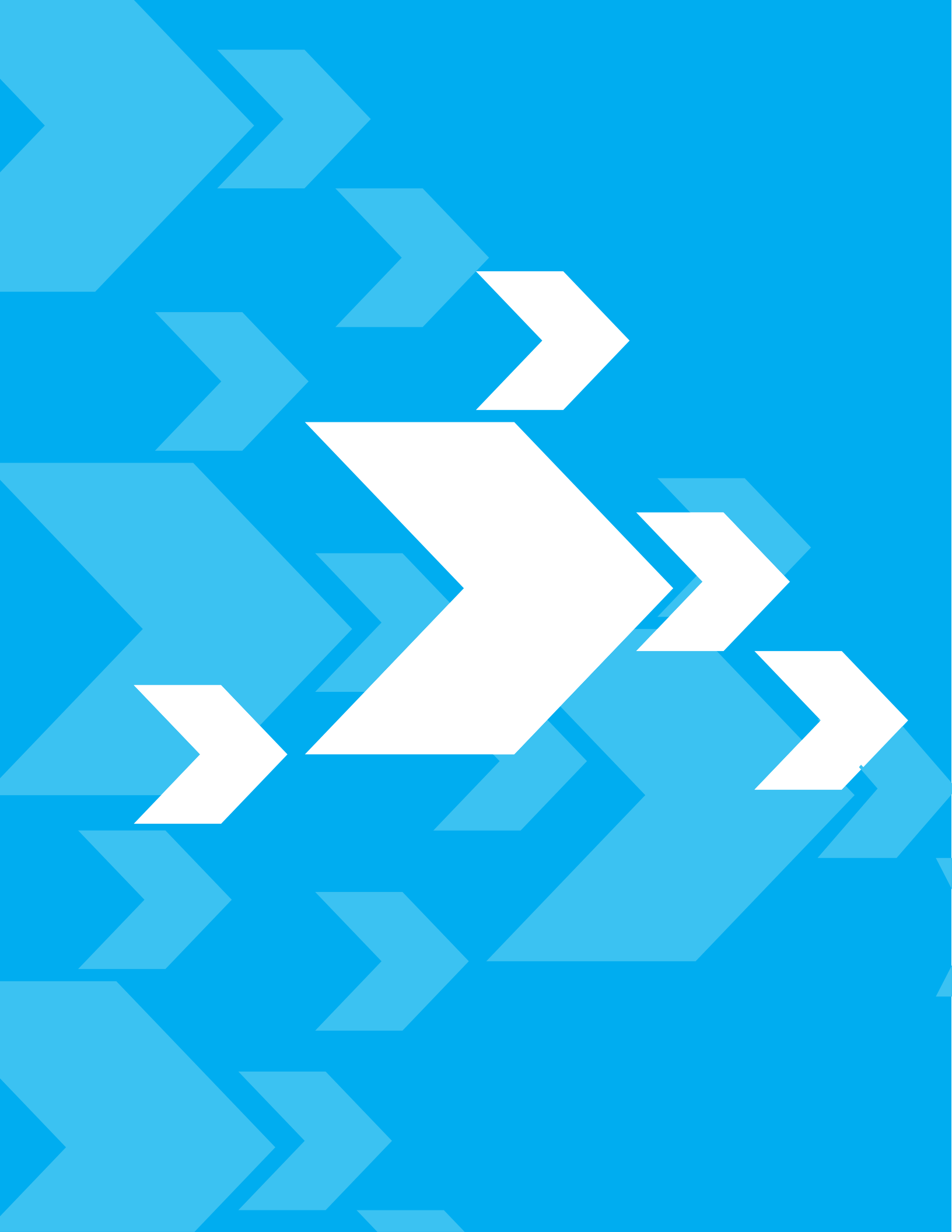


# Manual Operativo del Programa Un Pueblo, Un Producto







# ÍNDICE

<b>Introducción</b>	5
<b>Marco de Referencia</b>	7
<b>Contexto</b>	8
<b>¿Por qué un Manual Operativo?</b>	15
<b>Visión Global del Manual Operativo</b>	16
<b>Estrategia de Articulación</b>	25
<b>El Proceso de Intervención</b>	33
<b>Fase 1: Organización del movimiento a nivel territorial</b>	
Paso 1: Diagnóstico Territorial	40
Paso 2: Sensibilización.	42
Paso 3: Identificación de recursos.	44
Paso 4: Planificación.	47
Paso 5: Estructuración del comité.	49
Paso 6: Articulación interinstitucional.	51
<b>Fase 2: Desarrollo de la Industria Local Distintiva/Marca territorial.</b>	55
Paso 1: Desarrollo de capacidades locales/ desarrollo de cadena de valor.	61
Paso 2: Marca Territorial	64
Paso 3: Innovación y Calidad.	67
Paso 4: Proceso de Operación.	69
<b>Fase 3: Modelo de Exhibición y Comercialización.</b>	72
Paso 1: Participación en eventos, ferias y encuentros.	77
Paso 2: Selección de modelo de comercialización.	81
Paso 3: Determinación del modelo de negocio.	85
<b>Fase 4: Seguimiento, Monitoreo, y Evaluación</b>	90
Paso 1: Seguimiento.	94
Paso 2: Monitoreo.	96
Paso 3: Evaluación.	99
<b>Sostenibilidad del Movimiento Un Pueblo, Un Producto</b>	105
<b>Bibliografía</b>	109
<b>Anexos</b>	110





# Introducción

Parte importante de la implementación del Movimiento Un Pueblo, Un Producto, es contar con instrumentos que contribuyan de forma uniforme en todos los territorios, que permitan la medición de sus avances y la comparabilidad en el tiempo, bajo los mismos criterios y parámetros.

En este documento se consolida la información necesaria para conocer acerca del Programa Un Pueblo, Un Producto, los principales esfuerzos institucionales realizados, y los conceptos para comprender la esencia del mismo, en cuanto a ser una vía de desarrollo económico territorial a partir de la riqueza productiva e identitaria, que se fundamenta en las tradiciones y en la cultura, otorgando naturalmente un sentido de pertenencia entre los pueblos, de creencias y valores.

El Manual Operativo para el Programa Un Pueblo, Un Producto, tiene como propósito fundamental ser la herramienta de apoyo en la puesta en marcha del Programa Un Pueblo Un Producto que oriente las operaciones, responsabilidades y procedimientos, en el territorio nacional, garantizando uniformidad considerando las características de los territorios.

Se trata de proveer procedimientos que describan el paso a paso de manera sencilla, concreta y técnica la conducción del Movimiento Un Pueblo Un Producto en sus diferentes fases, para ser aplicadas en el trabajo territorial con los municipios que lo conforman, que son:

- **Primera Fase:** Organización del movimiento a nivel territorial, para institucionalizar la estrategia del movimiento Un Pueblo Un Producto por medio de la ejecución de procesos de identificación de riquezas productivas del territorio, la sensibilización en sus principios y la conformación del comité ejecutor de dicho movimiento en cada municipio intervenido.
- **Segunda Fase:** Desarrollo de la Industria Local Distintiva/Marca territorial, que plantea propiciar las condiciones para el posicionamiento del territorio con base a la calidad de los productos y/o servicios identitarios, apoyándose en diferentes recursos mercadológicos, la innovación, los procesos técnicos y el fortalecimiento del capital humano, en los municipios a intervenir.
- **Tercera Fase:** Modelo de Exhibición y Comercialización, que busca contar con estrategias de comercialización para implementar canales de venta y de distribución de los productos y/o servicios del Movimiento Un Pueblo, Un Producto, basados en los diferentes modelos de exhibición y comercialización.
- **Cuarta Fase:** Seguimiento, Monitoreo, y Evaluación, que se dispone a transversalizar, en la implementación del movimiento Un Pueblo Un Producto, el proceso de Seguimiento, Monitoreo y Evaluación, para obtener una métrica pertinente que evidencie el avance y facilite la toma de decisiones en la intervención.



Parte complementaria y no menos importante es el manual de facilitación de Un Pueblo Un Producto, herramienta para el desarrollo cognitivo sobre temáticas empresariales y de carácter específico sobre Un Pueblo Un Producto, con la finalidad de contribuir a la consolidación del movimiento en los territorios a través de la transferencia de conceptos a personas empresarias y actores territoriales, para la puesta en práctica en el terreno.

Estos elementos junto con la ruta de implementación de la estrategia convergen para la implementación del movimiento en los territorios, a partir de una dinámica operativa que reúne un saber-saber, un saber-hacer y un saber-ser.

En el Saber – Saber son los aspectos cognocitivos, que parten de la sensibilización y van hacia el manejo de técnicas y de herramientas que faciliten la gestión del movimiento,

El Saber – Hacer que llevará a la implementación de los procesos orientados bajo la “ruta de implementación de la estrategia” que son denominadas fases en este manual (proceso de intervención), que reúne una serie de pasos para la construcción organizativa y conformación de la organización,

Y finalmente el Saber – Ser el movimiento, constituyendo una visión colectiva que dinamizará el desarrollo económico y social, aportando al crecimiento de las empresas y las personas.

Esta dinámica territorial será medida a partir de la construcción de indicadores de base, de los señalados en los planes operativos que conlleva el proceso de intervención o ruta de implementación para el seguimiento, monitoreo y evaluación, así como indicadores de la política nacional Un Pueblo Un Producto, que darán una cuantificación económica del impacto en los territorios y del avance en la consolidación del movimiento.



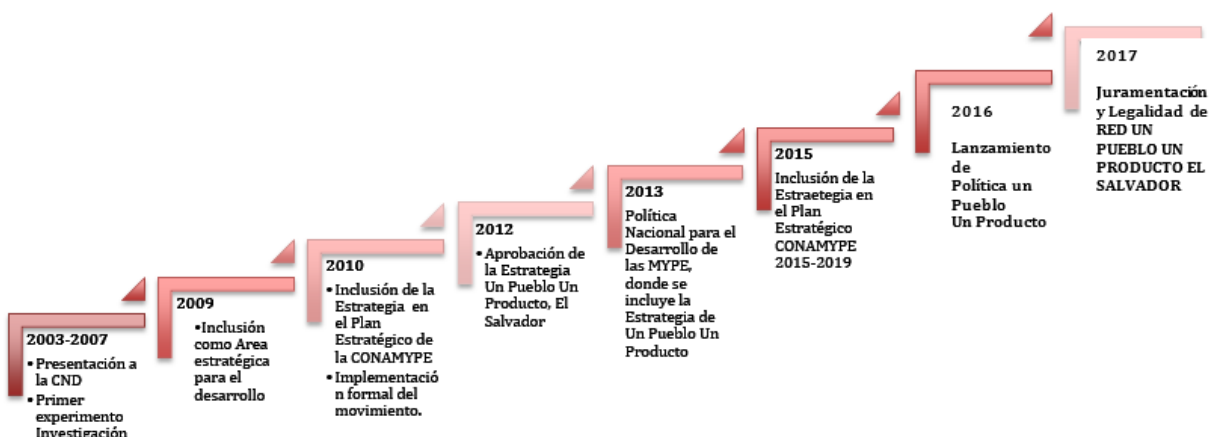
# Marco de Referencia

El movimiento Un Pueblo Un Producto busca desarrollar los recursos potenciales de los municipios o de los pueblos a través de la identificación y la promoción de sus riquezas naturales o ancestrales, la activación de la economía local; se encamina a generar transformaciones económicas y sociales concretas, basadas en la participación y organización de los actores territoriales, para propiciar mejores condiciones en la calidad de vida de sus habitantes.

Un Pueblo Un Producto expone la identidad, cultura, sentido de pertenencia entre los pueblos, así como el desarrollo de creencias y valores, tras descubrir los tesoros de la comunidad, generando la mejora en la calidad de vida en la comunidad, activando la economía local. Presenta la identidad, cultura, sentido de pertenencia entre los pueblos, así como el desarrollo de creencias y valores, tras descubrir los tesoros de la comunidad, generando la mejora en la calidad de vida en la comunidad, activando la economía local.

CONAMYPE de forma contundente impulsa desde el 2010 la estrategia Un Pueblo Un Producto a través de un programa que busca desarrollar la innovación y creatividad de los pueblos para que con sus recursos y oportunidades desarrollen “**productos identitarios**” y expandan su visión a mercados locales y regionales; mostrando avances importantes hacia su institucionalización, conformando la gerencia especializada y responsable de implementar dicha estrategia.

*Ilustración 1. Avances realizados por la CONAMYPE para la Institucionalización de la Estrategia Un Pueblo Un Producto.<sup>3</sup>*



1. Elaboración propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE



Actualmente se cuenta con 69 municipios intervenidos con la estrategia, cada uno de ellos en diferentes niveles de avance, de acuerdo a las intervenciones territoriales efectuadas, posibles a que CONAMYPE cuenta con 32 personas técnicas especializadas en la estrategia y metodología con el apoyo de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) y el Gobierno de China Taiwán quienes han facilitado la formación del talento humano de la institución y que ya está produciendo efectos multiplicadores contribuyendo con la formación de 160 liderazgos comunitarios.

La CONAMYPE ha llevado a cabo un proceso de consulta para la formulación de la Política Nacional que tiene como finalidad **“dinamizar y fortalecer el movimiento Un Pueblo Un Producto a nivel nacional para que sea competitivo y sostenible sobre la base de un tejido empresarial empoderado, articulado, que genere identidad territorial y productividad, capaz de crear oportunidades, inclusión, y empleabilidad”** a partir de **“desarrollar la capacidad creativa e innovadora de los Pueblos para que, con base a sus recursos y oportunidades, identifiquen y produzcan bienes y servicios, con una perspectiva de crecimiento económico territorial”**

Un Pueblo Un Producto en El Salvador, parte del concepto de desarrollo económico rural comunitario expuesto en aquel momento por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) bajo el nombre One Village One Product (OVOP, sus siglas en Inglés), promueve el aprovechamiento de los recursos locales a través de procesos de desarrollo endógeno que buscan elevar las capacidades comunitarias en función de mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Se complementa con la experiencia del pueblo taiwanés, donde funciona el “movimiento OTOP”<sup>2</sup>, cuya filosofía pretende integrar la tradición y la modernidad, a fin que la oferta de los territorios proyecte su cultura e identidad, basado principios éticos y valores morales, como la dignidad, integridad social, focalización, empoderamiento, innovación, complementariedad, replicabilidad, y de desarrollo sostenible. OTOP plantea un sistema de desarrollo de producto orientado a las exigencias del mercado, de los clientes, analiza y evalúa el producto, incluyendo las dificultades enfrentadas por quienes se han dedicado a su elaboración, conformando una “comunidad de práctica” hasta llegar a los requerimientos de los consumidores.

## Contexto

En El Salvador el movimiento Un Pueblo Un Producto, en su estrategia, adopta del Japón tres principios:

**Pensar Global, Actuar Local**, incorporando a la comunidad una visión más amplia que genere un cambio de mentalidad y basar sus productos en función de la demanda de mercados nacionales e internacionales. Esto conlleva al fortalecimiento de la industria local, seleccionando los productos con potencial para agregarles valor y buscar niveles de calidad internacionales. Con el fin de proyectar el orgullo de la cultura local.

**Autonomía y Creatividad**, que promueve la manera de aprovechar la capacidad de transformación e innovación sobre los recursos locales, generando productos y servicios identitarios.

---

2. OTOP: One Town One Product





**Desarrollo del Recurso Humano**, que desarrolla las capacidades de los actores locales, específicamente la técnica, empresarial y administrativa, además del fortalecimiento de liderazgos, generando las bases para el desarrollo económico local.

En su estrategia establece una ruta que define tres momentos importantes para la implementación del movimiento (1) organización del movimiento a nivel territorial (2) desarrollo de la industria local distintiva (3) modelos de exhibición y comercialización; adicionando durante la construcción de la política pública un cuarto (4) monitoreo y evaluación.

Cada una de estas etapas conforman la implementación de Un Pueblo Un Producto, bajo un entramado de procesos que definirán la operativización y el avance de los territorios que se sumen a desarrollar la capacidad creativa e innovadora de los Pueblos bajo la visión de crear oportunidades, inclusión, y empleabilidad

*Ilustración 2. Ruta de la Implementación de la Estrategia Un Pueblo, Un Producto.*



Fuente: Guía de implementación de la Estrategia de Desarrollo Económico Local "Un Pueblo, Un Producto El Salvador", 2015



**1. Organización del Movimiento a nivel territorial**, el proceso de construcción del movimiento Un Pueblo, Un Producto se desarrolla con sus particularidades en cada territorio, lo cual le pone un sello específico al movimiento en cada lugar.

**2. Desarrollo de la Industria Local Distintiva (ILD)**, es el desarrollo de procesos y actividades que buscan transformar los recursos locales en productos y servicios con características identitarias diferenciadoras que proporcionan reconocimiento y orgullo a la comunidad a partir de convertirse en una fuente de riqueza. Es el valor agregado sistemático del proceso ya que es una plataforma la cual le proporciona al producto su calidad, diseño, empaque, procesos de operación, gestión de la calidad, suministros entre otros. Está compuesta por alianzas entre eslabones productivos de la localidad, propiciando un clima de negocios en los territorios con base a una organización empresarial, y el apoyo a la gestión de inversión.

**3. Modelos de exhibición y comercialización**, puede ser centralizado o descentralizado, con dos tipos de enfoque, visual permitiendo que los productos sean percibidos por sus atributos; o vivencial, que busca agregar valor agregado a partir de la experiencia en algún procesos de la producción generando un lazo entre cliente y producto

Esquema de enfoque de exhibición.



Fuente: Guía de implementación de la Estrategia de Desarrollo Económico Local "Un Pueblo, Un Producto El Salvador", 2015

COPIA CONTROLADA PARA DIVULGACION

Autorizado en Punto 5.2.1 del Acta 19 de la sesión de Junta Directiva del 14 de diciembre de 2018




Una exhibición<sup>5</sup> centralizada es la que se realiza en un pabellón o feria; una descentralizada es la que se ofrece en los lugares de producción tales como talleres artesanales; la exhibición visual se da en lugares específicos y los visitantes se avocan a observar las exposiciones; la exhibición práctica o vivencial provee experiencias a los participantes, como la creación de artesanías, cocina, caminatas guiadas, los visitantes son sujetos activos en la experiencia.

En el enfoque vivencial<sup>6</sup> se busca que las personas conozcan los sitios más representativos del territorio, diseñando rutas turísticas para atraer la atención de los visitantes. Entre las características de éste están: a) toda la ciudad o comunidad es un pabellón susceptible de ser visitada; b) la creación de sistemas y mecanismos que ayuden a disfrutar más el paseo por la ciudad o comunidad; c) descubrir los recursos escondidos; d) aprovechar las fortalezas del lugar turístico. Incluye tres modalidades: visitas guiadas; experiencias únicas del lugar; y, experiencias gastronómicas gourmet características del lugar.

Las Tienda Antena (TA) surgen del modelo japonés, son concebidas con la idea de ser receptoras de información, por parte del mercado, es decir es una manera de hacer estudio de mercado en tiempo real del nivel de aceptación de los bienes y servicios que ahí se ofrecen. Además es un punto de promoción, y exhibición de los productos nuevos y existentes, así como productos potenciales a desarrollar.

*Tabla 1. Tipologías de Tienda Antena, Fuente: Guía de implementación de la Estrategia de Desarrollo Económico Local “Un Pueblo, Un Producto El Salvador”, 2015*

<p><b>Tienda Antena Fija</b></p> 	<p><b>Finalidad:</b> promoción del movimiento y de los productos que identifican a los pueblos que integran el movimiento. Este recurso permite enlaces comerciales entre productores y consumidores.</p> <p><b>Función:</b> orientadas a la promoción, por lo que los productos deben ser locales con un nivel de desarrollo alto.</p> <p><b>Estructura:</b> pequeña y sofisticada, ubicada en ciudades grandes o turísticas y/o aeropuertos.</p> <p><b>Características:</b> exposición de productos trazables de originalidad e identidad con alto valor económico, poca rentabilidad por ser dedicadas a la recepción de información y dependiendo de la zona en la que se encuentren.</p> <p><b>Administración:</b> generalmente son de administración pública - gobierno central o local-, o grupo de empresarios que forman parte del movimiento (comité, red o asocio)</p>
--	---

5. Exhibición viene de Onpaku del modelo japonés que es exhibición de productos, para realizar promoción y venta de los bienes y servicios locales.; modelo de marketing enfocado en la promoción, visibilizando los productos del territorio

6. Vivencial equivale a decir a Nagasaki en el modelo japonés.



Tienda  
de paso  
(Michinoeki)

**Finalidad:** comercialización de productos locales.

**Función:** facilitar un lugar de descanso a los viajeros, y propiciar el consumo de productos locales a precios accesibles, dedicadas directamente a la comercialización.

**Estructura:** ubicada en carreteras o en las en las cercanías del lugar de producción, con infraestructura para el descanso de los viajeros.

**Características:** deben ofertar solamente productos de la localidad y trazable de originalidad e identidad y cumplir con las necesidades básicas de los viajeros, alta rentabilidad y precios accesibles.

**Administración:** puede ser variable, en dependencia del objetivo pueden ser privadas o administradas por el comité.

Tiendas  
Antena  
Itinerantes

**Finalidad:** comercialización y promoción de los productos identitarios y del Movimiento Un Pueblo Un Producto.

**Función:** busca acercar el producto al consumidor, agrupando los productos identitarios y del movimiento en el mismo lugar para su exhibición y comercialización.

**Estructura:** móviles que permiten su circulación por diferentes puntos del país.

**Características:** son de carácter temporal, alta rentabilidad, por lo general se aprovecha el desarrollo de alguna festividad en el territorio o algún atractivo turístico para su montaje. Los productos son de la localidad y trazable originalidad e identitario a un costo bajo.

**Administración:** gestionadas de forma conjunta entre el gobierno y las organizaciones locales, especialmente los comités de Un Pueblo Un Producto.

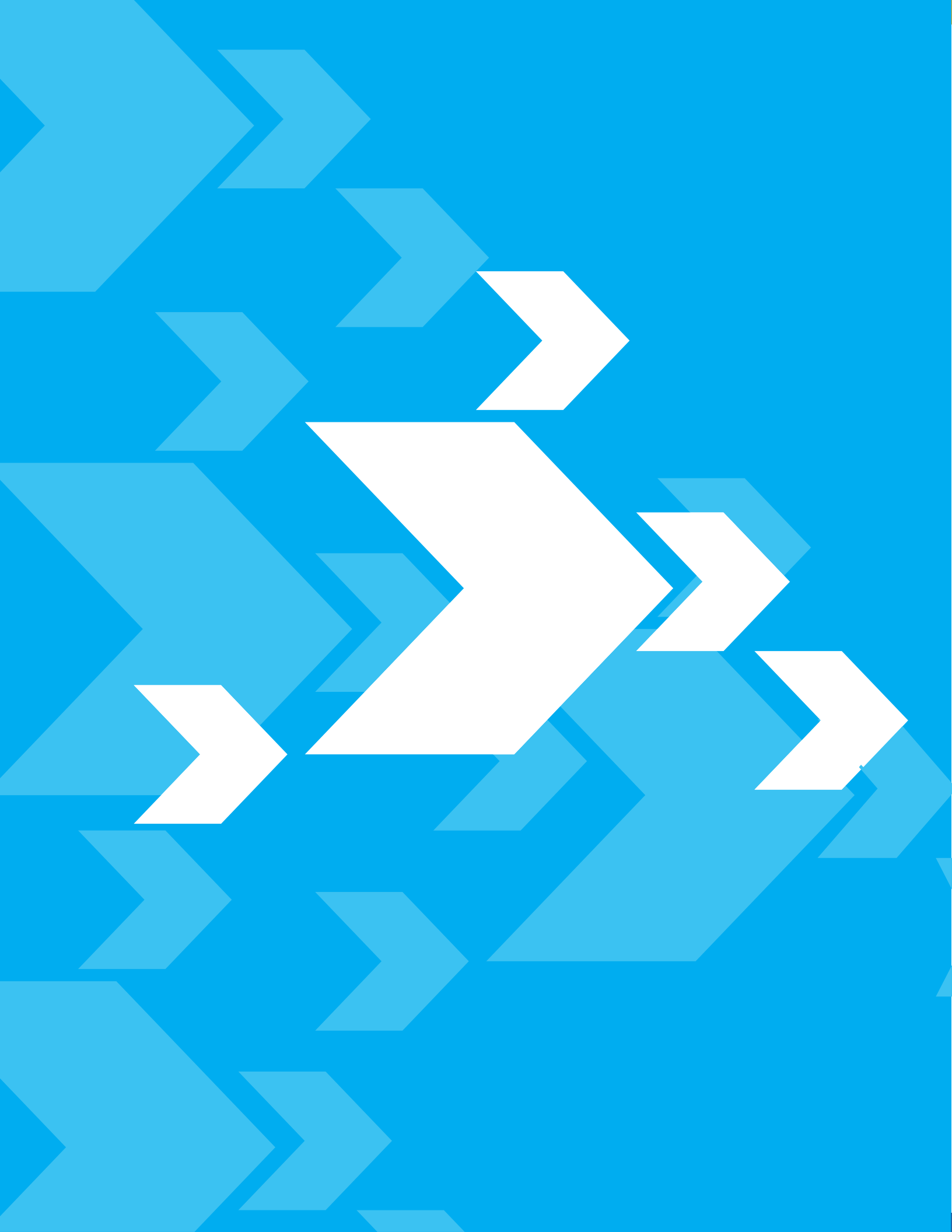


De acuerdo al experto Tomonori Uchikawa<sup>7</sup>, “las tiendas antena tienen la funcionalidad de ser tiendas pequeñas de prueba, para dar a conocer potenciales productivos, prototipos o muestras de nuevas propuesta de productos y servicios, para identificar y conocer la opinión de los clientes, como su aceptación y gustos”

**4. Monitoreo y evaluación**, contar con indicadores que permitan identificar de manera objetiva el nivel de avance del territorio en términos de organización del movimiento, el desarrollo de la industria local distintiva y la aplicación de modelos de exhibición y comercialización. Permitiendo la toma de decisión oportuna sustentada en criterios técnicos, que faciliten el desarrollo del Movimiento Un Pueblo Un Producto en los territorios en el mediano y largo plazo.

---

7. Fragmento tomado de manual de implementación OVOP Guatemala.





# ¿Por qué un Manual Operativo?

La Gerencia un Pueblo Un Producto dada su amplitud en cobertura e integración de actores locales y nacionales, y la exigencia de competencias y habilidades para su implementación ha considerado necesario contar con una herramienta eficaz que marque la pauta y homologue los pasos a seguir, describiendo de manera sencilla, clara y concreta para que los responsables directos de su implementación en los territorios cuenten con una guía que contribuya a su gestión.

La información de este manual responde a las necesidades planteadas y observadas luego de la experiencia de implementación desde 2010, registrando experiencias exitosas y aciertos que sin duda alguna podrán contribuir al buen desarrollo en otros casos, consolidando aspectos técnicos que conforman contenidos sustantivos, determinados en el diseño conceptual del Movimiento Un Pueblo Un Producto, y que aporte a la experiencia futura.

## Objetivo General

Ser la herramienta de apoyo en la puesta en marcha del Programa Un Pueblo Un Producto que oriente las operaciones, responsabilidades y procedimientos, en el territorio nacional, garantizando uniformidad considerando las características de los territorios.

## Objetivos Específicos

1. Contar con procedimientos que describan el paso a paso de manera sencilla, concreta y técnica la conducción del Movimiento Un Pueblo Un Producto en sus diferentes fases, para ser aplicadas en el trabajo territorial con los municipios que lo conforman.
2. Dotar de una base conceptual práctica que conduzca a la conformación de empresas que integren el Movimiento un Pueblo un Producto
3. Facilitar instrumentos orientados a la documentación del trabajo implementados en los territorios y medición de resultados que permitan conocer el avance de las personas, las empresas y el municipio.



# Visión Global del Manual Operativo

El movimiento Un Pueblo Un Producto espera encontrar una plataforma que potencie el desarrollo de un modelo de negocio que busca sinergias entre los actores territoriales y nacionales, con la finalidad de introducirse al mercado de manera competitiva.

Un Pueblo Un Producto para su operativización distingue tres elementos fundamentales:

- **El proceso de sensibilización** de actores territoriales y liderazgos empresariales, que trata sobre la filosofía del movimiento y el alcance de la política pública Un Pueblo Un Producto. Que va desde reuniones de trabajo, campañas de posicionamiento de productos identitarios, intercambio de experiencias, encuentro de los pueblos y tiendas antenas itinerantes, entre otras iniciativas.
- **Construcción organizativa** en donde cada fuerza viva presente en el territorio exponga sus intenciones y se consoliden en una sola visión, adquiriendo el compromiso de adoptar la estrategia del Movimiento y la Política Nacional Un Pueblo Un Producto dentro de la dinámica económica del territorio.
- **Estructura organizacional** consiste en la conformación de una articulación funcional participativa, representativa y comprometida con el que hacer del Movimiento Un Pueblo Un Producto, que active un eje vertical de manera operativa y estratégica; y horizontal en consonancia con la cohesión de las sub estructuras.

Estos elementos junto con la ruta de implementación de la estrategia convergen para la implementación del movimiento en los territorios, a partir de una dinámica operativa que reúne un saber-saber, un saber-hacer y un saber-ser.

Bajo el Saber – Saber los territorios contarán con aspectos cognoscitivos, que parten de la sensibilización y van hacia el manejo de técnicas y de herramientas que faciliten la gestión del movimiento, que llevará a la implementación de los procesos orientados bajo la ruta de implementación que son denominadas fases en este manual (proceso de intervención) o saber-hacer el movimiento, que reúne una serie de pasos para la construcción organizativa y conformación de la organización, que una vez en la marcha y funcionando, conducirán al saber – ser el movimiento, constituyendo una visión colectiva que dinamizará el desarrollo económico y social, aportando al crecimiento de las empresas y las personas. Esta dinámica territorial será medida a partir de la construcción de indicadores de base, de los indicados en los planes operativos que conlleva el proceso de intervención o ruta de implementación para el seguimiento, monitoreo y evaluación, así como indicadores de la política nacional Un Pueblo Un Producto, que darán una cuantificación económica del impacto en los territorios y del avance en la consolidación del movimiento.

La ilustración 4 consolida los componentes que ordenan la conformación de una visión colectiva fundamentada en los principios del movimiento y la ruta de implementación de la estrategia Un Pueblo Un Producto.

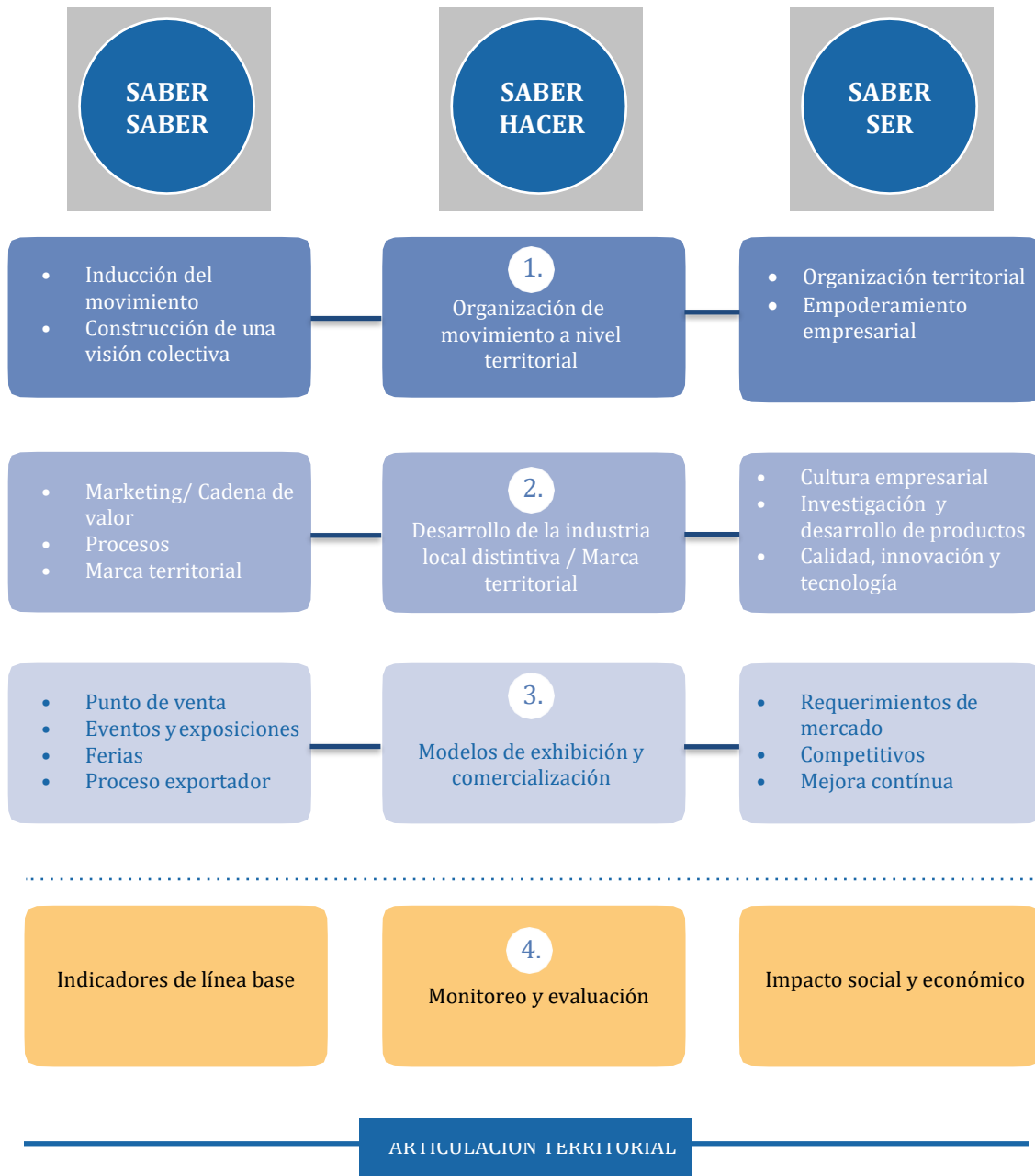
COPIA CONTROLADA PARA DIVULGACION

Autorizado en Punto 5.2.1 del Acta 19 de la sesión de Junta Directiva del 14 de diciembre de 2018





Ilustración 4. Visión global del manual operativo. Elaboración Propia.





# Competencias requeridas para el Equipo Técnico

El equipo técnico está conformado por el personal técnico de los Centros Regionales de la CONAMYPE y de los Centros de Desarrollo Artesanal (CEDART), así como quienes lo lideran, cuya misión principal será la identificación de territorios que cuenten con productos identitarios y cuya comunidad quiera llevar a cabo el desarrollo endógeno a través de éste, la formación de capacidades empresariales en la implementación de Un Pueblo Un Producto, la asesoría y el acompañamiento durante la puesta en marcha de planes relacionados con la formulación y ejecución de las fases del proceso de consolidación del movimiento Un Pueblo Un Producto en el territorio.

## Competencias clave

Se trata de las capacidades profesionales compuestas por conocimientos, experiencias, actitudes y habilidades, que marcan el criterio técnico para proceder en el ámbito de trabajo, que exige tres niveles: las personales, las interpersonales y las empresariales.

*Tabla 2. Competencias Clave Requeridas para el Equipo Técnico encargado de implementar el Movimiento Un Pueblo, Un Producto en los territorios.*

Competencias	Descripción	
Personales	Creatividad	Necesaria para la identificación de oferta y demanda en los municipios o territorios, capacidad de generar conceptos a partir de esa oferta y demanda local, asociación de ideas y conceptos conocidos, de las que generalmente surgen nuevos conceptos.
	Autocrítica	Para un análisis objetivo y crítico acerca de los resultados obtenidos y el proceso llevado a cabo durante el diseño y puesta en marcha de fases de la ruta de implementación de la estrategia de Un Pueblo Un Producto.
	Determinación	Se refiere a la actitud decidida y persistente de la puesta en marcha y la consecución de iniciativas. Es la habilidad de conducir cambios con la responsabilidad necesaria, importante en la consolidación del movimiento Un Pueblo Un Producto.

COPIA CONTROLADA PARA DIVULGACION

Autorizado en Punto 5.2.1 del Acta 19 de la sesión de Junta Directiva del 14 de diciembre de 2018



Competencias	Descripción	
Interpersonales	Comunicación	<p>Es la capacidad para gestionar y transmitir conocimientos, habilidades y destrezas a las personas integrantes de la comunidad que requieran conocer y formarse en el desarrollo del movimiento Un Pueblo Un Producto.</p> <p>Incluye capacidad de escuchar y transmitir ideas de forma efectiva, empleando canales y técnicas adecuados, ofreciendo información clara y concreta.</p>
	Implicación o Carisma	<p>Actitud para obtener el compromiso de las personas participantes en el proceso de implementar la estrategia Un Pueblo Un Producto, inspirando confianza dando sentido a su trabajo y motivándoles a la consecución de objetivos.</p>
	Respeto	<p>Relaciones de colaboración mutua y duradera, sin detrimento de su sexo, religión, raza o ideología política.</p> <p>Es la simple tolerancia o aceptación de lo que es diferente a lo que se cree correcto y válido, reconociendo la opinión de la contraparte, valorando, y considerando las diferencias.</p>
De Negocio	Visión de Futuro	<p>Entendida como la habilidad para reconocer y explorar oportunidades de mercado, explorando la oferta territorial y la demanda de los grupos asistidos, en miras a la competitividad y la efectividad colectiva en torno al movimiento Un Pueblo Un Producto.</p>
	Negociación	<p>Esta es la habilidad desarrollada para distinguir posiciones y establecer acuerdos satisfactorios y comunes entre los integrantes de la comunidad, municipio o territorio.</p>
	Redes de Apoyo "Networking"	<p>Para identificar, desarrollar y mantener una red de actores clave en los territorios o municipios, facilitando su articulación para el diseño e implementación de planes operativos para el crecimiento personal y empresarial.</p>



## Funciones Específicas Requeridas para el Movimiento Un Pueblo Un Producto

Considerando que los responsables directos de la asesoría y acompañamiento a las personas empresarias o emprendedoras será el personal técnico de los Centros Regionales de la CONAMYPE o de los Centros de Desarrollo Artesanal (CEDART) se requiere que aporten al proceso lo siguiente:

- Asesorar y/o acompañar el proceso de intervención desarrollado en este manual, en los territorios designados.
- Reportar directamente a la coordinación o jefatura del Centro Regional o CEDART.
- Cada Jefatura del Centro Regional o CEDART informará a la Gerencia Un Pueblo Un Producto sobre el seguimiento, monitoreo y evaluación realizado a cada territorio, además de hacer llegar los datos y documentos que sean requeridos de acuerdo al proceso de intervención desarrollado en este manual.
- Hacer propuestas de mejora y/o innovación a los pasos desarrollados en el proceso de intervención de acuerdo a las necesidades particulares de cada uno de los territorios.
- Garantizar la fidelidad y veracidad de la información acerca de la implementación para la consolidación del Movimiento Un Pueblo Un Producto.
- Contribuir a la articulación territorial y a la identificación de nuevos actores que puedan sumarse a la estructura y consolidación del movimiento Un Pueblo Un Producto.
- Vincular con otras iniciativas territoriales relacionadas con el desarrollo de productos y/o empresas, que contribuyan a la construcción de una cultura empresarial fundamentada en la calidad, innovación, la competitividad, y la mejora continua.

## Manual de Facilitación

El manual de facilitación de Un Pueblo Un Producto constituye una herramienta para el desarrollo cognoscitivo sobre temáticas empresariales y de carácter específico sobre Un Pueblo Un Producto, el cual contiene cuatro módulos que serán ejecutados por el personal técnico de los centros regionales o CEDART con la finalidad de contribuir a la consolidación del movimiento en los territorios a través de la transferencia de conceptos y herramientas a personas empresarias y actores territoriales, para la puesta en práctica en el terreno; y un módulo inicial o de inducción a cargo de la Gerencia Un Pueblo Un Producto, con la finalidad de preparar con los lineamientos, requerimientos de información y conceptos a ser aplicados en la gestión del proceso de intervención o ruta de implementación de la estrategia Un Pueblo Un Producto.



*Tabla 3. Módulos de Formación para la Implementación del Movimiento Un Pueblo, Un Producto en los Territorios. Formación de Capacidades Territoriales.*

Módulo: Inducción al Personal Técnico de los Centros Regionales y/o CEDART	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptos Principales de Un Pueblo Un Producto</li> <li>• Herramientas de Gestión</li> <li>• Técnicas y Herramientas de Facilitación</li> </ul>
MÓDULO 1: Organización del Movimiento a Nivel Territorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generalidades del movimiento Un Pueblo Un Producto</li> <li>• Marca territorial y sus ventajas.</li> <li>• Diferentes modelos de comercialización del movimiento.</li> <li>• Herramientas para la planificación: FODA y Presupuesto</li> <li>• Generalidades de administración y marketing</li> <li>• Asociatividad y Liderazgo</li> <li>• Negociación y acuerdos efectivos</li> </ul>
MÓDULO 2: Industria Local Distintiva (ILD)/ Marca Territorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca territorial</li> <li>• Construcción de la visión colectiva del movimiento</li> <li>• Desarrollo de la Industria Local Distintiva</li> <li>• Desarrollo de la Industria Local Distintiva: Cadena de valor y Cluster</li> <li>• Marketing - Desarrollo de marca (branding) y posicionamiento, imagen del producto y de la empresa</li> <li>• Estudio y Análisis de Mercados</li> <li>• Gestión de Ventas</li> </ul>
MÓDULO 3: Modelos de Exhibición y Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelos de Exhibición y Merchandising</li> <li>• Plan de comercialización</li> <li>• Puntos de ventas, desarrollo de estrategias de exposición, eventos, encuentros y ferias</li> <li>• ¿Cómo me preparo para exportar?</li> </ul>
MÓDULO 4: Seguimiento, Monitoreo y Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento, Monitoreo y Evaluación en el marco de Un Pueblo Un Producto</li> </ul>



## Metodología de Facilitación

La metodología seleccionada es “Aprender-Haciendo” que se enfoca en valorar los aprendizajes experimentales (experiencia vivida de las participantes) sobre el académico o teórico, parte de la premisa “Si escucho, olvido; si veo, aprendo; pero si lo hago, lo entiendo”, sin obviar el aprendizaje de conceptos.

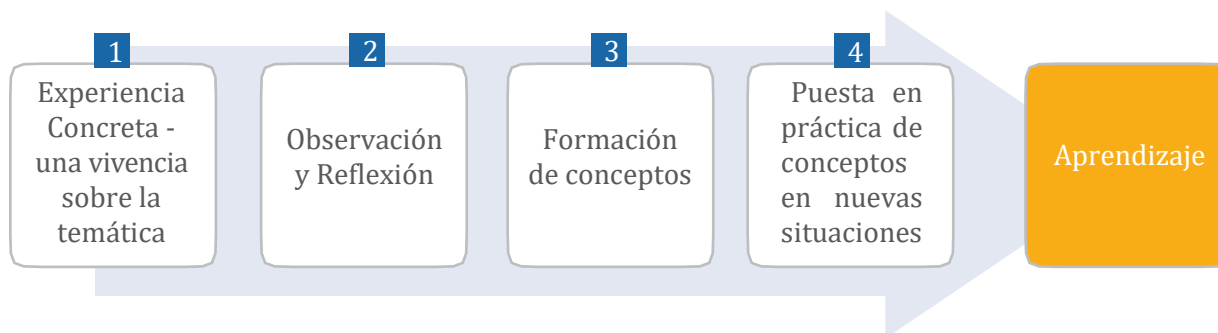
Esta metodología hace reflexionar a la persona participante acerca de lo vivido, de lo visto, lo pensado y sentido durante el desarrollo de la capacitación, taller, dinámica o juegos, con el objetivo de crear habilidades que respondan de una manera flexible y creativa ante los retos emprendedores y empresariales.

La aplicación de esta metodología no exige un alto grado de escolaridad y es recomendado con personas adultas, ya que permite la explicación de un tema o concepto de manera vivencial, que lleva a un mejor aprendizaje e impacto en la vida cotidiana. Facilita la integración de conceptos inclusivos, creando un ambiente participativo y respetuoso.

Dentro de las Ventajas de la metodología Aprender-Haciendo podemos mencionar:

Duración y Permanencia:	Persona Eje Principal:	Relevancia y Autenticidad:	Toma de Decisiones:
Los aprendizajes son más duraderos porque intervienen todas las dimensiones humanas: psíquica, social y física.	Ocupa un lugar central y aprende más de sus propias experiencias y reflexiones.	Sólo cuando el aprendizaje es relevante para el/ la participante, el aprendizaje es auténtico.	Tendrá la solvencia para solucionar problemas reales que se le presente en su vida empresarial.

El ciclo del aprendizaje a través de la metodología Aprender-Haciendo se ilustra a continuación:



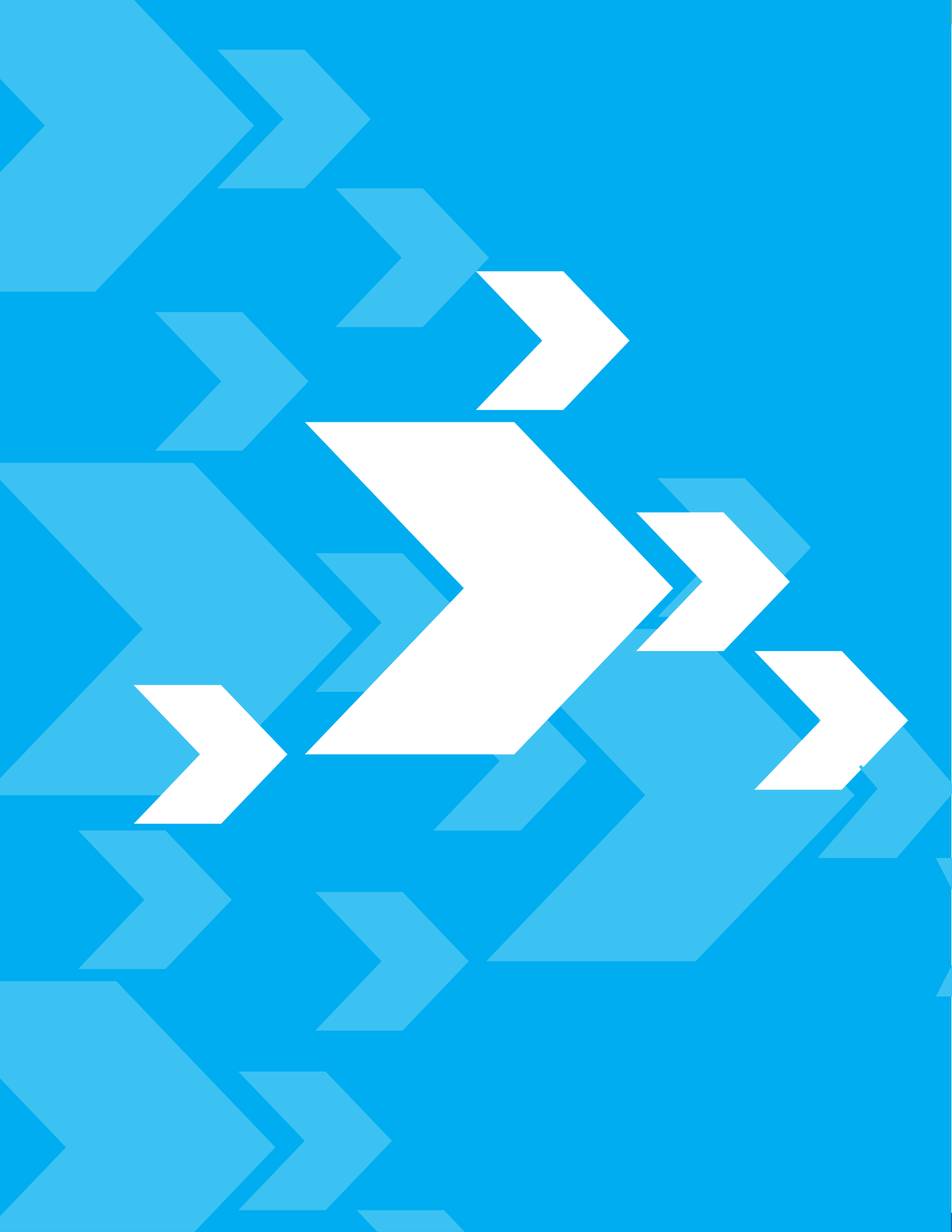


La estructura del Manual de Facilitación para cada módulo se presenta de la siguiente manera:

*Ilustración 5. Estructura Manual de Facilitación para el Movimiento Un Pueblo, Un Producto. Elaboración Propia.*



Con esta estructura se pretende brindar un marco completo para el desarrollo de las jornadas y temáticas, estimando en la mayoría de los casos 2 horas de duración.







# Estrategia de Articulación

Esta estructura responde al enfoque de territorialización de las políticas públicas del Gobierno de El Salvador, que busca la descentralización de las competencias y la desconcentración de funciones para que exista mayor cercanía entre el Gobierno y la ciudadanía. Estructura que tiene su asidero en la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa<sup>6</sup>, instrumento orientador de las políticas macroeconómicas y sociales del país en lo que se refiere a las MYPE, con el objeto para contribuir de manera efectiva al desarrollo económico territorial de forma sostenible; considerando el crecimiento de las personas y su entorno, en este caso alinear el crecimiento del sector MYPE dedicados a destacar sus raíces identitarias.

Esta estructura se acompaña de la coordinación y articulación de las instituciones del gobierno central de acuerdo a su área de gestión que complementen el esfuerzo especializado para las MYPE de Un Pueblo Un Producto, acompañados de otros actores nacionales y locales, como la academia, las agencias de cooperación internacional, gobiernos locales y sociedad civil en general.

El movimiento Un Pueblo Un Producto requiere de una estrategia que permita la construcción de una estructura o subsistema especializado para la dinamización del movimiento en los territorios, integrada por tres niveles: a nivel territorial por los Comités Un Pueblo Un Producto (CPP), a nivel nacional por la Red Nacional Un Pueblo Un Producto (RNPP) y a nivel directivo por el Consejo Asesor Un Pueblo Un Producto (CAPP).

Estos niveles conforman una estructura funcional representativa que influya en la formación y desarrollo de acciones y estrategias inmersas en los principios del movimiento (Pensar Global, Actuar Local; Autonomía y Creatividad; Desarrollo del Recurso Humano) operativizados en los tres elementos fundamentales: proceso de sensibilización, construcción organizativa y la estructura organizacional.

Este subsistema se concatena de forma natural al Sistema MYPE, siendo un mecanismo de articulación estratégico para impulsar el movimiento y su Política, verticalizando desde los niveles de intervención -territorial, nacional y directivo-, para propiciar las condiciones para el desarrollo de la capacidad creativa e innovadora de los Pueblos con una perspectiva de crecimiento económico territorial.

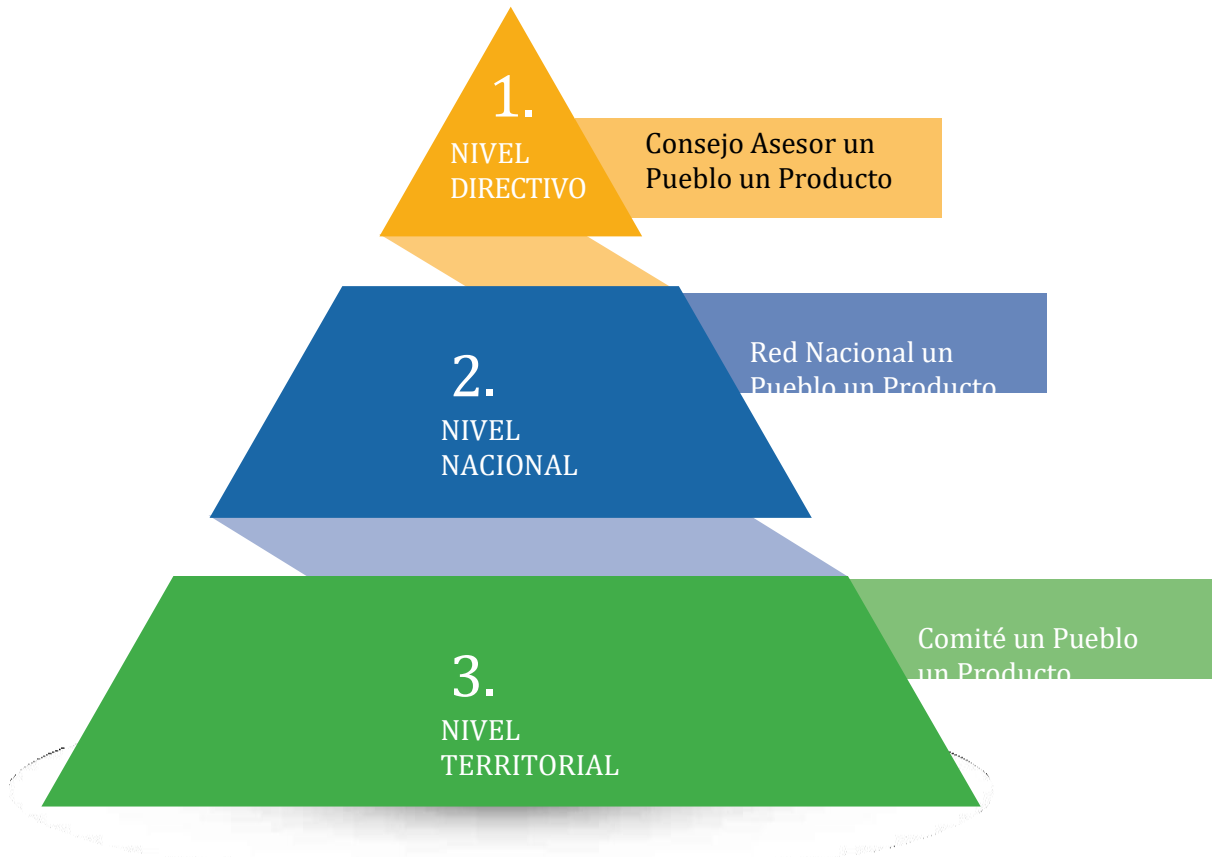
La presentación de los niveles de la estructura organizativa planteada, es de abajo hacia arriba, es decir, del nivel tres al uno, para enlazar naturalmente desde el nivel operativo que se encarga de dinamizar el movimiento en los territorios tanto a nivel local como nacional hasta el nivel estratégico, que dará lineamientos en torno a la competitividad y sostenibilidad de Un Pueblo, Un Producto, así como del crecimiento y desarrollo empresarial.

---

6. que fue aprobada por la Asamblea Legislativa el 25 de Abril del 2014 y entró en vigencia el 28 de Mayo del 2014



Ilustración 6. Estructura Organizativa del Movimiento Un Pueblo Un Producto.



**NIVEL 3:**  
Territorial  
Estructura:  
Comité Un Pueblo  
Un Producto

**Marco de Trabajo:** constituye la base para el desarrollo, conglomerando actores que contribuyan desde la identificación de productos identitarios, recursos, materias primas, potenciales mercados y socios, para implementar proceso concertado en la construcción de capacidades empresariales, desde lo local hacia lo regional y nacional, hasta lo global. Trabajando para ubicarse y posicionarse en mercados de consumos local atrayendo a foráneos, volviéndoles innovadores y competitivos.

**Finalidad:** Se espera que esta sumatoria de capacidades territoriales coadyuve esfuerzos y experiencias para el acompañamiento, vinculación y asesoría; de las MYPE del Movimiento de Un Pueblo Un Producto.

**Potenciales Integrantes:** los diferentes sectores económicos identificados en el municipio, las instituciones públicas y privadas presentes en el territorio, así como sociedad civil organizada y empresa privada.

COPIA CONTROLADA PARA DIVULGACION

Autorizado en Punto 5.2.1 del Acta 19 de la sesión de Junta Directiva del 14 de diciembre de 2018



# 3

**Mecanismo de Trabajo:** reuniones periódicas según lo acuerden, sugiriendo que sea al menos una cada mes, con la finalidad de dar seguimiento a las MYPE e iniciativas productivas identitarias con proyección de desarrollo. Los acuerdos de dichas reuniones serán registradas en un libro de actas, para su seguimiento.

**Organización:** El Comité Un Pueblo Un Producto elegirá un Coordinador o Coordinadora, quién presidirá las reuniones y el seguimiento de los acuerdos; un Secretario o Secretaria, que realizará las convocatorias y será responsable del registro de acuerdos y su resguardo.

Estos cargos deberán tener una duración de al menos un año.

**Perfil para integrar el Comité:** Personas que se destaquen por su responsabilidad, el compromiso y voluntad de trabajar por el desarrollo económico del territorio, el reconocido liderazgo de sus actuaciones, y sobre todo su identificación con el bienestar colectivo.

**Elección del Comité:** Identificado el perfil, los llamados a conformar el Comité Un Pueblo Un Producto expresarán su voluntad firmemente, aceptando el nombramiento y asumiendo las responsabilidades para con el territorio.

**Formalización del Comité:** Acta del nombramiento.

## Nivel 2:

Nacional  
Estructura:  
Red Nacional  
Un Pueblo Un  
Producto

**Marco de Trabajo:** Mecanismo de seguimiento para conocer los principales avances en el territorio en la organización y desarrollo de industria local distintiva /marca territorial, entre otros, además de compartir experiencias y concebir estrategias que faciliten el avance de todos.

**Finalidad:** dar seguimiento al nivel territorial brindando lineamientos operativos y recomendaciones orientados a fortalecer el movimiento, para que sea competitivo y sostenible en los territorios.

**Potenciales Integrantes:** Se conformará por un máximo de 14 representantes de los Comités Un Pueblo Un Producto, uno por departamento del país; y dos representantes de la Sociedad Civil Organizada, haciendo un total de 16 integrantes.

**Mecanismo de Trabajo:** se reunirá con una frecuencia trimestral para tomar acuerdos consensuados a partir de dar seguimiento al nivel territorial brindando lineamientos operativos y recomendaciones orientados a fortalecer el movimiento, para que sea competitivo y sostenible en los territorios.

Estas recomendaciones y lineamientos serán razonados, de forma tal que los territorios se sientan representados. En caso de no obtener el consenso, se analizarán las diferencias considerando el territorio que las expone, dejando registro de ello.

**Organización:** La CONAMYPE convocará a la Red Nacional Un Pueblo Un Producto, será responsable de destacar los avances, dar a conocer próximas actividades, además de llevar un registro de los acuerdos y su seguimiento; quién represente a la institución enviará los resultados de la reunión a la Dirección Ejecutiva de la CONAMYPE, quién se encargará de poner al tanto al Consejo Asesor de Un Pueblo Un Producto, cuando corresponda.



Esta Red Nacional podrá estar presidida por la CONAMYPE a través de la Gerencia Un Pueblo Un Producto.

Será conveniente elegir una persona propietaria y suplemente para cada integrante de la Red Nacional Un Pueblo Un Producto.

**Perfil para integrar la Red Nacional Un Pueblo Un Producto:** Se espera que las personas electas en esta Asamblea General, sean consideradas por su representatividad territorial, la experiencia acumulada en el movimiento Un Pueblo Un Producto, el acompañamiento brindado a las MYPE del territorio de Un Pueblo Un Producto, entre las características más destacadas.

En la medida de lo posible se recomienda considerar la participación de las mujeres para integrar sus necesidades e intereses en el desarrollo de productos identitarios y en la puesta en marcha de empresas bajo esta visión.

**Elección de la Red Nacional Un Pueblo Un Producto:** El Comité de la Red Nacional será elegido en Asamblea General de los Comités Un Pueblo Un Producto, que será ejecutada cada tres años.

Las personas representantes de los Comités Un Pueblo Un Producto elegidas en Asamblea General contarán con representación democrática como resultado de la elección de éstos en los Comités (Nivel Territorial). Las personas electas asistirán a la Asamblea General convocada y precedida por la CONAMYPE. Dicha Asamblea se llevará a cabo si hay representatividad territorial, considerando un valor adicional al 50% de la asistencia posible, en caso de no contar con ello se procederá a la segunda convocatoria, la cual se llevará a cabo con la concurrencia lograda.

**Formalización de la Red Nacional:** Acta de Elección y lista de asistencia.



## Nivel 1:

Directivo  
Estructura:  
Consejo Asesor  
Un Pueblo Un  
Producto

**Marco de Trabajo:** facilitar elementos que encaminen las acciones hacia el logro definido para la política nacional Un Pueblo Un Producto, estará vigilante de la movilidad del entorno para reorientar los lineamientos en caso de ser necesario, teniendo siempre en la mira la creación de oportunidades, en condiciones de igualdad y empleabilidad, a partir de productividad e identidad territorial.

**Finalidad:** instancia estratégica a nivel nacional, que se encargará de velar por que las acciones consideradas y ejecutadas estén orientadas a que el Movimiento Un Pueblo Un Producto sea más competitivo y sostenible, que potencie y desarrolle un tejido empresarial empoderado y articulado.

**Potenciales Integrantes:** estará conformado por Instituciones del Gobierno Central vinculadas el logro de los objetivos de la Política Nacional Un Pueblo Un Producto: Representantes de la Sociedad Civil Organizada especializada en el desarrollo de la micro y pequeña empresa, además de aquellas que se dediquen al rescate de las tradiciones identitarias nacionales (2), y representantes de la Red Nacional Un Pueblo Un Producto (1).

Las instituciones llamadas a conformar el Consejo Asesor Un Pueblo Un Producto serán: MINEC/ FONDEPRO, PROESA, MITUR, CNR, SECULTURA, CNC. Formarán parte de este consejo el MARN y el ISDEMU, como garantes de la incorporación de los ejes transversales de ésta política nacional. Se invitará a que COMURES como gremial representativa de los Alcaldes y Alcaldesas delegue a un representante.

**Mecanismo de Trabajo:** Este Consejo brindará elementos que encaminen las acciones hacia el logro del alcance definido para la política nacional Un Pueblo Un Producto, estará vigilante de la movilidad del entorno para reorientar los lineamientos en caso de



ser necesario, teniendo siempre en la mira la creación de oportunidades, inclusión y empleabilidad, a partir de productividad e identidad territorial.

**Organización:** Este Consejo Asesor será coordinado por la CONAMYPE, quién será la instancia responsable de registrar los acuerdos de las reuniones e informar a quién corresponda, así como analizar y tomar decisiones sobre el avance de la implementación de la Política Nacional Un Pueblo Un Producto, las cuales serán consensuadas y analizadas por dicho Consejo.

**Perfil para integrar el Comité:** Se espera que este representado por el funcionario/a de mayor nivel jerárquico de las institución parte o quién éste designe para tal fin.

**Elección del Comité:** La representación ante este Consejo por la Red Nacional Un Pueblo Un Producto, está sujeta a la elección democrática ante el mismo, considerando criterios para la candidatura sobre la experiencia en la implementación del movimiento en el territorio, el compromiso y la responsabilidad. Se sugiere nombrar una persona propietaria y una suplente.

En cuanto a la representación de la sociedad civil organizada, pueden ser llamadas a presentar declaraciones de intención a la CONAMYPE, adicionando su experiencia y marco de acción territorial y experiencia de trabajo con las MYPE, para que sea evaluada, y luego seleccionada frente a un comité evaluador nombrado por la Dirección Ejecutiva de la CONAMYPE, el cual será responsable de analizar las acreditaciones presentadas y calificarlas.

**Formalización del Comité:** Acta de Conformación ratificada por la máxima autoridad de la CONAMYPE

Se cuenta con un marco normativo para la estrategia de articulación en el que se detalla la operación y relación entre los diferentes niveles, la cual esta dispuesta en el anexo de este manual







# El Proceso de Intervención o Ruta de Implementación de la Estrategia Un Pueblo Un Producto

El proceso de intervención se fundamenta en la ruta de implementación de la estrategia Un Pueblo Un Producto y en la Política Nacional Un Pueblo Un Producto, consolidando en 4 grandes fases el trabajo territorial y de gestión para la construcción colectiva del movimiento en los municipios.

A continuación se presenta el objetivo de cada una de las fases, su tiempo estimado de duración. Algunos pasos de las fases podrían desarrollarse de forma simultánea, sobre todo aquellas que están relacionadas con el desarrollo de productos y la generación de ingresos.

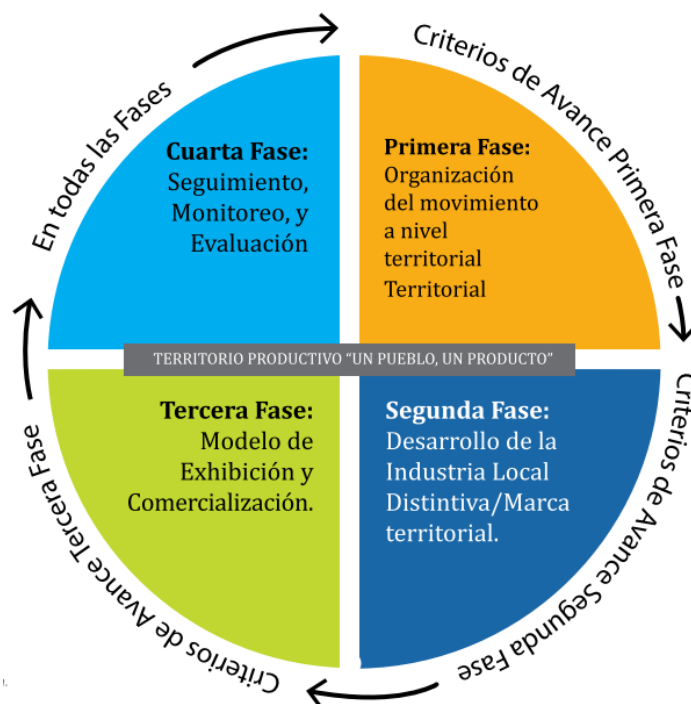
Fase	Síntesis General
Primera Fase: Organización del movimiento a nivel territorial	<p><b>Objetivo:</b> Institucionalizar la estrategia del movimiento Un Pueblo Un Producto por medio de la ejecución de procesos de identificación de riquezas productivas del territorio, la sensibilización en sus principios y la conformación del comité ejecutor de dicho movimiento en cada municipio intervenido.</p> <p><b>Criterios de avance para la siguiente fase:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto identitario estrella seleccionado.</li> <li>• Plan de acción para institucionalizar el movimiento.</li> <li>• Instituciones del territorio integradas en el Comité Un Pueblo un Producto</li> </ul> <p><b>Perfil de salida:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El territorio contará con un diagnóstico territorial que le indique las oportunidades económicas y de alianzas al interior del mismo, así como con otras instancias nacionales.</li> <li>• Las personas que participen del proceso durante esta fase, conocerán acerca de los principios del movimiento y comprenderán la finalidad de cada uno de ellos; además de identificar recursos productivos identitarios, tradicionales o ancestrales.</li> <li>• Se contará con un plan de acción para continuar avanzando en la implementación de las siguientes fases del movimiento Un Pueblo, Un Producto.</li> <li>• Se tendrá identificado un Comité denominado “Comité Un Pueblo, Un Producto” conformado por liderazgos identificados durante la organización del movimiento y las instancias locales.</li> <li>• Iniciada la articulación con instancias territoriales</li> </ul> <p><b>Tiempo estimado de duración:</b> 12 meses</p>

Fase	Síntesis General
<p>Segunda Fase: Desarrollo de la Industria Local Distintiva/Marca territorial.</p>	<p><b>Objetivo:</b> Propiciar las condiciones para el posicionamiento del territorio con base a la calidad de los productos y/o servicios identitarios, apoyándose en diferentes recursos mercadológicos, la innovación, los procesos técnicos y el fortalecimiento del capital humano, en los municipios a intervenir.</p> <p><b>Criterios de avance para la siguiente fase:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca territorial identificada</li> <li>• Plan de acción para la mejora e innovación del producto y de desarrollo de la cadena de valor, iniciado</li> </ul> <p><b>Perfil de salida:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se contará con un plan para fortalecer las capacidades locales para el desarrollo de la cadena de valor y fortalecer competencias y habilidades.</li> <li>• Identificada la marca territorial, e integrados en los procesos productivos y/o servicios los principios de mejora continua, desde la óptica de la innovación y la calidad.</li> <li>• En los territorios que aplique, se contará con un proceso de operación orientado a la construcción de la ILD.</li> </ul> <p><b>Tiempo estimado de duración:</b> 10 meses</p>
<p>Tercera Fase: Modelo de Exhibición y Comercialización.</p>	<p><b>Objetivo:</b> Contar con estrategias de comercialización para implementar canales de venta y de distribución de los productos y/o servicios del Movimiento Un Pueblo, Un Producto, basados en los diferentes modelos de exhibición y comercialización.</p> <p><b>Criterios de avance para la siguiente fase:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo de Exhibición y Comercialización Seleccionado</li> <li>• Modelo de Negocio planificado</li> </ul> <p><b>Perfil de salida:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El territorio contará con experiencia en participar en Ferias y Eventos.</li> <li>• Se contará con al menos un modelo de exhibición y comercialización implementado y con estrategias que marquen la proyección futura.</li> <li>• Modelo de negocios con interrelación entre la oferta y la demanda, estrategias de promoción, estructura organizativa, y desarrollo de nuevos mercados.</li> </ul> <p><b>Tiempo estimado de duración:</b> 12 meses</p>



Fase	Síntesis General
<p>Cuarta Fase: Seguimiento, Monitoreo, y Evaluación</p>	<p><b>Objetivo:</b> Transversalizar, en la implementación del movimiento Un Pueblo Un Producto, el proceso de Seguimiento, Monitoreo y Evaluación, para obtener una métrica pertinente que evidencie el avance y facilite la toma de decisiones en la intervención.</p> <p><b>Criterios de avance para la siguiente fase:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No aplica, transversal, presente en las fases anteriores.</li> </ul> <p>Perfil de salida:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No aplica, transversal, presente en las fases anteriores.</li> </ul> <p><b>Tiempo estimado de duración:</b> 12 meses, de forma continúa, durante todas las fases.</p>
<p><b>Importante:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Algunos pasos de las diferentes fases pueden darse en simultáneo, lo cual esta indicado en cada una de ellas, no obstante, los criterios de avance para la siguiente fase, brinda una idea concreta de lo que se requiere para iniciar con los pasos de otras fases.</li> </ul>	

Ilustración 7. Proceso de Intervención para la Implementación del Movimiento Un Pueblo, Un Producto. Criterios de avance a la siguiente Fase.





# FASE 1:

Organización del movimiento  
a nivel territorial



## Fase 1: Organización del movimiento a nivel territorial.

La organización del movimiento a nivel territorial tendrá sus particularidades en cada uno de los territorios, toma su fundamento en la identidad de cada uno de los pueblos, dependerá en gran medida de la actitud de los actores para la implementación de acciones colectivas que buscan resolver situaciones comunes del entorno económico y social, así como la generación de compromisos enfocados al desarrollo de los territorios; esto hace necesario contar con una base que conduzca a la conformación de una organización que potencie la capacidad comunitaria mediante la integración de las personas a los procesos territoriales y el desarrollo de sus capacidades. Esta fase es clave para lograr el interés de los actores, que concilien sus intereses con los objetivos del movimiento Un Pueblo, Un Producto, para lograr un trabajo articulado con el fin de promover el desarrollo del territorio. Esta fase contribuye a fortalecer 2 indicadores nacionales y un indicador económico a ser consolidado por la gerencia Un Pueblo, Un Producto:

UNIDAD DE MEDIDA	EJE DE LA POLÍTICA
Indicador General Un Pueblo, Un Producto.	Organización y Articulación Local.
Indicador de Capacidades Locales.	Desarrollo De Capacidades Locales.

### Objetivo de la Fase: 1

Institucionalizar la estrategia del movimiento Un Pueblo Un Producto por medio de la ejecución de procesos de identificación de riquezas productivas del territorio, la sensibilización en sus principios y la conformación del comité ejecutor de dicho movimiento en cada municipio intervenido.

La fase de Organización consta de 6 pasos subsecuentes, cada uno con su indicador/producto esperado, que se indican de la siguiente manera:



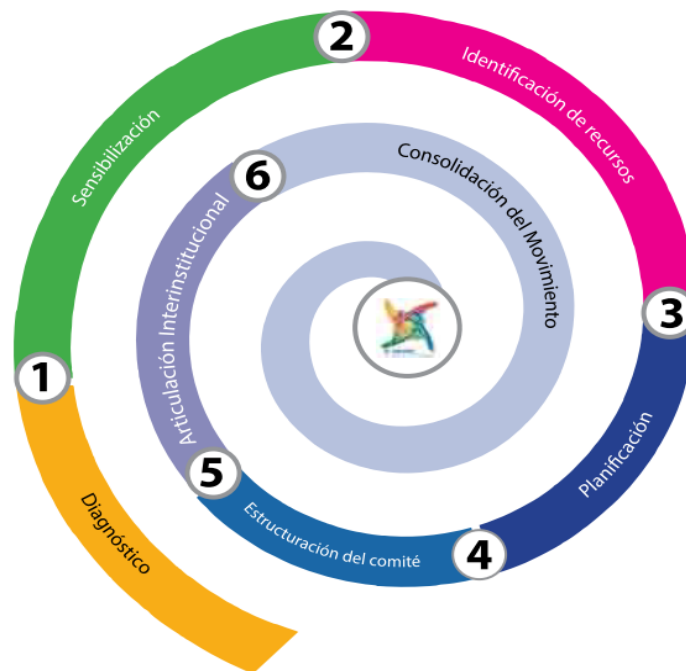
No.	PASO	INDICADOR/PRODUCTO ESPERADO	TIEMPO ESTIMADO
1	Diagnóstico territorial, que busca identificar las oportunidades económicas y de alianzas.	Diagnóstico del territorio aprobado por la Gerencia Un Pueblo, Un Producto	45 días
2	Sensibilización en los principios del movimiento, transversalizados a lo largo de su implementación en las distintas fases, para que se apropien con los principios del movimiento.	Reporte del grado de identificación con los principios del movimiento para medir el nivel de sensibilización	de 1 a 12 meses
3	Identificación de recursos por parte de los actores del territorio para descubrir las riquezas que generen orgullo de sus raíces, utilizando las herramientas provistas por el movimiento.	Determinación del producto estrella que identifica al territorio	30 días
4	El proceso de planificación que consiste en determinar cómo institucionalizar el movimiento y las acciones siguientes a ejecutar.	Formulación del plan de acción	30 días



No.	PASO	INDICADOR/PRODUCTO ESPERADO	TIEMPO ESTIMADO
5	La estructuración del comité que definirá los liderazgos que ejecutarán los planes diseñados por el movimiento.	Acta de conformación del comité con las funciones de cada uno estipuladas	1 día
6	Articulación de las instituciones que tienen presencia territorial, y el movimiento Un Pueblo, Un Producto representado por su comité.	Lista de acercamientos con las instituciones presentes en el territorio.	de 1 a 12 meses

En la ilustración siguiente se muestra la ruta a seguir para la consolidación del movimiento Un Pueblo Un Producto, a partir de la organización a nivel territorial, enlazando con los indicadores esperados con el cumplimiento de cada uno de los pasos, considerando que su ejecución potencia el trabajo y el desarrollo territorial.

*Ilustración 8. Fase 1: Organización del movimiento a nivel territorial, ruta general. Elaboración propia. Fuente: Documentos Gerencia Un Pueblo Un Producto*



Fuente: Documentos Gerencia Un Pueblo Un Producto

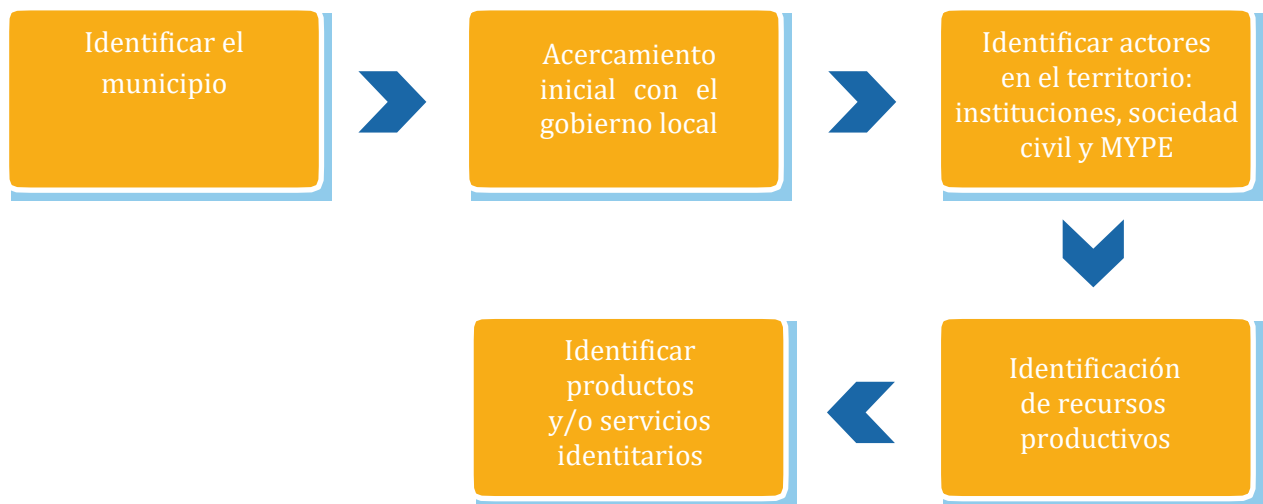


A continuación se desglosan cada uno de los pasos con las distintas actividades previstas a realizar para ejecutar la fase 1 del movimiento:

## PASO:1 Diagnóstico Territorial

Pretende obtener información de base en cada territorio donde se echará andar el movimiento Un Pueblo, Un Producto, para reconocer la situación antes de la implementación, formular estrategias para el trabajo, apropiar a los actores claves, y que a su vez sirva para comparar el avance futuro.

*Ilustración 9. Principales Actividades  
Fase 1: Organización del Movimiento a Nivel Territorial - Paso 1: Diagnóstico Territorial.*



*Elaboración Propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE*





## Ficha de procesos: Organización del movimiento a nivel territorial

### Paso 1: Diagnóstico Territorial

Tiempo estimado

Cuarenta y días (45 días)

Responsables

Jefatura del Centro regional ó CEDART, personal técnico designado

#### DESCRIPCIÓN

La elaboración del diagnóstico del territorio, es de vital importancia en la selección del municipio para que forme parte del movimiento Un Pueblo, Un Producto, este debe contener los insumos necesarios para la toma de decisiones en varios puntos de la ejecución.

Debe contener un análisis de las instituciones que tienen presencia en el territorio ya sea gubernamentales y las no gubernamentales, además de recabar la información sobre el gobierno local y su disponibilidad a participar. Es importante que se contemple como está organizado el movimiento a nivel comunitario.

Además, debe considerar un análisis de la oferta productiva del territorio, así como de los posibles productos que sirvan para traccionar los demás productos en el territorio.

#### ACTIVIDADES

1. Identificar el municipio en el que se hará la intervención
2. Acercamiento inicial con el gobierno local para conocer condiciones, asegurar interés y garantizar apoyo al proceso
3. Identificar las instituciones del gobierno central que cuentan con sede en el municipio, o bien cuál es la más próxima
4. Identificar las instancias de la sociedad civil que cuentan con trabajo en el territorio.
5. Identificar instancias especializadas en trabajo con las MYPE.
6. Identificación de recursos productivos (quien produce u ofrece servicio y cuanto).
7. Identificar productos identitarios con potencial comercial.



## DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Ficha de Participación y Compromiso Municipalidad

## OBSERVACIONES

- Debe considerar que la información recabada tiene que ser clara y estructurada a manera que facilite el seguimiento.
- Debe de analizar la información obtenida para propiciar la disertación y toma decisiones sobre bases concretas y objetivas.
- Se recomienda que la investigación diagnóstica facilite la comparabilidad futura con la línea de base para conocer los avances futuros y la comparabilidad en su desarrollo y con otros territorios.

## PASO:2 Sensibilización

Este paso inicia una vez se conozcan las necesidades territoriales en el diagnóstico, se trata de que las personas se identifiquen con los principios del movimiento Un Pueblo, Un Producto y se apropien de éstos. Profundizar en los principios del movimiento será necesario en demás fases, pues se irán integrando de acuerdo al trabajo que se vaya implementándose, siendo este el momento apropiado su inicio.

*Ilustración 10. Principales Actividades*

*Fase 1: Organización del Movimiento a Nivel Territorial - Paso 2: Sensibilización.*



*Elaboración Propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE*



## Ficha de procesos: Organización del movimiento a nivel territorial

## Paso 2: Sensibilización

Tiempo estimado

De 1 a 12 meses

Responsables

Jefatura del Centro regional ó CEDART, personal técnico designado

### DESCRIPCIÓN

El proceso de sensibilización es uno de los más importantes al implementar la estrategia de desarrollo territorial Un Pueblo, Un Producto, dota de principios que dirigirán la conducción del movimiento con los participantes y esto facilita la comprensión e interiorización de las ideas principales en las que se fundamenta el movimiento.

### ACTIVIDADES

1. Selección de potenciales integrantes del movimiento Un pueblo, Un Producto en coordinación con el gobierno local y otras instancias del municipio, reconociendo el potencial emprendedor y/o empresarial, como el liderazgo.
2. Acercamiento para la coordinación con instancias territoriales que sean reconocidas por las habitantes y/o tales como municipalidad, gobernación, entre otros.
3. Planificación de reunión introductoria para dar a conocer el Movimiento (alcance, requerimiento, visión de trabajo y futura, involucramiento)
4. Convocatoria a reunión.
5. Facilitar jornadas de sensibilización considerando características del público objetivo, y del territorio.
6. Sistematización de insumos obtenidos en jornadas de sensibilización, tales como opiniones, participaciones, principales dudas y cuestionamientos (si los hubiere), inquietudes, aspiraciones.



## DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Manual de facilitación técnica para el movimiento Un Pueblo, Un Producto.
- Guía de facilitación de reunión.
- Formato de convocatoria

## OBSERVACIONES

- Se debe procurar que quienes participen comprendan e interioricen los principios que rigen el movimiento para su futura aplicación en los territorios.

## PASO:3 Identificación de Recursos

Este paso reconoce aquellos productos o servicios con potencial para trabajarse en el marco del movimiento de Un Pueblo, Un Producto, seleccionando entre aquellos que se elaboran y/o comercializan con características identitarias que podrían mejorarse en términos de calidad y características propias del producto y/o servicio; así como aquellos que aún no han sido comercializados o elaborados y que a partir de las características del territorio podrían desarrollarse.

*Ilustración 11. Principales Actividades*

*Fase 1: Organización del Movimiento a Nivel Territorial - Paso 3: Identificación de Recursos.*



*Elaboración Propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE*



## Ficha de procesos: Organización del movimiento a nivel territorial

### Paso 3: Identificación de recursos.

Tiempo estimado

30 días

Responsables

Jefatura del Centro regional ó CEDART, personal técnico designado

#### DESCRIPCIÓN

Identificar las riquezas del territorio, sustentados en las distintas metodologías propuestas por la realización de esta actividad, con el fin de tener una oferta productiva competitiva e identitaria que lleve al desarrollo del municipio.

#### ACTIVIDADES

1. Revisión de diagnóstico territorial (paso1), y de insumos sistematizados en sensibilización (paso2), a fin de obtener datos que facilite la identificación técnica y el reconocimiento de información de base para la preparación de propuestas a ser presentadas a las personas que se han integrado al movimiento.
2. Planificación técnica y validación de reunión de identificación de recursos con jefatura regional.
3. Facilitación de reunión para dar a conocer la metodología D-HOPE, Onpaku, Saruku (de exhibición y comercialización):

**D-Hope:** forma de trabajo colectiva o grupal que define programas vivenciales a partir de los recursos locales identitarios, volviéndole atractivo y abierto al público, busca que las personas reconozcan recursos y actividades locales potenciales que por lo general no han sido identificadas, promoviéndola como parte del desarrollo de la misma, requiere que se integren para su elaboración. (Exhibición descentralizada)

**Onpaku:** exhibición de productos, para realizar promoción y venta de los bienes y servicios locales, en las diferentes modalidades: exhibición visual centralizada o descentralizada; exhibición práctica centralizada o descentralizada.

**Saruku:** refiere a paseo, busca que las personas conozcan los sitios más representativos del territorio, diseñando rutas turísticas para atraer la atención de los visitantes. Incluye tres



## ACTIVIDADES

modalidades: visitas guiadas; experiencias únicas del lugar; y, experiencias de gourmet del propio lugar. Considera la creación de sistemas y mecanismos que ayuden a disfrutar más el paseo por la ciudad o comunidad. Evoca a descubrir recursos escondidos y aprovechar las fortalezas del lugar turístico.

Es importante conocer dichas metodologías pues en torno a la proyección de su implementación se facilita la identificación de recursos disponibles, las posibles sinergias entre quienes estén participando del movimiento, así como posibles mejoras a la oferta del territorio, entre otros.

4. Organización logística de reunión (fecha, lugar, identificación de potenciales interesados y participantes, finalidad, entre otros)
5. Facilitación de reunión de selección de identificación de recursos, propiciando la participación de las personas habitantes del municipio
6. Determinar mecanismo de selección de producto estrella, tales como: consulta pública, encuesta, votación de quienes han participado en las reuniones mostrando interés y proactividad.
 

**Consulta pública:** refiere a un proceso democrático en que se convoca con la colaboración de la municipalidad a liderazgos comunitarios, representantes de instancias públicas y privadas del municipio, representantes y/o integrantes de sectores productivos y empresariales, demás personas que habitan el municipio, se presenta las alternativas y con mano alzada expresan su elección.

**Encuesta,** se pregunta a las personas que habitan el municipio, a liderazgos comunitarios, representantes de instancias públicas y privadas del municipio, representantes y/o integrantes de sectores productivos y empresariales, su elección frente a las propuestas.

**Votación** en la reunión de trabajo con quienes participan frecuentemente, mostrando su elección.
7. Identificar producto estrella y otros que puedan favorecer el posicionamiento el producto estrella y la generación de ingresos, considerando para ambos casos las posibilidades de desarrollo, a partir de uno de los métodos seleccionados (numeral 3) y el mecanismo de selección del mismo (numeral 6)
8. Documentar proceso, levantando acta en la selección del producto estrella, identificando el método seleccionado (numeral 3) y mecanismo utilizado (numeral 6), firmando la representación de la municipalidad designada, representante de CONAMYPE, participantes frecuentes de las reuniones de organización del movimiento Un Pueblo, Un Producto, y lista de asistentes, dotando de transparencia y legitimidad al proceso.



## DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Guía de facilitación de reunión.
- Manual de facilitación técnica para el movimiento Un pueblo, un producto.

## OBSERVACIONES

- Debe aplicarse las distintas metodologías y realizar las consultas populares pertinentes para garantizar el arraigo y la identificación con el producto estrella, así como su potencial comercial.

## PASO:4 Planificación

Una vez las instancias y las personas del territorio convocadas e interesadas en el Movimiento Un Pueblo, Un Producto proceden a mostrar de forma concreta las acciones a realizar para implementar y fortalecer a dicho movimiento dentro del quehacer económico y social del territorio.

*Ilustración 12. Principales Actividades*

*Fase 1: Organización del Movimiento a Nivel Territorial - Paso 4: Planificación.*



*Elaboración Propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE*



## Ficha de procesos: Organización del movimiento a nivel territorial

### Paso 4: Planificación

Tiempo estimado

30 días

Responsables

Jefatura del Centro regional ó CEDART, personal técnico designado

#### DESCRIPCIÓN

La estructuración y definición de un plan de acción que contenga actividades concretas a ser implementadas para fortalecer el movimiento, así como para solventar los posibles obstáculos a los que se enfrentan las personas empresarias del municipio.

Esto permite identificar la ruta a seguir y las personas involucradas en su ejecución, con miras a fortalecer la institucionalidad del comité.

#### ACTIVIDADES

1. Facilitación de jornada de formación sobre las herramientas para la planificación.
2. Facilitar reunión de planificación en donde se debe seleccionar y aplicar una de las herramientas aprendidas. Se requiere que este plan sea participativo, integrando en la medida que sea posible a las diferentes instancias públicas y privadas presentes en el territorio, así como representantes de la municipalidad y personas que han mostrado interés en ser parte del Movimiento Un Pueblo, Un Producto con la frecuencia en su asistencia en las reuniones ejecutadas.
3. Definir los requerimientos humanos y materiales para llevar a cabo el plan, de acuerdo a cada una de las actividades seleccionadas.
4. Elaboración Plan de acción de forma participativa.
5. Socialización del plan una vez este elaborado, con el fin de lograr el apropiamiento por parte de sus ejecutores. Esta socialización se sugiere que sea realizada con las diferentes fuerzas vivas presentes en el territorio que no estuvieron presentes en la jornada de capacitación, y que sea ejecutada por un integrante de la mesa de trabajo conformada para realizar la plan de acción.
6. Plan de acción ajustado y listo para la implementación.
7. Socialización del Plan con la Gerencia Un Pueblo Un Producto





## DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Guía de facilitación de reunión.
- Guía de planificación del movimiento.
- Matriz de Planificación
- Cronograma de Actividades

## OBSERVACIONES

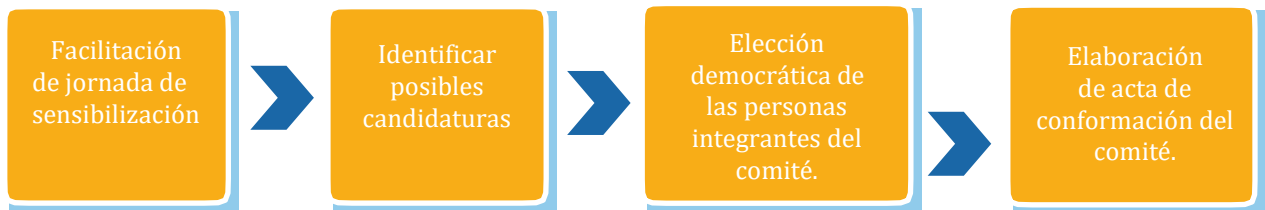
- Es importante, la participación amplia en la formulación del plan ya que esto permite la apropiación y conocimiento de las acciones futuras por todas las personas pertenecientes al movimiento.
- Se recomienda documentar el proceso de planificación con quiénes participan de su formulación, socialización y el plan de acción final.

## PASO:5 Estructuración del Comité.

Formulado el plan de acción es importante contar con una estructura a nivel territorial que contribuya a la dinamización de las acciones programadas a fin de consolidar el Movimiento Un Pueblo, Un Producto en el territorio.

*Ilustración 13. Principales Actividades*

*Fase 1: Organización del Movimiento a Nivel Territorial - Paso 5: Estructuración del Comité.*



*Elaboración Propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE*



## Ficha de procesos: Organización del movimiento a nivel territorial

### Paso 5: Estructuración del comité.

Tiempo estimado

1 día

Responsables

Jefatura del Centro regional ó CEDART, personal técnico designado

#### DESCRIPCIÓN

La estructuración de un comité se basa en la identificación de los liderazgos en el territorio, que están llamados a formar parte activa y con responsabilidad de las actividades propuestas por el comité en la planificación, estos son los encargados directos de la implementación del plan de acción y en cierta medida iniciarán a ser los referentes territoriales del movimiento Un Pueblo, Un Producto, así como los llamados a integrar al movimiento a otros actores que fortalezcan la estructura territorial y al movimiento mismo.

#### ACTIVIDADES

1. Facilitación de jornada de sensibilización sobre la importancia de liderazgos locales y el rol del comité Un pueblo, Un Producto.
2. Identificar posibles candidaturas a ser miembros del comité debido a su nivel de participación, inclusión, apertura, y visión sobre las necesidades del territorio. Integrando los diferentes grupos en el territorio: mujeres, hombres, personas jóvenes y adultas mayores, personas con discapacidades físicas e integrantes de la comunidad LGTBI.
3. Elección democrática de las personas integrantes del comité frente a quienes participan de las reuniones de manera frecuente.
4. Elaboración de acta de conformación del comité.



DOCUMENTOS REQUERIDOS	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía de facilitación de reunión.</li> <li>• Guía de selección y elección de liderazgos comunitarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debe identificar liderazgos con una visión integradora y enfocada en la mejora del municipio en general.</li> <li>• Se debe priorizar en las características tales como la responsabilidad y la constancia a la hora de elegir a los integrantes del comité a fin de garantizar la continuidad del movimiento.</li> <li>• De ser posible integrar al proceso de elección del Comité Un Pueblo, Un Producto, a representaciones de los diferentes sectores comunitarios, empresariales, de las instancias privadas y públicas presentes en el municipio, otorgando con ello mayor representatividad al comité.</li> <li>• Se recomienda documentar el proceso y anexas lista de asistentes y convocados a ser parte del proceso.</li> </ul>

## PASO:6 Articulación Interinstitucional

Este paso implica trabajo continuo durante todo la fase 1 ya que refiere a vincular con otros actores territoriales y/o nacionales que contribuyan a la conformación y consolidación del Movimiento Un Pueblo, Un Producto, considerando el plan formulado y la estructura territorial responsable.

*Ilustración 14. Principales Actividades Fase 1: Organización del Movimiento a Nivel Territorial - Paso 6: Articulación Interinstitucional.*



Elaboración Propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE



## Ficha de procesos: Organización del movimiento a nivel territorial

## Paso 6: Articulación interinstitucional.

Tiempo estimado

De 1 a 12 meses

Responsables

Jefatura del Centro regional ó CEDART, personal técnico designado

### DESCRIPCIÓN

Se considera necesaria la articulación interinstitucional, como una estrategia de acercamiento a otros servicios en el territorio que fortalezca la estructura empresarial y la organización conformada como tal, con miras a encaminar hacia la consolidación del Movimiento Un Pueblo, Un Producto, y a la sostenibilidad

### ACTIVIDADES

1. Revisar diagnóstico del territorio y retomar contactos con los actores institucionales en el mismo.
2. Propiciar acercamientos entre los distintos actores.
3. Exponer en que consiste el movimiento Un Pueblo, Un Producto, su alcance en el territorio a las distintas organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, y otros actores que se consideren relevantes dado su trabajo y reconocimiento en el territorio.
4. Facilitar mecanismos de articulación entre el movimiento Un Pueblo, Un Producto, y las demás instituciones, definiendo ventajas, posibilidades de crecimiento y su sostenibilidad.
5. Sintetizar y estructurar el listado de acercamientos.



#### DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Guía de facilitación de reunión.
- Formato de carta de contacto con instituciones.

#### OBSERVACIONES

- Es prioritaria la buena identificación de las organizaciones en el territorio ya que permite articular esfuerzos y obtener un mejor alcance.
- La buena exposición y alcance de la estrategia de Un Pueblo, Un Producto puede propiciar el acercamiento con otros aliados estratégicos en el territorio.

#### CRITERIOS DE AVANCE PARA LA SIGUIENTE FASE:

- Producto identitario estrella seleccionado.
- Plan de acción para institucionalizar el movimiento.
- Instituciones del territorio integradas en el Comité Un Pueblo, Un Producto

#### PERFIL DE SALIDA DE ESTA FASE

Perfil de salida:

- El territorio contará con un diagnóstico territorial que le indique las oportunidades económicas y de alianzas al interior del mismo, así como con otras instancias nacionales.
- Las personas que participen del proceso durante esta fase, conocerán acerca de los principios del movimiento y comprenderán la finalidad de cada uno de ellos; además de identificar recursos productivos identitarios, tradicionales o ancestrales.
- Se contará con un plan de acción para continuar avanzando en la implementación de las siguientes fases del movimiento Un Pueblo, Un Producto.
- Se tendrá identificado un Comité denominado “Comité Un Pueblo, Un Producto” conformado por liderazgos identificados durante la organización del movimiento y las instancias locales.
- Iniciada la articulación con instancias territoriales

El Salvador  
UN PUEBLO, UN PRODUCTO

ORIGINAL CHUJA





## FASE 2:

**Desarrollo de la Industria Local  
Distintiva/Marca territorial.**

## Fase 2: Desarrollo de la Industria Local Distintiva/ Marca territorial

El desarrollo de esta fase se orienta a mejorar la competitividad y productividad de las cadenas de valor y productivas, para la diversificación y transformación de productos identitarios, mediante la puesta en marcha de un proceso de articulación productivo, desarrollo de la innovación, diversificación y transformación para la comercialización.

Se trata de implementar procesos y actividades que buscan transformar los recursos locales en productos y servicios con características identitarias diferenciadoras, que proporcionan reconocimiento y orgullo a la comunidad a partir de convertirse en una fuente de riqueza.

Se entenderá por Industria Local Distintiva (ILD), el desarrollo de procesos y actividades especializadas que buscan transformar los recursos locales en productos o servicios de calidad, con características identitarias que los distinguen de sus competidores, proporcionando reconocimiento y orgullo a partir de que se convierte en una de las principales fuentes de ingreso para la comunidad.

La industria local distintiva es una plataforma que proporciona al producto gestión de calidad, innovación en sus atributos -diseño, empaque, características-, procesos de operación, además de una cadena de valor que integra suministros, proveedores, posibles socios, entre otros. Requiere de alianzas en los territorios para propiciar una cultura empresarial que favorezca un clima de negocios competitivo.

La ILD tiene a su base la construcción de una plataforma de soporte especializada, de acuerdo a las dinámicas económicas territoriales, que consta de : Cuatro dimensiones, las cuales están orientadas al desarrollo de una cadena de valor de acuerdo a la participación de diferentes actores.

Tres ejes para la construcción de marcas territoriales, bajo los cuales se realizan actividades que generan valor a los productos; mejorando la competitividad en los mercados y el posicionamiento en los mercados

La Marca Territorial es una estrategia utilizada en el mercado para identificar y posicionar lugares, territorios y productos originarios, diferenciados por la cultura, la identidad, la tradición, los recursos naturales y la competitividad del talento humano. La finalidad es que sea una estrategia de diferenciación, que identifique y diferencie al territorio.



Ilustración 15. Fase 2: Industria Local Distintiva / Marca Territorial. Ruta de Implementación de la Estrategia Un Pueblo, Un Producto.



Fuente: Guía de implementación de la Estrategia de Desarrollo Económico Local "Un Pueblo, Un Producto El Salvador"



Esta fase requiere de una organización fortalecida y consolidada, así como el desarrollo de capacidades locales, que califique y vuelva más competitivo al recurso humano de los territorios que están integrados en el Movimiento Un Pueblo Un Producto.

En esta fase también se deben enriquecer 4 indicadores nacionales y un indicador económico a ser consolidado por la gerencia Un Pueblo, Un Producto.

UNIDAD DE MEDIDA	EJE DE LA POLÍTICA
Indicador de desarrollo de productos.	Diseño de productos e implementación de modelo empresarial.
Indicador de competitividad, calidad e innovación.	Fomento de la competitividad calidad e innovación.
Indicador de tecnología.	Desarrollo y transferencia tecnológica.
Indicador de productos financieros.	Sistema integrado e integral de servicios financieros para Un Pueblo, Un Producto.

## Objetivo de la Fase: 2

Propiciar las condiciones para el posicionamiento del territorio con base a la calidad de los productos y/o servicios identitarios, apoyándose en diferentes recursos mercadológicos, la innovación, los procesos técnicos y el fortalecimiento del capital humano, en los municipios a intervenir.

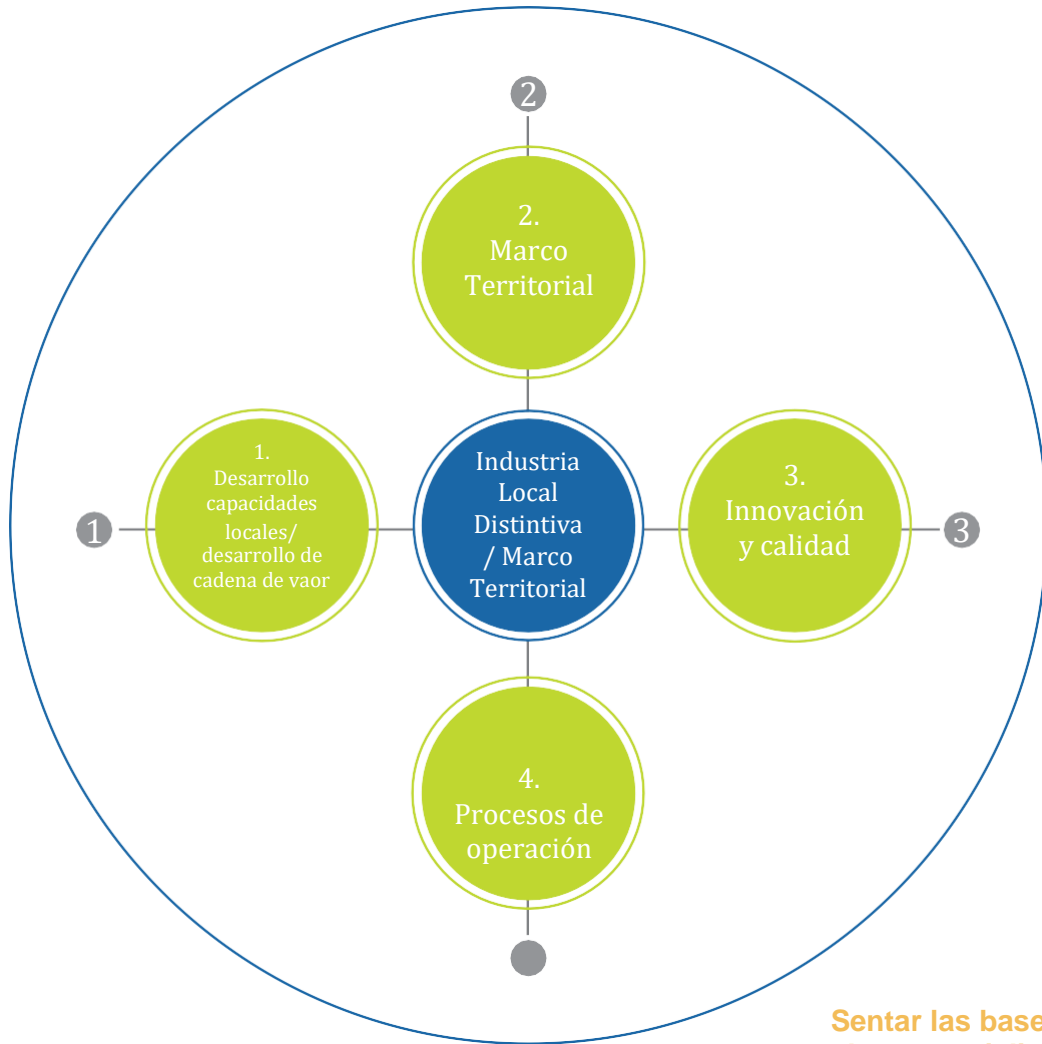
Esta fase 2 consiste en 4 pasos que pueden ser desarrollados de manera simultánea o en un orden subsecuente, como el indicador de salida respectivo:



No.	PASO	INDICADOR/PRODUCTO ESPERADO	TIEMPO ESTIMADO
1	Desarrollo de capacidades locales/ desarrollo de cadena de valor, para fortalecer las competencias y habilidades de las fuerza productiva del municipio.	Diagnóstico integral de la capacidades locales para la mejora e innovación del producto y/ o servicio identitario, plan de acción para la mejora e innovación del producto y de desarrollo de la cadena de valor.	2 meses
2	Marca territorial como distintivo que arraiga a las personas con el territorio y los productos que lo identifican.	Creación y difusión de la marca territorial.	6 meses
3	Innovación y calidad, para generar una cultura empresarial de mejora continua con visión de futuro y excelencia.	Informe de innovación realizada e impacto logrado y nivel de avance (comparativo con valor de línea de base y/o resultados de diagnóstico) para conocer el impacto en las personas y el territorio.	10 meses
4	Proceso de operación que orienta a la construcción de una visión común para la ILD sustentada en los pasos anteriores.	Informe de avance del plan Operativo de ILD (desarrollo de capacidades y avance del desarrollo de la cadena de valor)	2 meses



Ilustración 16. Fase 2: Industria Local Distintiva (ILD)/Marca Territorial, ruta general.



**Sentar las bases para la comercialización**

Elaboración propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE y otros



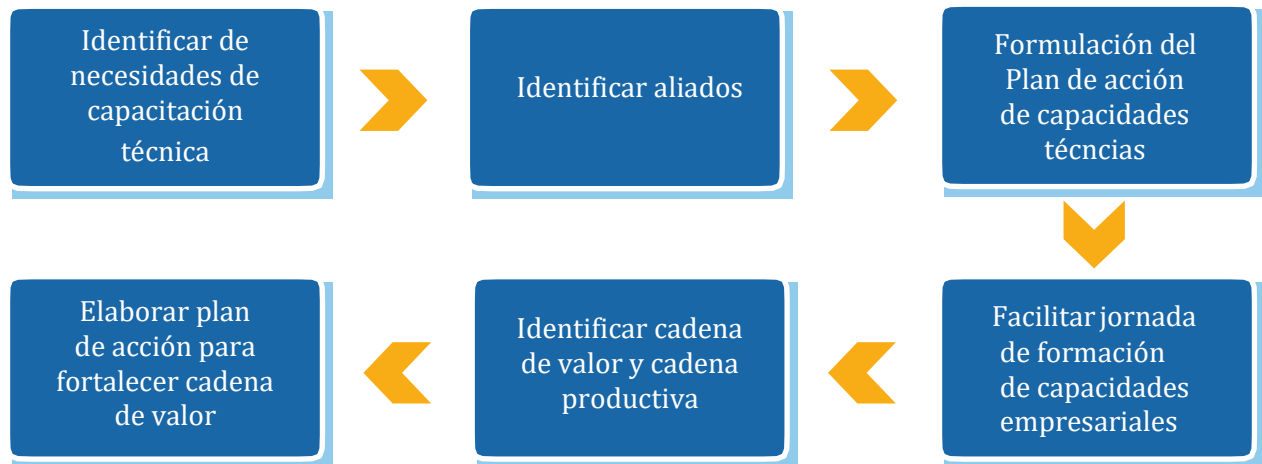
# PASO:1

## Desarrollo de capacidades locales/ desarrollo de cadena de valor.

Este primer paso implica fortalecer las capacidades territoriales, fundamentalmente las técnicas, relacionadas con la innovación y calidad de los productos o servicios identitarios, a fin de mejorar la oferta del territorio con miras a ser más competitivos, a potenciar el orgullo de su propia riqueza productiva e incrementar la demanda de los mismos en el mercado local y nacional.

*Ilustración 17. Principales Actividades*

*Fase 2: Industria Local Distintiva (ILD)/Marca Territorial - Paso 1: Desarrollo de capacidades locales/desarrollo de cadena de valor.*



*Elaboración Propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE y otros.*



## Ficha de procesos: Desarrollo de la Industria Local Distintiva/Marca Territorial

### Paso 1: Desarrollo de capacidades locales/ desarrollo de cadena de valor.

Tiempo estimado

2 meses

Responsables

Jefatura del Centro regional ó CEDART, personal técnico designado

#### DESCRIPCIÓN

El desarrollo de este paso implica fortalecer las capacidades territoriales en la mejora del producto y/o servicio, buscando su especialización en atribuirle calidad e innovación. Fortalecer la infraestructura productiva en términos de el capital humano y su especialización, es uno de los pilares en los que se fundamenta el movimiento Un Pueblo, Un Producto, pues además de volver los productos y/o servicios con valor agregado, elementos diferenciadores, y por lo tanto más competitivos. Se considera que el desarrollo de capacidades locales es de vital importancia en la conformación una cadena de valor que impulse a la Industria Local Distintiva.

#### ACTIVIDADES

1. Identificar las necesidades de capacitación técnica para la mejora e innovación del producto o servicio seleccionado en el territorio, sin detrimento de las características identitarias; y elementos a ser parte de la cadena de valor, esto a partir de la observación del proceso y de las características propias del producto y/o servicio.
2. Identificar aliados específicos para la especialización técnica de las capacidades del municipio, como academia y otras instancias de formación de esta naturaleza, para la transferencias de conocimientos, pasantías, intercambio de experiencias, entre otros.
3. Formular plan de acción para fortalecer capacidades técnicas, a partir de las necesidades considerando la gestión de alianzas con la academia y otros instancias especializadas como CDMYPE, MEGATEC, INSAFORP, entre otros.
4. Facilitar jornada de formación en capacidades empresariales.
5. Facilitar sensibilización en temáticas del movimiento.



6. Identificar la cadena de valor y productiva del municipio, considerando el parque productivo y/o empresarial, encadenamientos productivos, cadenas de suministros y de proveedores, socios de productores y/o comercializadores, mecanismos de comunicación, contratos y alianzas, y academia que pueda integrarse al proceso, además del análisis de mercado potencial (oferta y demanda), entre otros.
7. Elaborar plan de acción para fortalecer la cadena de valor.
8. Elaborar plan integral de las capacidades productivas del territorio.

#### DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Guía de facilitación de reunión.
- Guía de informe de capacidades productivas del territorio.

#### OBSERVACIONES

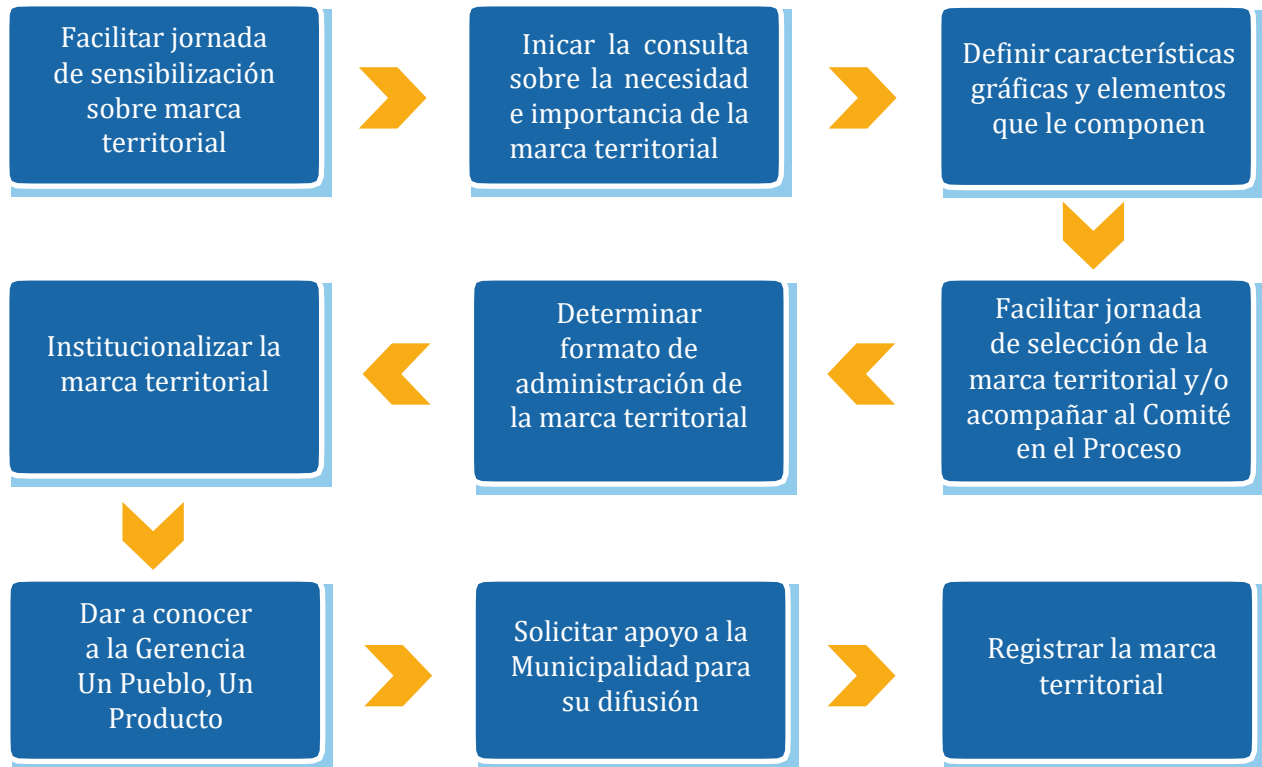
- En esta etapa se debe buscar el apoyo de las distintas instituciones para la formación técnica presente en el territorio.
- Las capacidades empresariales a nivel general pueden ser facilitadas por el técnico DEL, si necesita profundizar en alguna temática se recomienda buscar aliados para la facilitación.
- Los planes de desarrollo de capacidades territoriales y de cadena de valor pueden hacerse de forma simultánea, no obstante las necesidades de información para la cadena de valor pueden requerir de mayor tiempo su recopilación y consolidación para hacer la propuesta, por lo que considera que no debe ser un impedimento para avanzar en el proceso de formación de capacidades locales.



## PASO 2 Marca Territorial.

La elección de la marca territorial debe ser un proceso participativo, en el cual el Comité Un Pueblo, Un Producto del territorio es el protagonista clave, en tanto que la finalidad es contar con un distintivo gráfico que distinga al territorio y que se posicione en la mente de los potenciales compradores del producto y/o servicio identitario, reconociendo su valor y elementos que lo componen.

*Ilustración 18. Principales Actividades  
Fase 2: Industria Local Distintiva (ILD)/Marca Territorial - Paso 2: Marca Territorial.*



*Elaboración Propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE y otros.*





## Ficha de procesos: Desarrollo de la Industria Local Distintiva/Marca Territorial

### Paso 2: Marca Territorial

Tiempo estimado

6 meses

Responsables

Jefatura del Centro regional ó CEDART, personal técnico designado

#### DESCRIPCIÓN

Durante este paso se escoge la marca territorial que será un distintivo que caracterice e identifique al Movimiento Un Pueblo, Un Producto, considerando al producto y/o servicio, el territorio, además de la línea gráfica de dicho Movimiento. También será importante divulgar ésta imagen gráfica, que se promueva su uso, y que se oriente a que diferencie al territorio del resto.

#### ACTIVIDADES

1. Facilitar jornada de sensibilización sobre la importancia de la marca territorial.
2. Dar inicio a la consulta sobre la necesidad e importancia de un símbolo distintivo con las personas que integran el Comité Un Pueblo Un Producto del territorio, en este momento se deberán de definir los elementos que deben integrarse en dicha representación gráfica.
3. Definir las características gráficas y elementos que componen el posible distintivo con el territorio, con base a características que represente el producto y/o servicio identitario, así como con el Movimiento a nivel nacional, también se deberá preparar una explicación que documente el significado de los elementos que componen dicha representación gráfica.
4. Facilitar jornada de selección de marca territorial y/o acompañar al Comité Un Pueblo, Un Producto en el proceso, considerando más de una propuesta gráfica, motivando a la participación de los integrantes del Comité Un Pueblo, Un Producto, a realizar sus recomendaciones en caso las hubiere.
5. Determinar el forma de administración de la marca territorial (forma de uso, para que podría se utilizado, en qué tipo de documentos)



6. Institucionalizar la marca territorial, iniciando con su difusión con las representaciones de las demás empresas que apoyan o se han integrado al movimiento Un Pueblo, Un Producto. Incluye solicitar el uso de marca territorial del Comité y la Calificación de la misma, haciendo uso de los formularios respectivos.
7. Dar a conocer a la Gerencia Un Pueblo, Un Producto la marca territorial seleccionada y la explicación de los elementos que la componen.
8. Solicitar el apoyo de la municipalidad para difundir el distintivo de marca territorial en carteleras, anuncios, reuniones con liderazgos comunitarios y otras instancias, de forma tal que dicho distintivo sea reconocido con la ciudadanía del territorio.
9. Registrar la marca territorial en la institución pertinente, siguiendo los trámites exigidos por la misma.

#### DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Guía de facilitación de reunión.
- Guía de informe de capacidades productivas del territorio.
- Solicitud para uso de marca territorial del Comité.
- Marca Territorial del Comité Un Pueblo, Un Producto.

#### OBSERVACIONES

Documentar el proceso de selección de la marca territorial y la explicación de los elementos que la componen, la forma de administración, así como las acciones de divulgación realizadas. Este archivo puede estar como parte de los documentos del Comité Un Pueblo, Un Producto del territorio, además de contener un resumen en los expedientes de la CONAMYPE, tanto en el Centro Regional responsable y Gerencia Un Pueblo, Un Producto.



## PASO:3 Innovación y Calidad.

La innovación y calidad es un pilar fundamental en el desarrollo de la industria local distintiva, pues si bien es cierto se trata de productos identitarios, hay que prepararlos para ser competitivos tanto en el mercado local como para responder a las exigencias de otros mercados. Se debe considerar que el eje fundamental de la mejoras al producto y/o servicio es conservar el sentido identitario en sus materiales, formas y otros elementos que sean destacados como tal.

*Ilustración 19. Principales Actividades*

*Fase 2: Industria Local Distintiva (ILD)/Marca Territorial - Paso 3: Innovación y Calidad.*



*Elaboración Propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE y otros.*



## Ficha de procesos: Desarrollo de la Industria Local Distintiva/Marca Territorial

### Paso 3: Innovación y Calidad.

Tiempo estimado

10 meses

Responsables

Jefatura del Centro regional ó CEDART,  
personal técnico designado

#### DESCRIPCIÓN

Este paso es clave dentro de la fase 2, pues implica el involucramiento de actores especializados en mejora del producto, para la identificación y generación de capacidades técnicas locales de manera directa a los productores o hacedores de los servicios.

#### ACTIVIDADES

1. Actualizar y analizar el diagnóstico territorial realizado en la Fase 1, Paso 1, con la información siguiente: cadenas de valor que se han potenciado / si hay cadenas de valor, capacidades científicas y tecnológicas para el desarrollo del producto, mecanismos para el desarrollo de “cluster” ó grupos de interés como parte de la cadena de valor, organizaciones con capacidad de asesorar los procesos de transformación productiva y de comercialización en el territorio para MYPE.
2. Identificar alianzas claves con base al diagnóstico de necesidades de capacitación técnica orientado hacia la mejora de los productos y/o servicios, es decir la innovación y calidad de los mismos (realizado en el Paso 1 de esta etapa), para posteriormente gestionar alianzas claves para la implementación de las mejoras así como para la identificación de las mismas.
3. Facilitar jornadas de formación en innovación y calidad.
4. Propiciar talleres para discutir y conciliar las mejoras al producto y/o servicio, o bien al conglomerado de ellos, a fin de identificar las deficiencias a ser superadas, o bien la visión de la implementación de dichas mejoras, en función de las exigencias del mercado, con el apoyo de los aliados claves como academia y especialistas territoriales en el producto y/o servicio, entre otros.
5. Gestionar alianzas claves para su puesta en marcha de las mejoras identificadas como la academia o especialistas “ancestrales” presentes en el territorio o bien a nivel nacional que tenga trabajo en la zona, instancias especializadas que brindan asesoría y/o asistencias técnicas en el territorio, como los más relevantes.

COPIA CONTROLADA PARA DIVULGACION

Autorizado en Punto 5.2.1 del Acta 19 de la sesión de Junta Directiva del 14 de diciembre de 2018



## DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Guía de facilitación de reunión.
- Guía de informe de capacidades productivas del territorio.

## OBSERVACIONES

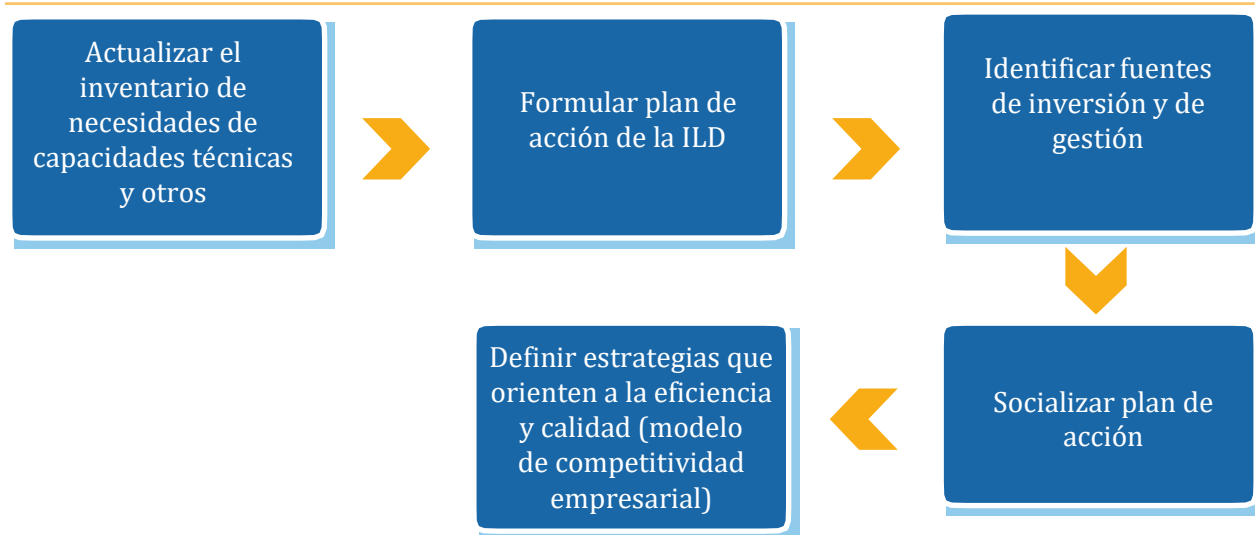
- Documentar los resultados de la actualización del diagnóstico territorial.
- En esta etapa se debe buscar el apoyo de las distintas instituciones para la formación técnica presente en el territorio de preferencia, orientadas a la mejora del producto y/o servicio, ya sea innovando o mejorando el ya existente, contando con pilar fundamental a la calidad.
- El proceso debe estar liderado por el Comité Un Pueblo Un Producto, con el acompañamiento técnico de la CONAMYPE. La visión es facultar al Comité en los procesos territoriales relacionados con el Movimiento Un Pueblo, Un Producto.

## PASO:4 Proceso de Operación.

El proceso de operación refiere a la puesta en marcha del desarrollo de la industrial local distintiva una vez identificadas las mejoras a realizar a los productos y/o servicios, la formulación de un plan de acción que muestre una visión compartida entre los integrantes del Comité Un Pueblo, Un Producto, la comunidad empresarial, así como las instancias públicas presentes en el territorio

*Ilustración 20. Principales Actividades*

*Fase 2: Industria Local Distintiva (ILD)/Marca Territorial - Paso 4: Proceso de Operación*



*Elaboración Propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE y otros.*



## Ficha de procesos: Desarrollo de la Industria Local Distintiva/Marca Territorial

### Paso 4: Proceso de Operación.

Tiempo estimado

2 meses

Responsables

Jefatura del Centro regional ó CEDART, personal técnico designado

#### DESCRIPCIÓN

Este paso consolida y pretende dar continuidad al trabajo iniciado en función de la innovación y la calidad, empoderando al Comité Un Pueblo, Un Producto en la conducción del proceso, e integrando a otros actores que puedan contribuir su puesta en marcha.

#### ACTIVIDADES

1. Actualizar y analizar el diagnóstico territorial realizado en la Fase 1, Paso 1, con la información siguiente: articulación entre el Comité Un Pueblo Un Producto e instancias nacionales y territoriales, conocimiento de procesos para fortalecer las MYPE (financieros, de comercialización, procesos de tecnología para la innovación), capacidad financiera y de producción.
2. Actualizar el inventario de necesidades de capacidades técnicas del territorio del paso 1, e integrar otras que se identifiquen en la implementación de pasos anteriores relacionados con la cadena de valor; así como demás elementos claves para el desarrollo del proceso de operación para el desarrollo de la industria local distintiva. Esta actividad debe hacerse en conjunto con el Comité Un Pueblo, Un Producto.
3. Formular el plan de acción de la Industria Local Distintiva de un mínimo de 6 meses, sugiriendo el plan de un año plazo.
4. Identificar fuentes de inversión y gestión, así como posibles acompañamientos institucionales en la obtención de los mismos.
5. Socializar el plan de acción de la industria local distintiva con la gerencia Un Pueblo, Un Producto y demás instancias en el territorio que han contribuido a la implementación del Movimiento Un Pueblo, Un Producto a nivel territorial.
6. Definir estrategias que orienten a la eficiencia y calidad, y a la concreción de mercados nacionales y regionales, volviendo más competitivo el producto y/o servicio del territorio (modelo de competitividad empresarial), conteniendo elementos como características y distintivos del producto, posicionamiento del producto, encadenamientos productivos a propiciar y configurar, orientación de mercado, capacidades locales (recurso humano)



#### DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Guía de facilitación de reunión.
- Guía de informe de capacidades productivas del territorio.

#### OBSERVACIONES

- Documentar los resultados de la actualización del diagnóstico territorial.
- Este paso 4 debe hacerse de forma participativa, si es factible convocar a otros liderazgos territoriales de carácter empresarial, a fin de incentivar el desarrollo de la industria local distintiva

#### CRITERIOS DE AVANCE PARA LA SIGUIENTE FASE:

- Criterios de avance para la siguiente fase:
- Marca territorial identificada
- Plan de desarrollo de capacidades locales iniciadas

#### PERFIL DE SALIDA DE ESTA FASE

Perfil de salida:

- Se contará con un plan para fortalecer las capacidades locales para el desarrollo de la cadena de valor y fortalecer competencias y habilidades.
- Identificada la marca territorial, e integrados en los procesos productivos y/o servicios los principios de mejora continua, desde la óptica de la innovación y la calidad.
- En los territorios que aplique, se contará con un proceso de operación orientado a la construcción de la ILD.



**FASE 3:**

**Modelo de Exhibición y  
Comercialización.**





## Fase 3: Modelo de Exhibición y Comercialización

Partiendo que comercializar es llevar bienes y/o servicios a los consumidores y/o potenciales clientes finales, de forma competitiva y con calidad, se hace necesario desarrollar técnicas que permitan presentar los productos para la venta, de forma llamativa, innovadora y que incrementen su demanda. La comercialización obliga, para la atracción de compradores, al conocimiento del producto -características, beneficios, limitantes para su mercado, ventajas competitivas-, utilización de exhibidores, la aplicación de promociones, generar intereses y necesidades, cumplir expectativas y asesorar al cliente. Esta inicia con penetrar al mercado con el producto, e ir incrementando el volumen de ventas, e ir perfilando el rumbo comercial de las empresas surgidas con Un Pueblo Un Producto.

Entre los elementos clave que deberá responderse la empresa será:

- Los segmentos de mercado que atenderá y cómo lo hará, identificar posibles alianzas con otros rubros o productos y/o servicios relacionados.
- Posicionamiento y características de diferenciación del producto y/o servicio identitario.
- Combinación entre precio-calidad-promoción-distribución.
- Beneficios de la empresa con el producto y/o servicio identitario.
- Estrategias para la satisfacción de los clientes.

Esta fase, denominada el modelo de exhibición y comercialización, es la muestra que hay una revalorización de las habilidades de las personas en los municipios así como un redescubrimiento de los recursos endógenos, teniendo como efecto mostrar mediante un producto y/o servicio, sus tradiciones, lo que les identifica, les distingue y les hace únicos.

Su puesta en marcha, es la oportunidad de poner a prueba la potencial demanda de productos y/o servicios, la aceptación de la oferta y la identificación de oportunidades de mejora, además de integrar a las personas del municipio al proceso del Movimiento Un Pueblo, Un Producto, a la posibilidad de generar sus propios ingresos y de desarrollar iniciativas empresariales fundamentadas en un producto originario relacionado con el territorio.

Las alternativas posibles son implementar modelos considerando el enfoque, y si es centralizado o descentralizado<sup>7</sup>.

- Exhibición y comercialización centralizada con enfoque visual
- Exhibición y comercialización descentralizada con enfoque visual
- Exhibición y comercialización centralizada con enfoque vivencial
- Exhibición y comercialización descentralizada con enfoque vivencial

7. Esquema de enfoque de exhibición. Fuente: Guía de implementación de la Estrategia de Desarrollo Económico Local "Un Pueblo, Un Producto El Salvador", 2015

Estos modelos, junto con las tienda antena (TA), serán parte de la selección e implementación que los territorios tomarán para mostrar sus productos y/o servicios.

Los indicadores nacionales son 3 y un indicador económico a ser consolidado por la gerencia Un Pueblo, Un Producto para esta fase:

UNIDAD DE MEDIDA	EJE DE LA POLÍTICA
Indicador de tendencia de mercados.	Investigación especializada y enfocada a mercados y productos a desarrollar.
Indicador de acceso a mercados.	Acceso y consolidación de mercados.
Indicador de posicionamiento.	Divulgación y comunicación.

### *Objetivo de la Fase: 3*

Contar con estrategias de comercialización para implementar canales de venta y de distribución de los productos y/o servicios del Movimiento Un Pueblo, Un Producto, basados en los diferentes modelos de exhibición y comercialización.

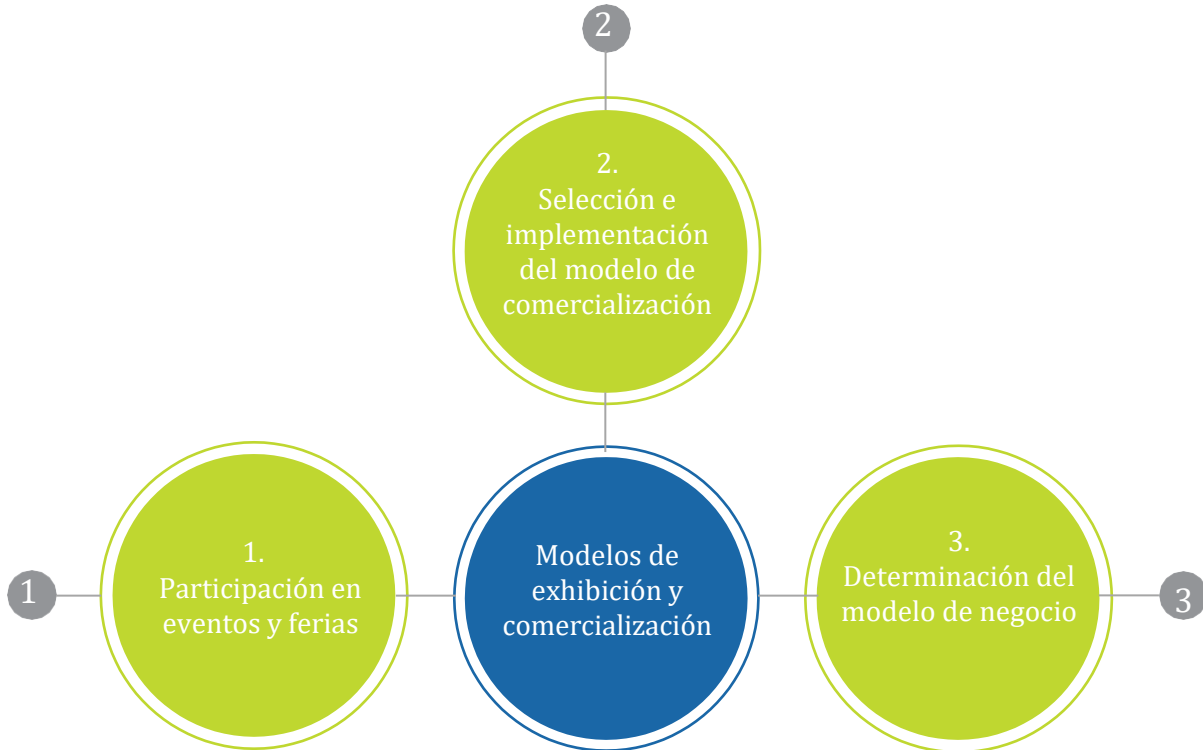
Esta consiste en 3 pasos que pueden ser desarrollados de manera simultánea o en un orden subsecuente, definiendo un indicador de salida para cada uno de ellos.



No.	PASO	INDICADOR/PRODUCTO ESPERADO	TIEMPO ESTIMADO
1	Participación en eventos y ferias.	Informe de participación en eventos y ferias.	Puede iniciar una vez este realizado hasta el paso 3 de la fase 1, pueden participar de forma sostenida De acuerdo al plan de trabajo del montaje de evento, ferias y encuentros. Se recomienda un mínimo de 3 meses
2	Selección e implementación de modelo de exhibición y comercialización.	Modelo de comercialización seleccionado  Estrategias plan de comercialización.  Puesta en marcha	Iniciar una vez este realizado hasta el paso 5 de la fase 1, pueden participar de forma sostenida en el tiempo Tiempo estimado para lograr el inicio de la implementación del plan de acción es de 12 meses
3	Determinación del modelo de negocio.	Estrategia de implementación del modelo de negocio.	Iniciar una vez este realizado hasta el paso 6 de la fase 1, estimando un tiempo para la definición del modelo de negocio de 2 meses, cuya implementación dependerá del alcance del mismo.



Ilustración 21. Fase 3: Modelos de Exhibición y Comercialización, ruta general.



Elaboración propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE y otros



## PASO:1 Participación en Eventos, Ferias y Encuentros.

La participación en eventos, ferias y encuentros, es un indicativo que se ha elegido un producto y/o servicio identitario, y que el Comité Un Pueblo Un Producto se ha establecido y funciona en el territorio, además de contar con la disposición para la planificación de la participación, el montaje y/o movilización para llevar a cabo la promoción de las riquezas productivas del territorio, servicios y/o experiencias vivenciales.

Estar presentes en un evento, encuentros y/o ferias, implica hacer una práctica de técnicas de exhibición de los principales productos, el abordaje de potenciales clientes, conocer opiniones y aceptación de los productos y/o servicios y frente a ello oportunidades de innovación o mejora de los mismos. También es oportunidad de hacer contactos comerciales, de conocer estrategias de comercialización de otros territorios, y de poner en práctica las técnicas de exhibición de los productos.

Ilustración 22. Principales Actividades

Fase 3: Modelo de Exhibición y Comercialización - Paso 1: Participación en Eventos, Ferias y Encuentros.



Elaboración Propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE y otros.





## Ficha de procesos: Modelo de exhibición y comercialización

### Paso 1: Participación en eventos, ferias y encuentros.

#### Tiempo estimado

- Iniciar una vez este realizado hasta el paso 3 de la fase 1, pueden participar de forma sostenida en el tiempo
- De acuerdo al plan de trabajo del montaje de evento, ferias y encuentros.
- Se recomienda un mínimo de 3 meses

#### Responsables

- Jefatura del Centro Regional ó CEDART, personal técnico designado
- Comité Un Pueblo Un Producto o posibles integrantes

## DESCRIPCIÓN

La participación en ferias y eventos permite el acceso a mercados locales, la posibilidad de conocer y/o medir la aceptación de los productos generados en los territorios, compararse con otros que también participan en la feria (competidores), aprender formas de disponer los productos más atractivas y vistosas, como también promover entre los consumidores la existencia de productos identitarios competitivos y de calidad, propiciando la oferta y demanda local.

Implica un esfuerzo de organización, selección de productos, documentación y logística en el montaje de kioscos de productos y/o servicios, gastronomía, demostraciones vivenciales, aplicando técnicas de exhibición, de negociación y de servicio al cliente, a fin de generar ingresos y/o potenciales clientes.

## ACTIVIDADES

1. Rectificar el desarrollo de los pasos 1, 2 y 3 de la fase 1, esto es conocer el diagnóstico territorial (oportunidades del territorio de desarrollo con el producto identitario), identificación de las personas participantes con los principios del territorio, producto y/o servicio estrella seleccionado además de haber sido presentado. También será importante contar con otros productos y/o servicios de naturaleza identitaria o identificados con las tradiciones ancestrales del pueblo o territorio, innovaciones incrementales de los mismos u otras variantes que lo utilicen como material prima.



## ACTIVIDADES

2. Presentar al Comité Un Pueblo Un Producto, o quiénes están en las reuniones de conformación de dicho Comité la importancia de la participación en eventos, encuentros y ferias, así como los elementos más relevantes de la normativa, tales como: la inscripción, la participación de quiénes se deleguen, aspectos de la imagen comercial (presentación de las personas y productos), requerimientos financieros, necesidades de registro de los posibles impactos.
3. Se deberá consultar disponibilidad de las personas empresarias en participar, conocer intereses, motivaciones, capacidad financiera y expectativas de dicha participación, brindando información sobre experiencias anteriores.
4. En el caso de ser la primera vez en participar, deberá de darse a conocer antecedentes de la feria o evento, si los hubiere, propósito, resultados esperados, perfiles de visitantes y posibles clientes, así como en la relevancia de contar con técnicas para la exhibición de productos y de abordaje de clientes.
5. En los casos de participaciones recurrentes se recomienda enfatizar en el propósito, resultados esperados, perfiles de visitantes y posibles clientes, además del reconocimiento de aprendizajes y logros en participaciones anteriores, así como en la relevancia de contar con técnicas para la exhibición de productos y de abordaje de clientes.
6. Selección de los productos del territorio que cumplen con los requisitos mínimos necesarios para la participación en eventos, encuentros y ferias, como el reconocimiento que se trata de la riqueza productiva identitaria del territorio, y/o ancestral, que cuente con empaques de materiales o logotipos relacionados con la industrial local distintiva adoptada o a implementarse, o bien otros materiales nacionales que estén relacionados con la tradición nacional, además de viñetas sobre el producto y precios.
7. Elaborar fichas informativas sobre el producto y/o servicio identitario, destacando los elementos originarios y/o ancestrales, aspectos que lo vinculan con el territorio y le destacan de otros, antecedentes en el tiempo relacionados con la producción, experiencia vivencial, gastronomía o servicio, innovaciones realizadas si las hubiere, entre otras.
8. Facilitar jornada de sensibilización sobre la importancia de los eventos, encuentros y ferias y la determinación de objetivos con su participación, y la aplicación de técnicas de exhibición y/o comercialización.
9. Colaborar en caso de ser necesario en completar ficha de inscripción.
10. Colaborar en caso de ser necesario en completar ficha de participación y compromiso, para el evento, feria o encuentro.



## ACTIVIDADES

11. En los casos que aún no se ha capacitado sobre técnicas de exhibición y comercialización, negociación y servicio al cliente, será importante llevar a cabo un taller con las recomendaciones principales.
12. Dar a conocer la normativa relacionada con la participación en eventos, ferias y encuentros de Un Pueblo, Un Producto, guía logística, guía de seguridad, la ficha técnica para fechas, ferias, festivales o encuentro, elementos a evaluar de la participación.
13. Colaborar con la coordinación logística entre los distintos actores en el territorio, para que sea articulada y consensuada.
14. Definición de comisiones de trabajo y programa del evento, feria, o encuentro.
15. Documentar y registrar las ventas de las personas participante en eventos, ferias o eventos, distinguiendo el pueblo o territorio (de acuerdo a la ficha de inscripción), ventas realizadas comparada con las ventas proyectadas (las ventas proyectadas será el valor económico del inventario de productos llevados a la feria, evento o encuentro). Esta información será consolidada por las oficinas regionales o CEDART, según corresponda.
16. Evaluación técnica por parte de las oficinas regionales o CEDART, con base a las ventas logradas, y el montaje del kiosco o desarrollo del servicio, coordinación y logística, considerando sus condiciones iniciales y experiencia. Deberá hacerse una retroalimentación técnica posteriormente.
17. Informe de los resultados de la feria y/o evento: ventas, aprendizajes, logística, coordinación, montaje de kioscos y/o desarrollo de servicios, para la gerencia Un Pueblo Un Producto

## DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Guía de facilitación de reunión.
- Ficha de inscripción
- Normativa de participación en eventos, ferias y encuentros de Un Pueblo, Un Producto
- Guía logística
- Guía de seguridad
- Ficha técnica para fechas, ferias, festivales o encuentro,
- Informe de resultados de la feria.





## OBSERVACIONES

- Es importante seleccionar a los productores más destacados para que los productos del territorio generen una buena reputación y reconocimiento.
- El reconocimiento de producto y/o servicio identitario, así como la participación del Comité Un Pueblo Un Producto, o quiénes se identifiquen como posibles integrantes, es relevante, sobre todo, en las primeras participaciones.
- La inducción en temas de servicio al cliente, negociación y en técnicas de exhibición es prioritaria al momento de participar en ferias y eventos

## PASO:2

### Selección de modelo de comercialización.

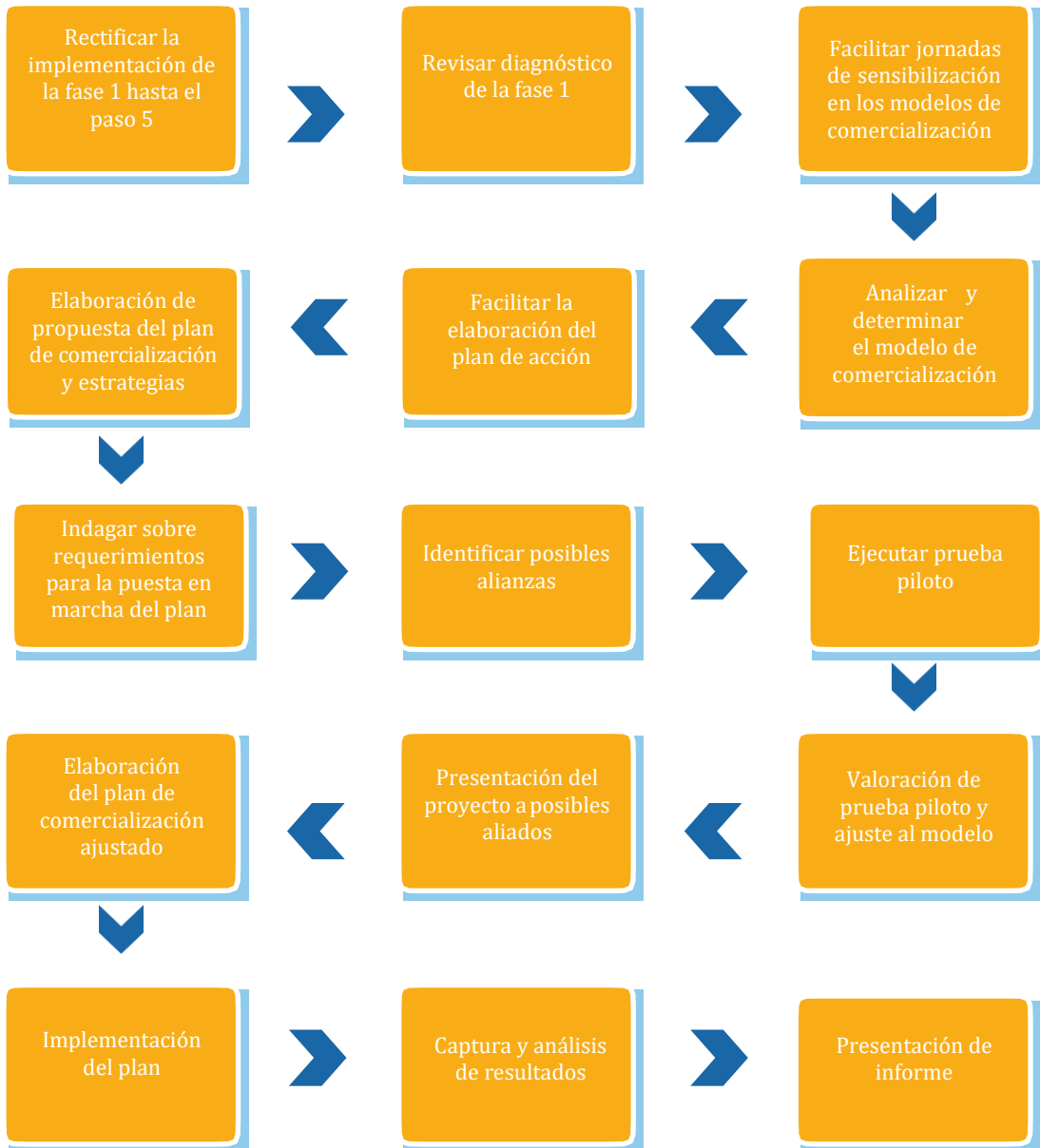
Hacer un producto o poner a disposición un servicio, requiere que éste sea demandado por clientes y consumidores, colocando esta oferta de forma llamativa y accesible, para generar interés, y en este caso la motivación por descubrir la riqueza productiva de los territorios que conecta con las tradiciones y a las personas involucradas en su desarrollo con destacar identificativos únicos.

Esta preparación requiere de trabajo constante y del compromiso con la implementación de una industria local distintiva que exige que sea situada en mercados locales, regionales, nacionales e internacionales de forma profesional y exitosa, por lo que orientar hacia la implementación de modelos de exhibición modernos y de comercialización que requieren técnicas especializadas para la captura de potenciales clientes, implica definir estrategias e implementar acciones concretas con base a los resultados deseados por parte de quiénes se dedican a elaborar e innovar esta oferta productiva.

Los modelos de exhibición y comercialización seleccionados se fundamentan en el modelo japonés, que inicialmente son consideradas de ser receptoras de información del mercado, y medir el nivel de aceptación real de los productos y/o servicios, e ir orientando las mejoras e innovaciones, sin perder el sentido tradicional e identitario, sino más bien adaptándose a las nuevas exigencias del mercado.



*Ilustración 23. Principales Actividades  
Fase 3: Modelo de exhibición y comercialización - Paso 2: Selección del modelo de comercialización.*



Elaboración Propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE y otros.



## Ficha de procesos: Modelo de exhibición y comercialización

## Paso 2: Selección de modelo de comercialización.

### Tiempo estimado

- Iniciar una vez este realizado hasta el paso 5 de la fase 1, pueden participar de forma sostenida en el tiempo
- Tiempo estimado para lograr el inicio de la implementación del plan de acción es de 12 meses

### Responsables

- Jefatura del Centro regional ó CEDART, personal técnico designado
- Comité Un Pueblo Un Producto

## DESCRIPCIÓN

Los modelos de comercialización del movimiento, permiten a las personas empresarias de los territorios seleccionar de una manera más adecuada, como llegaran a los consumidores y como se puede potenciar mejor la exposición de sus productos. Los modelos de comercialización están diseñados para adaptarse a todo tipo de oferta productiva.

## ACTIVIDADES

1. Rectificar que en la fase 1 se complete hasta el paso 5, esto es hasta la conformación del Comité Un Pueblo Un Producto y un plan de acción formulado para la implementación del movimiento en el territorio.
2. Revisar el diagnóstico de fase 1 para recapitular las características de la oferta productiva identitaria del territorio y su potencial, y comparar con el estado actual de la oferta, así como la demanda, además valorar las experiencias en eventos, encuentros y ferias, en el caso que las hubiere.
3. Facilitar jornadas de sensibilización en los modelos de comercialización adoptados por el movimiento Un Pueblo Un Producto, denominadas para el caso “Tiendas Antena (TA)”, las cuales están descritas en la Tabla 1 Tipologías de Tienda Antena de este manual.
4. Analizar y determinar el modelo de comercialización a implementar.
5. Facilitar la elaboración un plan de acción de manera participativa con los integrantes del Comité Un Pueblo Un Producto, para la implementación del modelo de comercialización.



## ACTIVIDADES

6. Ordenar información y colaborar con la elaboración de la propuesta de plan de comercialización, definición de estrategias de la implementación del plan.
7. Indagar sobre los requerimientos para la puesta en marcha del modelo de comercialización o tipo de tienda antena seleccionada, tales como: local, posible ubicación, estantería, exhibidores, presupuesto, personal necesario para la atención, forma de administración, potenciales visitantes y/o clientes, criterios de los productos a ser promovidos en la tienda.
8. Identificación de posibles alianzas para la instalación del modelo de comercialización, y fuentes de financiamiento.
9. Ejecutar prueba piloto, sobre la factibilidad del modelo elegido y su aceptación por parte de los consumidores y clientes.
6. Valoración de prueba piloto y ajuste al modelo de comercialización y/o plan de acción para su implementación.
10. Presentación de proyecto a aliados identificados y posibles financiadores, en caso de ser necesarios. Los elementos a considerar en la presentación son: finalidad de la tienda, situación actual de la oferta productiva identitaria y/o servicios, proyección de crecimiento a futuro de la demanda del territorio, presupuesto, resultados esperados.
11. Elaboración de plan de comercialización ajustado a partir del modelo seleccionado, considerando la rotación de productos, la participación de nuevas formas de presentación e innovaciones realizadas a los productos, ampliación de la oferta identitaria del territorio, desarrollo de las empresas, y otros que denoten crecimiento.
12. Implementación del plan y seguimiento.
13. Captura y análisis de los resultados obtenidos, e implementación de las mejoras pertinentes.
14. Presentación de informe de forma semestral a la gerencia Un Pueblo Un Producto

## DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Guía de facilitación de reunión.
- Formato de Plan de Acción

## OBSERVACIONES

Es necesario que el Comité Un Pueblo Un Producto, asuma un rol protagónico en la implementación del plan de acción del modelo de comercialización seleccionado, en la planificación y en la identificación de alianzas y financiamiento.

COPIA CONTROLADA PARA DIVULGACION

Autorizado en Punto 5.2.1 del Acta 19 de la sesión de Junta Directiva del 14 de diciembre de 2018



## PASO:3 Determinación del modelo de negocio.

La definición del modelo de negocios es dar pasos concretos en la interrelación con la oferta y la demanda, es decir, los productos y/o servicios identitarios y su potencial clientela, adoptando estrategias de promoción y de innovación para alcanzar mercados más allá del local, aplicando técnicas en la definición de mercados potenciales, apoyando el empoderamiento empresarial y la apropiación del proceso por parte del Comité Un Pueblo Un Producto, en la implementación de las diferentes fases, siendo esta la que dará mayor sentido de pertenencia y visión de futuro.

*Ilustración 24. Principales Actividades*

*Fase 3: Modelo de Exhibición y Comercialización - Paso 3: Determinación del modelo de negocio.*



*Elaboración Propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE y otros.*



## Ficha de procesos: Modelo de exhibición y comercialización

### Paso 3: Determinación del modelo de negocio.

#### Tiempo estimado

- Iniciar una vez este realizado hasta el paso 6 de la fase 1, estimando un tiempo para la definición del modelo de negocio de 2 meses, cuya implementación dependerá del alcance del mismo.

#### Responsables

- Jefatura del Centro regional ó CEDART, personal técnico designado

## DESCRIPCIÓN

Definir el modelo de negocio, es determinar el tipo de estructura organizacional, las características de la oferta y el mercado meta al que se orientan los esfuerzos para la consecución de los resultados propuestos por el Comité Un Pueblo Un Producto.

La definición oportuna del modelo de negocio, es un importante factor de éxito, ya que de su definición y desarrollo se espera la introducción y posicionamiento del producto y/o servicio identitario en mercados locales, regionales, nacionales e internacionales,

## ACTIVIDADES

1. Rectificar el cumplimiento hasta el paso 6 de la fase 1, referida a la articulación institucional, seguida de la conformación del Comité Un Pueblo Un Producto.
2. Verificar las características de la oferta y demanda del diagnóstico realizado en el paso 1, y actualizar información relacionada con las características de los productos y/o servicios identitarios.
3. Analizar la situación actual de los recursos productivos del territorio, frente a la demanda generada con la implementación la participación en eventos, ferias y encuentros, y del plan de acción para llevar a la práctica el modelo de exhibición y comercialización. Considerar parte del análisis, en el caso que se hubiera iniciado la ejecución de la fase 2 Industria Local Distintiva (ILD)/ Marca Territorial, en la generación de capacidades territoriales, innovaciones ejecutadas y proyectadas, creación de la marca territorial, el avance en el plan de la ILD, y el avance en el desarrollo de la cadena de valor en el territorio.



## ACTIVIDADES

4. Presentar la información sintetizada y analizada en el numeral 3 al Comité Un Pueblo, Un Producto.
5. Facilitar reunión de definición del modelo de negocio, distinguiendo características del cliente, características del producto y/o servicio estrella identitario, características de los productos identitarios relacionados con el producto estrella, propuesta de valor, definición de cadena de distribución y/ puntos de venta, caracterización del servicio al cliente adoptado, definición y/o identificación de mecanismos de promoción del producto y/o servicio identitario orientadas a incentivar la compra, cadena de distribución, empresas involucradas en el territorio y su participación, proyección de crecimiento.
6. Establecer estrategias de promoción del movimiento Un Pueblo Un Producto en el territorio, estableciendo mercado meta o caracterización del cliente para cada una de ellas, definiendo el resultado esperado en su aplicación.
7. Definir mecanismos de medición de la efectividad de las estrategias de promoción, relacionadas con el incremento en las ventas.
8. Implementar el desarrollo de validaciones de mercado a las mejoras y/o innovaciones hechas a los productos y/o servicios
9. Definir la estructura organizativa con la que se llevará a cabo la operación del movimiento con base al modelo de negocio planteado, como comisiones de seguimiento, de mercadeo, de integración, de desarrollo de mercados, y otras.
10. Valorar la posibilidad de incorporar dentro de la oferta la experiencia vivencial ya sea demostrativa sobre la elaboración del producto o bien haciendo partícipes a las personas potenciales clientes, del proceso de elaboración del producto, además de incorporar elementos informativos destacando los aspectos endógenos que le identifican con el territorio y la tradición. En caso de ser procedente, deberá incorporarse como parte de la gama de productos identitarios del territorio específico.
11. Elaboración de informe de seguimiento y resultados para la gerencia Un Pueblo Un Producto.



### DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Guía de facilitación de reunión.
- Informe a la gerencia Un Pueblo, Un Producto

### OBSERVACIONES

- La procedencia de la incorporación de la experiencia vivencial o demostrativa, dependerá de la factibilidad económica, cuyo análisis dependerá del Comité Un Pueblo Un Producto con el acompañamiento del personal del Centro Regional o CEDART.
- Habrá que considerar que la experiencia vivencial o demostrativa, requiere de ciertas condiciones para su desarrollo, como equipamiento, coordinación logística en algunos casos, personas con habilidades en la elaboración del producto, en la exposición de los pasos principales, y en el servicio al cliente.
- El liderazgo del Comité Un Pueblo Un Producto es importante en esta fase, a fin de contribuir al empoderamiento empresarial en el territorio, siendo el rol del equipo del Centro Regional y el CEDART el de facilitador y acompañamiento.

### CRITERIOS DE AVANCE PARA LA SIGUIENTE FASE:

- Modelo de Exhibición y Comercialización Seleccionado
- Modelo de Negocio planificado

### PERFIL DE SALIDA DE ESTA FASE

Perfil de salida:

- El territorio contará con experiencia en participar en Ferias y Eventos.
- Se contará con al menos un modelo de exhibición y comercialización implementado y con estrategias que marquen la proyección futura.
- Modelo de negocios con interrelación entre la oferta y la demanda, estrategias de promoción, estructura organizativa, y desarrollo de nuevos mercados.





PUEBLO:

SANTA ANA

PRODUCTO:

PRODUCTOS TÍPICOS:  
CALZADO,  
TESANIAS

\*\*\*

ICE & A  
2011

Quetzaltenango, Guatemala

Tradiciones, Patrimonio y Artesanía  
Para un desarrollo Sostenible



# FASE 4:

Seguimiento, Monitoreo y  
Evaluación



## Fase 4: Seguimiento, Monitoreo y Evaluación

El seguimiento, monitoreo y evaluación, son actividades periódicas a realizar en el proceso de implementación del movimiento Un Pueblo Un Producto, proporcionando información clave para estimar el avance de los territorios en el camino de lograr el desarrollo económico y social.

Se ha dividido en tres pasos a fin de conocer el nivel de avance de los municipios en la integración de las diferentes fases del movimiento Un Pueblo Un Producto. El primero, el seguimiento, sugerido de forma periódica con frecuencia mensual como parte del acompañamiento en la implementación de la estratégica de Un Pueblo Un Producto, con una visión constructiva del proceso. El segundo, el monitoreo para medir el desempeño del territorio y la toma de acciones pertinentes para el logro de los objetivos con base a los planes de cada uno de los municipios integrantes alineados con las fases del movimiento Un Pueblo Un Producto, sugiriendo una medición trimestral. El tercer paso o evaluación, que servirá de reconocimiento de los territorios para ascender en las diferentes categorizaciones de avance en la implementación del movimiento Un Pueblo Un Producto.

La categorización del avance esta en diferentes niveles de “D” a “A”, siendo D de menor valor y A la máxima calificación. Es una forma de sectorizar o clasificar el nivel de avance de cada uno de los territorios en las diferentes fases del Movimiento Un Pueblo Un Producto, cuyos criterios se presentan en el paso 3 o de evaluación.

Esta fase contribuye a fortalecer 3 indicadores nacionales y un indicador económico a ser consolidado por la gerencia Un Pueblo, Un Producto:

UNIDAD DE MEDIDA	EJE DE LA POLÍTICA
Indicador de formalización.	Promoción de un entorno favorable para la formalización y legalización de las MYPE de Un Pueblo Un Producto.
Indicador de empleabilidad.	Empleabilidad e ingresos para mejorar la calidad de vida de los pueblos
Indicador institucional.	Fortalecimiento del marco institucional que favorezca la competitividad del movimiento Un Pueblo, Un Producto.



## Objetivo de la Fase: 4

Transversalizar, en la implementación del movimiento Un Pueblo Un Producto, el proceso de Seguimiento, Monitoreo y Evaluación, para obtener una métrica pertinente que evidencie el avance y facilite la toma de decisiones en la intervención.

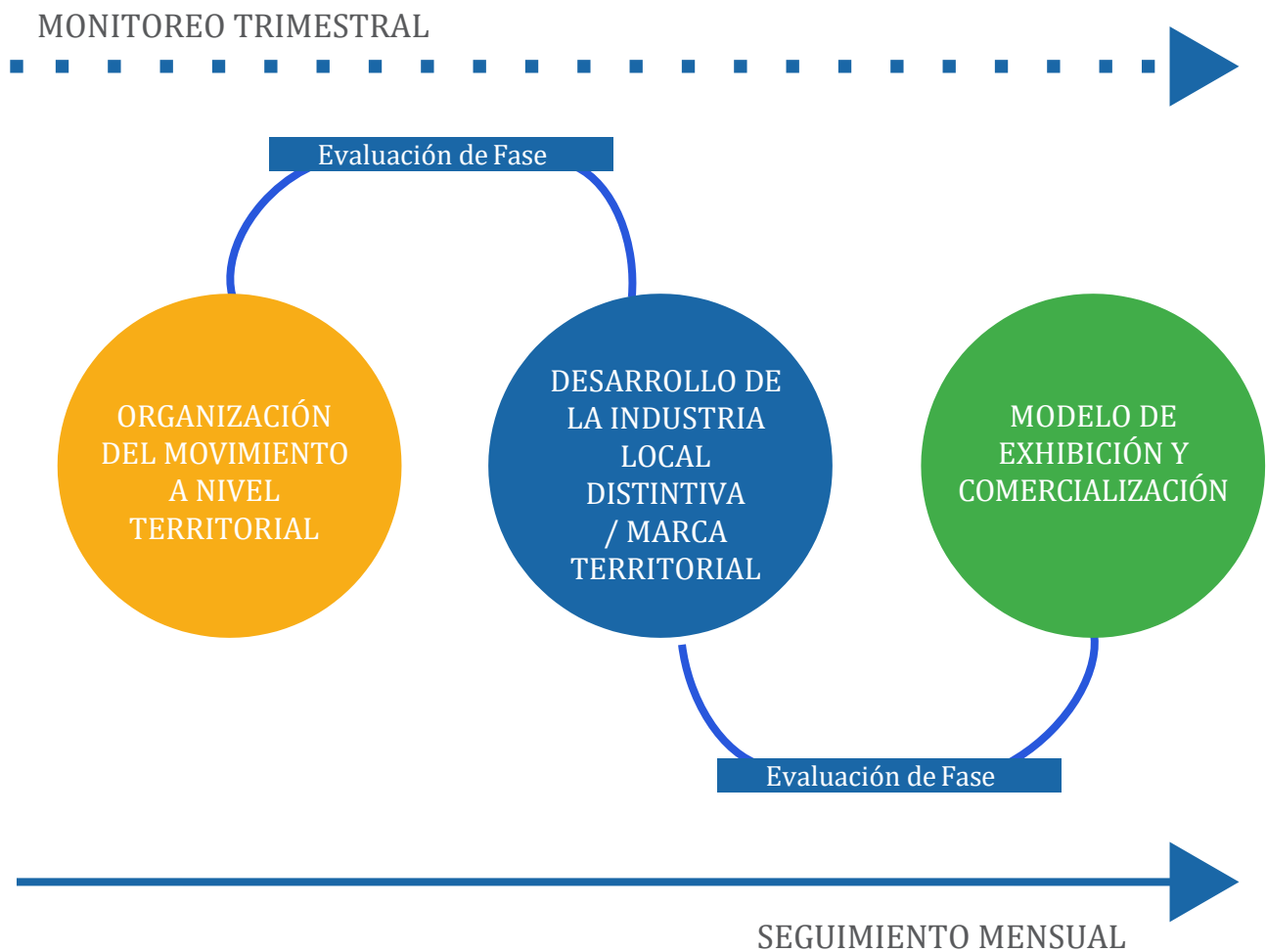
La fase de Organización consta de 3 pasos a realizar de manera periódica en el transcurso de la implementación de la estrategia.

No.	PASO	INDICADOR/PRODUCTO ESPERADO	TIEMPO ESTIMADO
1	Seguimiento, proceso mensual ligado al acompañamiento que busca determinar el avance y logro de objetivos propuestos.	Matriz de seguimiento mensual.	30 días
2	Monitoreo, revisión trimestral que busca tomar acciones y encausar el rumbo en la implementación del movimiento Un Pueblo Un Producto en el territorio.	Matriz de Monitoreo trimestral	90 días
3	Evaluación, brinda una calificación al municipio en el avance del movimiento y determina el impacto económico y social.	Informe de Impacto económico y social/ Clasificación de los territorios.	Anual.



En la ilustración siguiente se muestra la ruta a seguir para la consolidación del movimiento Un Pueblo Un Producto, a partir de la organización a nivel territorial,

Ilustración 25. Fase 4: Seguimiento, Monitoreo y Evaluación, ruta general.



Elaboración propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE y otros

A continuación se desglosan cada uno de los pasos con las distintas actividades previstas a realizar para ejecutar la fase 4 del movimiento Un Pueblo Un Producto

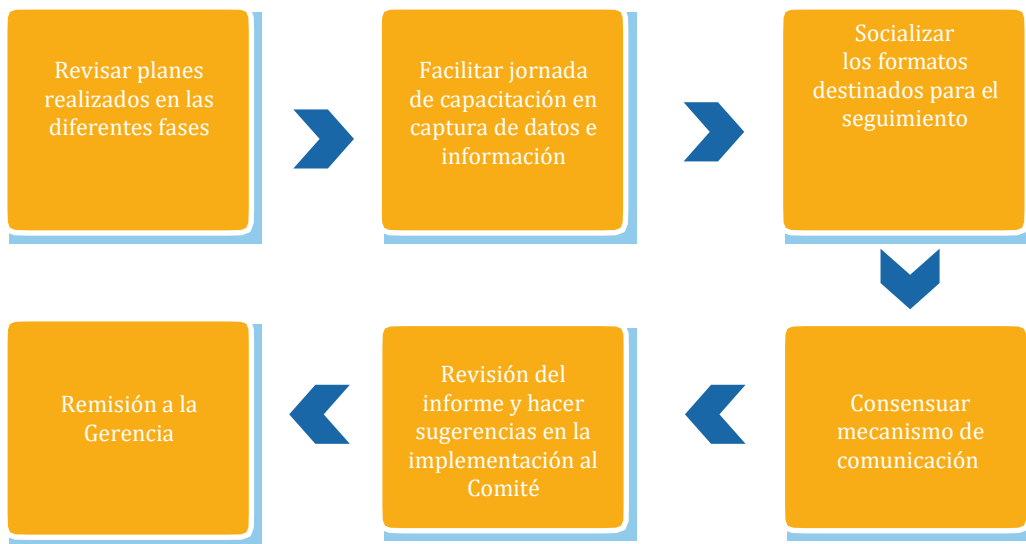


## PASO:1 Seguimiento

Por lo general el seguimiento es visto como un actividad poco necesaria, que consume tiempo, obviando que la recolección de información de manera sistemática y en menores proporciones facilita el trabajo de períodos más largos, y que aporta datos en cuanto a los ajustes operacionales en la implementación, haciendo correcciones y/o prevenciones que encausen de mejor manera el logro de los objetivos y resultados deseados.

El seguimiento constituye sin duda alguna una práctica para la autodeterminación y aprendizaje del proceso mismo, así como a tener información actualizada y disponible de forma inmediata.

*Ilustración 26. Principales Actividades  
Fase 4: Seguimiento, Monitoreo y Evaluación - Paso 1: Seguimiento.*



*Elaboración Propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE y otros.*



## Ficha de procesos: Seguimiento, Monitoreo, y Evaluación.

### Paso 1: Seguimiento.

Tiempo estimado

Cada 30 días

Responsables

Jefatura del Centro regional ó CEDART, personal técnico designado

#### DESCRIPCIÓN

El proceso de seguimiento, comprende la revisión periódica de corto plazo, acerca de las diferentes actividades realizadas en el marco del movimiento Un Pueblo Un Producto, las cuales pueden ser relacionadas con los planes realizados en la implementación de la industria local distintiva/ marca territorial, modelos de exhibición y comercialización, o bien sobre la organización del mismo en el territorio. Destaca elementos relacionados con los ingresos, la empleabilidad, sexo y edad de las personas participantes, y plan de trabajo para el próximo mes. Se trata de un plan básicamente de tareas concretas que debe aportar a los planes realizados en las diferentes fases.

Se espera que se lleve a cabo una captura de información sistemática que permita hacer valoraciones sobre los avances, que facilite la autoevaluación y toma de decisiones de quiénes integran el Comité Un Pueblo Un Producto, a fin de permanecer enfocados en los propósitos planteados.

#### ACTIVIDADES

1. De manera inicial se recomienda recordar y revisar los planes realizados en las diferentes fases para llevar a cabo las exigencias que ser parte del movimiento Un Pueblo Un Producto requiere, que serán los insumos primordiales para el seguimiento.
2. Facilitar jornada de capacitación en captura de datos e información, relevante para hacer el seguimiento, incluyendo los ingresos por ventas.
3. Socializar los formatos destinados para el seguimiento denominado Informe Mensual del Comité de Un Pueblo Un Producto



## ACTIVIDADES

4. Consensuar mecanismo de comunicación entre los integrantes del Comité Un Pueblo Un Producto y el personal técnico del Centro Regional o CEDART, para el envío del informe de seguimiento.
5. Revisión del informe y hacer sugerencias en la implementación al Comité Un Pueblo Un Producto, en caso de ser pertinentes.
6. Remisión a la Gerencia Un Pueblo Un Producto

## DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Guía para la facilitación de reuniones.
- Informe Mensual del Comité de Un Pueblo Un Producto.
- Libro de Caja del Comité Un Pueblo, Un Producto.

## OBSERVACIONES

- Es importante que las personas integrantes del Comité Un Pueblo Un Producto, reconozcan la relevancia del llenado del informe con datos e información clara y veraz, así como su remisión a la oficina regional o CEDART, en el tiempo establecido.
- Destacar que el informe es una autoevaluación que permitirá conocer sobre su efectividad y eficiencia, y hacer los ajustes correctivos o preventivos en la implementación.
- Propiciar un ambiente de confianza, cordialidad y de profesionalismo al realizar la revisión mensual.

## PASO:2 Monitoreo

El monitoreo constituye una herramienta de gestión para controlar el avance de planes con miras a la obtención de un resultado específico previamente programado, ahorra tiempo, facilita el control y la preparación de informes. Este control es eficaz y proporciona información fiable y uniforme sobre el avance.

El monitoreo permite mostrar resultados, comprender y explicar a otros que sucede, por qué se logran o no los resultados, además de contar con argumentos de cambios en actividades, tiempos y necesidades de recursos, así como incrementar la confianza en que la implementación tiene su curso y persigue los objetivos trazados.



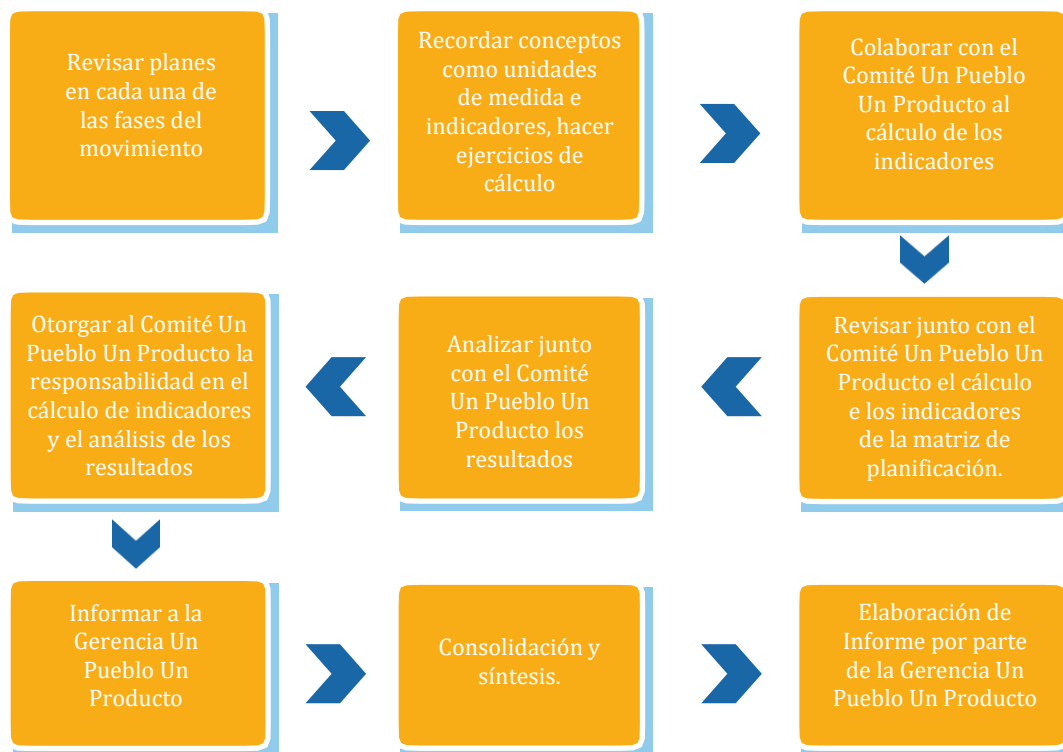


Para el caso de la implementación del movimiento Un Pueblo Un Producto, en cada territorio específico, el monitoreo deberá planificarse considerando los diferentes planes que han emergido en las diferentes fases que se estén implementando:

- Fase 1 Organización del Movimiento a nivel Territorial: Plan de Acción para la Institucionalización del Movimiento en el Territorio.
- Fase 2 Desarrollo de la Industria Local Distintiva (ILD) / Marca Territorial: Plan de acción para la mejora e innovación del producto y de desarrollo de la cadena de valor; en algunos territorios que aplique el desarrollo de la ILD se contará con un Plan de Acción de la Industria Local Distintiva (ILD)
- Fase 3 Modelos de Exhibición y Comercialización: Plan de Comercialización y Modelo de Negocio

En cada uno de ellos se habrán formulado indicadores de cumplimiento, los cuales habrá que ir midiendo para conocer el nivel de avance, y serán la base para el monitoreo.

*Ilustración 27. Principales Actividades  
Fase 4: Seguimiento, Monitoreo y Evaluación - Paso 2: Monitoreo.*



*Elaboración Propia. Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE y otros.*



## Ficha de procesos: Seguimiento, Monitoreo, y Evaluación.

### Paso 2: Monitoreo.

Tiempo estimado

Cada 90 días o trimestral

Responsables

- Jefatura del Centro regional ó CEDART, personal técnico designado
- Gerencia Un Pueblo, Un Producto

#### DESCRIPCIÓN

La revisión trimestral comprende revisar los planes en ejecución de cada una de las fases de implementación del movimiento, con especial énfasis las que ya tienen algún nivel de avance, realizando las mediciones previstas en indicadores y razonando aspectos que han contribuido o afectado el desarrollo de los objetivos y el resultado.

El monitoreo permite tener un panorama concreto para fortalecer y/o ajustar el trabajo territorial y tomar decisiones con base a información actualizada y veraz, permitiendo mayor certeza y efectividad en la toma de decisiones.

#### ACTIVIDADES

1. Revisar planes en cada una de las fases del movimiento
2. Recordar conceptos como unidades de medida e indicadores, hacer ejercicios de cálculo, con base a los planes en ejecución en el territorio
3. Colaborar con el Comité Un Pueblo Un Producto al cálculo de los indicadores de la matriz de planificación, si es el caso que se trata de la primera vez.
4. Revisar junto con el Comité Un Pueblo Un Producto el cálculo e los indicadores de la matriz de planificación.
5. Analizar junto con el Comité Un Pueblo Un Producto los resultados y extraer aprendizajes de la implementación y posibles ajustes en la implementación.



## ACTIVIDADES

6. Otorgar al Comité Un Pueblo Un Producto la responsabilidad en el cálculo de indicadores y el análisis de los resultados, una vez el personal técnico del Centro Regional o CEDART hubiera rectificado que dicho Comité lo puede llevar a cabo con veracidad y objetividad.
7. Informar a la Gerencia Un Pueblo Un Producto, para la consolidación y síntesis.
8. Elaboración de Informe Final (Actualización de matriz de monitoreo Un Pueblo Un Producto)

## DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Guía para la facilitación de reuniones.
- Planes del territorio en las Diferentes Fases
- Matriz de Monitoreo de la Gerencia Un Pueblo Un Producto

## OBSERVACIONES

- Se debe hacer hincapié en la importancia de llevar a cabo la revisión trimestral, y la toma de medidas pertinentes a fin de coordinar esfuerzos entre el Comité y la Gerencia Un Pueblo Un Producto
- Propiciar un ambiente de confianza y cordialidad al realizar la revisión y cálculo de indicadores.

## PASO:3 Evaluación

La evaluación se realiza con menor frecuencia, generalmente una vez al año o al finalizar etapas o procesos, contribuye a tomar medidas de mediano y largo plazo, y mide el grado en que se modifica una situación determinada con base al cumplimiento de objetivos y metas programados, brinda el estado o situación en que se encuentra el territorio en relación a otros, en cuanto a la adopción y/o avance del movimiento Un Pueblo Un Producto considerando los criterios de clasificación de los territorios.

Evaluar es un indicativo de conocer los efectos, la eficiencia e impactos logrados.

En este caso, como se dijo anteriormente, los municipios son categorizados en diferentes niveles de "D" a "A", siendo D de menor valor y A la máxima calificación. A continuación se presentan los criterios de clasificación:



Categorías de Avance	Criterios de Clasificación de los Territorios
<p style="text-align: center; font-size: 48px; font-weight: bold;">A</p>	<p><b>Fase 1: Organización del movimiento a nivel territorial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto identitario estrella seleccionado.</li> <li>• Plan de acción para institucionalizar el movimiento.</li> <li>• Instituciones del territorio integradas en el Comité Un Pueblo, Un Producto</li> </ul> <p><b>Fase 2: Desarrollo de la Industria Local Distintiva (ILD)/ Marca Territorial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca territorial identificada</li> <li>• Plan de acción para la mejora e innovación del producto y de desarrollo de la cadena de valor, en marcha</li> <li>• Proceso de Operación Iniciado, si aplica</li> </ul> <p><b>Fase 3: Modelo de Exhibición y Comercialización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación en Eventos, Encuentros y Ferias</li> <li>• Modelo de Exhibición y Comercialización Seleccionado</li> <li>• Modelo de Negocio planificado y en marcha</li> </ul>
<p style="text-align: center; font-size: 48px; font-weight: bold;">B</p>	<p><b>Fase 1: Organización del movimiento a nivel territorial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto identitario estrella seleccionado.</li> <li>• Plan de acción para institucionalizar el movimiento.</li> </ul> <p><b>Fase 2: Desarrollo de la Industria Local Distintiva (ILD)/ Marca Territorial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de acción para la mejora e innovación del producto y de desarrollo de la cadena de valor, iniciado</li> <li>• Proceso de Operación identificado, si aplica</li> </ul> <p><b>Fase 3: Modelo de Exhibición y Comercialización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación en Encuentros, Eventos y Ferias</li> <li>• Interés expreso en implementar algún modelo de Exhibición y Comercialización</li> <li>• Modelo de Negocio planificado</li> </ul>



Categorías de Avance	Criterios de Clasificación de los Territorios
	<p><b>Fase 1: Organización del movimiento a nivel territorial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto identitario estrella seleccionado.</li> <li>• Plan de acción para institucionalizar el movimiento en formulación</li> </ul> <p><b>Fase 2: Desarrollo de la Industria Local Distintiva (ILD)/ Marca Territorial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de acción para la mejora e innovación del producto y de desarrollo de la cadena de valor, en etapa de formulación</li> </ul> <p><b>Fase 3: Modelo de Exhibición y Comercialización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación en Encuentros, Eventos y Ferias</li> <li>• Interés en conocer acerca de los modelos de Exhibición y Comercialización</li> </ul>
	<p><b>Fase 1: Organización del movimiento a nivel territorial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto identitario estrella seleccionado.</li> <li>• Actores locales identificados</li> </ul> <p><b>Fase 3: Modelo de Exhibición y Comercialización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interés expresado en participar en Encuentros, Eventos y Ferias</li> </ul>

Se recomienda contabilizar el valor de ventas logrado, los ingresos percibidos y percepciones de cambio en la situación particular de cada empresario o empresaria.

Ilustración 28. Principales Actividades Fase 4: Seguimiento, Monitoreo y Evaluación Paso 3: Evaluación Elaboración Propia.



Fuente: Documentos Institucionales CONAMYPE y otros.

## Ficha de procesos: Seguimiento, Monitoreo, y Evaluación.

## Paso 3: Evaluación.

### Tiempo estimado

Anual

### Responsables

- Jefatura del Centro regional ó CEDART, personal técnico designado
- Gerencia Un Pueblo, Un Producto

### DESCRIPCIÓN

La evaluación, es la revisión del cumplimiento de todos los pasos a realizar en una fase específica, a fin generar una clasificación del territorio con respecto a los otros territorios, utiliza los criterios de clasificación de los territorios para contar con una base sectorizada de los municipios.

Una evaluación es un proceso de análisis crítico de actividades y resultados para determinar la pertinencia de los objetivos planteados, la eficiencia de uso de los recursos y el impacto en las personas participantes.

La evaluación debe verse como un proceso de aprendizaje que aporta a mejorar las condiciones de la implementación, a conocer deficiencias o posibles situaciones que pueden contrarrestar el cumplimiento de objetivos futuros, y de destacar lo eficiente y aceptable para actualizarlo, además de redefinir metas y alcances, si fuera necesario.

COPIA CONTROLADA PARA DIVULGACION

Autorizado en Punto 5.2.1 del Acta 19 de la sesión de Junta Directiva del 14 de diciembre de 2018



## ACTIVIDADES

1. Revisar informes de seguimiento mensual y matriz de monitoreo.
2. Revisar tabla de criterios de clasificación de los territorios.
3. Consultar a las personas integrantes del Comité Un Pueblo Un Producto mejoras percibidas de las empresas y en las personas en función del desarrollo del producto identitario.
4. Llevar a cabo un análisis comparativo de los ingresos por ventas obtenidos en el total anual y en las logradadas en ferias, encuentros y eventos, en relación a años anteriores.
5. Hacer un análisis de elementos cualitativos como mejoras en puntos de venta, disposición de los productos, enumerar o describir innovaciones o mejoras realizadas a la oferta (productos, empaques, viñetas, fichas informativas, entre otros).
6. Análisis de los resultados obtenidos y la documentación presentada: extraer aprendizajes, aportes a la mejora de procesos, actualización de planes de las diferentes fases mediante el ajuste de objetivos, alcance y metas.
7. Proponer la recalificación del territorio según los criterios de clasificación de los territorios.
8. Elaborar informes y registrar resultados.
9. Revisar y validar informe y recalificación del territorio según los criterios de clasificación de los territorios por parte de la gerencia Un Pueblo Un Producto.

### DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Guía para la facilitación de reuniones.
- Informes de seguimiento mensual y de matriz de monitoreo.
- Criterios de clasificación de los territorios.

### OBSERVACIONES

- Propiciar un ambiente de confianza y cordialidad al hacer consultas, revisiones, recomendaciones, al realizar la revisión mensual.

Esta última fase se aplica durante todo el proceso de intervención en la implementación del Movimiento Un Pueblo Un Producto







# SOSTENIBILIDAD DEL MOVIMIENTO UN PUEBLO, UN PRODUCTO

La sostenibilidad del movimiento Un Pueblo Un Producto, debe entenderse como la capacidad de continuar operando en el territorio bajo el liderazgo y coordinación del Comité Un Pueblo Un Producto, aportando a la generación de desarrollo económico, con el acompañamiento de los Centros Regionales o CEDART de la CONAMYPE, en caso de considerarlo necesario.

El proceso durante la implementación de las 4 fases buscan además de los objetivos particulares de cada una, el empoderamiento empresarial y personal de quienes forman parte, y la consolidación de la articulación de actores del territorio, con la finalidad común que es el desarrollo económico y social a partir de potenciar la riqueza productiva identitaria.

La sostenibilidad inicia su construcción desde el diseño del plan de acción del movimiento, considerando el rol protagónico de los actores territoriales para que en sus efectos prevalezca la continuidad de acciones en el tiempo y el diseño de estrategias innovadoras focalizadas en el avance del territorio.

La sostenibilidad del movimiento Un Pueblo Un Producto se concibe en dos vías:

- 1. El empoderamiento territorial:** siendo las personas productoras y, empresarias, a las cuales se les ha transferido la filosofía del movimiento y los conocimientos técnicos adecuados, que logran generar una visión común que da paso a la sucesión en el tiempo del que hacer del movimiento, que puede verse desde las siguientes aristas:
  - **Técnica:** la sostenibilidad técnica será alcanzada cuando se ha inculcado una cultura innovadora basada en la calidad y la mejora continua que propicie el empoderamiento productivo.
  - **Organizativa:** cuando se logra el fortalecimiento de la organización comunitaria, y se interioriza la visión colectiva de largo plazo del desarrollo integral del territorio, propiciando liderazgos generacionales que garantizan la sostenibilidad de las acciones para el desarrollo.
  - **Financiera:** cuando la implementación de la estrategia ha generado los resultados apropiados que han permitido la apertura de nuevos mercados, incrementado la capacidad productiva y por ende el incremento en los beneficios percibidos por las empresas, haciéndolas avanzar en el ciclo de la empresa de manera sostenible.
- 2. Institucionalización del movimiento Un Pueblo Un Producto a nivel nacional:** cuando existe un compromiso firme de la continuidad del movimiento, expresado en la institucionalización de la estructura local con el Comité Un Pueblo Un Producto, participando de la estructura nacional mediante la Red Nacional Un Pueblo Un Producto, además de una gerencia especializada que apoyaran en las acciones a los territorios con el equipo técnico de la CONAMYPE. Parte importante de la institucionalización es la Política Pública Un Pueblo Un Producto, cuya finalidad es dinamizar y fortalecer el movimiento Un Pueblo Un Producto a nivel nacional para que sea competitivo y

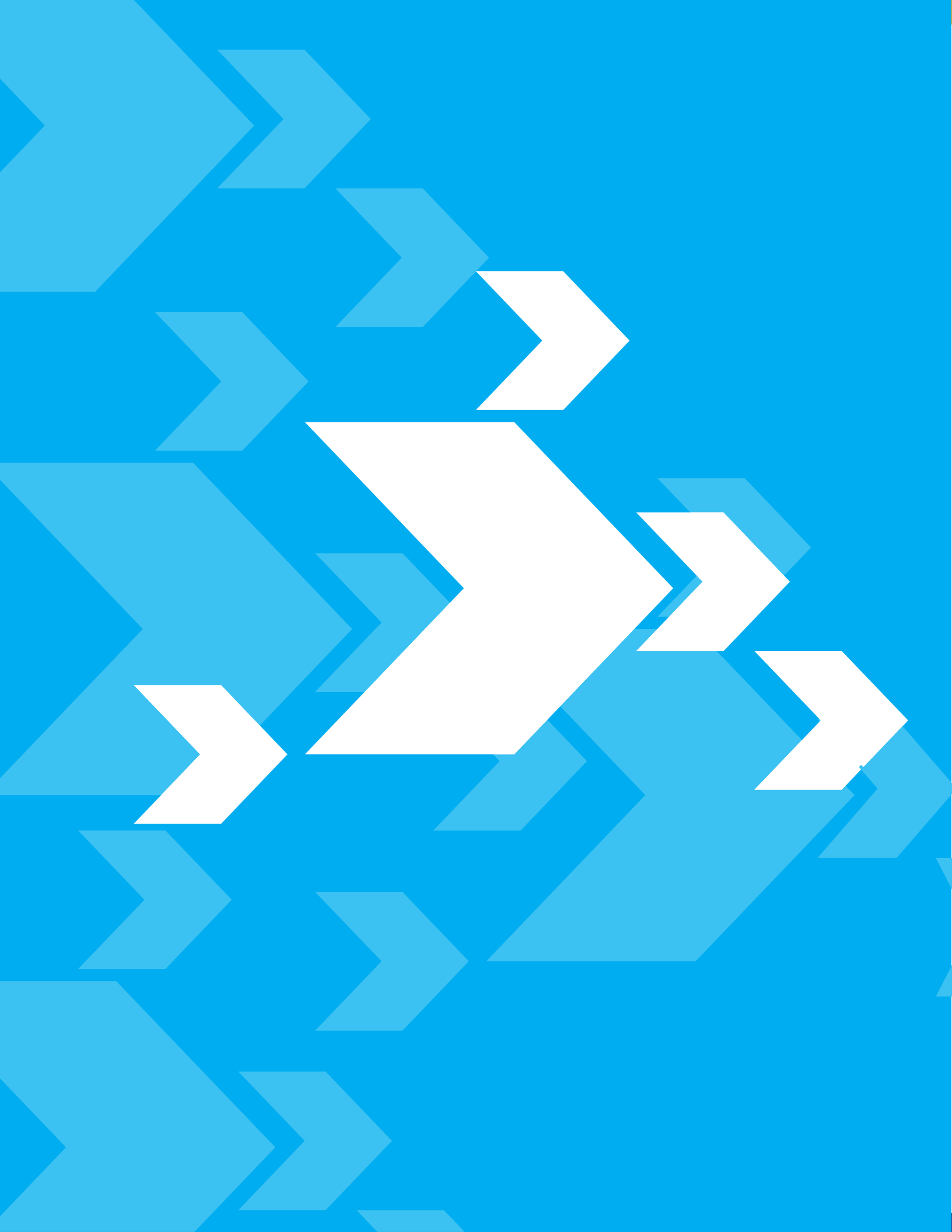
sostenible sobre la base de un tejido empresarial empoderado, articulado, que genere identidad territorial y productividad, capaz de crear oportunidades, inclusión, y empleabilidad. La sostenibilidad desde la óptica de la institucionalización del movimiento Un Pueblo Un Producto, tiene las aristas siguientes:

- **Técnica:** la formalización de los procesos de aprendizaje empresariales que permiten mantener en funcionamiento la implementación actual basada en una actualización continua de los conocimientos en el territorio.
- **Política:** la toma de compromisos claros y realizables por parte de las instituciones del gobierno central, la normativa que institucionalice las acciones, así como de políticas públicas que garanticen la sostenibilidad del movimiento.
- **Organizativa:** hace eco en la articulación de las organizaciones comunitarias, el gobierno central, los gobiernos locales y los distintos grupos de interés en el municipio.
- **Financiera:** la disponibilidad de los recursos financieros que propicien la ejecución de acciones, el acompañamiento especializado y técnico en los territorios.



CHINAMECA







# BIBLIOGRAFÍA

CONAMYPE (2015). **“Guía de implementación de la Estrategia de Desarrollo Económico Local “Un Pueblo, Un Producto El Salvador”**. San Salvador, El Salvador: CONAMYPE.

CONAMYPE (2015). **PLAN ESTRATEGICO DE CONAMYPE 2015-2019**. San Salvador, El Salvador: CONAMYPE.

CONAMYPE.(2014). **Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y pequeña Empresa** San Salvador, El Salvador: CONAMYPE.

CONAMYPE (2012). **“Estrategia Un Pueblo, Un Producto. San Salvador, El Salvador: CONAMYPE.**

**EL SALVADOR, -Productivo, Educado, y Seguro- Plan quinquenal de desarrollo (PQD), 2014**  
Miyoshi,K, Okabe, Y, Banyai, C. (2013).Capacidad comunitaria y desarrollo rural.: JICA

**Oita OVOP International Exchange Promotion Committee** (2009). Recuperado el 18 de noviembre de 2015 de <http://www.ovop.jp/en/index.html>



INDICE

DE ANEXOS



# Índice de Anexos

- Anexo 1: Propuesta para Guía de Reuniones y Recomendaciones para su Ejecución.
- Anexo 2: Marco Normativo del Comité de Un Pueblo, Un Producto.
- Anexo 3: Diagnóstico Territorial.
- Anexo 4: Ficha de Participación y Compromiso o Voluntad Política.
- Anexo 5: Matriz de Planificación.
- Anexo 6: Cronograma de Actividades del Comité Un Pueblo, Un Producto.
- Anexo 7: Hoja de Calificación Marca Territorial del Comité Un Pueblo, Un Producto.
- Anexo 8: Solicitud para uso Marca Territorial del Comité Un Pueblo, Un Producto.
- Anexo 9: Ficha Técnica para Ferias, Festivales o Encuentro de los Pueblos.
- Anexo 10: Lista de Pueblos a Participar y Productos en Ferias, Festivales o Encuentro de los Pueblos.
- Anexo 11: Comisiones de Trabajo en Ferias, Festivales o Encuentro de los Pueblos.
- Anexo 12: Programa de Ferias, Festivales o Encuentro de los Pueblos.
- Anexo 13: Guía Logística para Ferias, Festivales o Encuentro de los Pueblos.
- Anexo 14: Guía de Seguridad para Delegados en Ferias, Festivales o Encuentro de los Pueblos.
- Anexo 15: Ficha de Participación y Compromiso Encuentro de los Pueblos.
- Anexo 16: Ficha de Inscripción Delegados a Encuentro de Los Pueblos.
- Anexo 17: Informe Mensual del Comité Un Pueblo, Un Producto.
- Anexo 18: Lista de Participantes.
- Anexo 19: Libro de Caja del Comité Un Pueblo, Un Producto.



# Anexo 1 : Propuesta para Guía de Reuniones y Recomendaciones para su Ejecución



## Guía para Reuniones

- Definir objetivo y tiempo de la reunión
- Comunicar agenda
- Solicitar a los liderazgos identificados y actores locales si tienen puntos adicionales
- Abordar puntos en los tiempos establecidos
- Establecimiento de acuerdos, fechas y responsables, en los casos de ser necesarios
- Acordar fecha de nueva reunión.

## Recomendaciones

A medida que los liderazgos se empoderen del proceso, se recomienda ceder la coordinación de la reunión.

Se recomienda establecer normas:

NO uso del celular

Solicitar la palabra

NO conversar o interrumpir si alguien esta aportando su opinión, esperar que se sea concedida la palabra para aportar

Hacer buen uso de su participación, no hacer críticas ni señalamientos negativos, ni repita lo que alguien más ya dijo.

Sea cortés y trate a los demás como a Ud. le gustaría que lo hicieran.



# Anexo 2: Marco Normativo del Comité de Un Pueblo, Un Producto.



## I. INTRODUCCION

La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), era una institución pública creada por Decreto Ejecutivo No. 48, publicado en el Diario Oficial No. 331 de fecha 8 de mayo de 1996, el cual tuvo modificaciones en el Decreto Ejecutivo No. 12, publicado en el Diario Oficial No. 344 de fecha 6 de julio de 1999. La misión de CONAMYPE es fomentar, proteger y desarrollar micro y pequeñas empresas, fortaleciendo tanto su capacidad transformadora como su excelencia, para que se integren e incidan en el desarrollo económico nacional y territorial, de forma inclusiva, sostenible y justa.

En el año 2017, la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, CONAMYPE, sufre un cambio significativo en su estructura orgánica dando seguimiento al cumplimiento de la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña empresa, así como al cambio de su figura jurídica, donde se transforma en Institución Autónoma creada mediante Decreto Legislativo número 838 de fecha 15 de noviembre del mismo año, Publicándose en el Diario Oficial N° 222, Tomo número 417 del día 28 del mismo mes y año, cuya personería se comprueba con: A) el Acuerdo Ejecutivo número 647, de fecha siete de diciembre de este año, por el cual el Señor Presidente de la República nombró como Presidenta de la CONAMYPE, a la Lic. Ileana Roger Cruz, B) Certificación del Libro de Actas de Juramentaciones de Funcionarios Públicos que lleva Presidencia de la República, extendida el precitado día por el Secretario para Asuntos Legislativos y Jurídicos de la Presidencia de la República, licenciado Francisco Rubén Alvarado Fuentes, en la cual consta que fue juramentada como Presidenta de la CONAMYPE, para un periodo de cinco años a partir del citado día.

**CONAMYPE** es la institución de gobierno que fortalece y potencia al sector de las micro y pequeñas empresas para lograr un desarrollo económico justo, democrático, sostenible y con enfoque de género a nivel territorial. Para ello ha generado una dinámica de transformación e incidencia en el sector empresarial, a partir de estrategias y programas de fomento y fortalecimiento. Dentro de sus iniciativas para el período 2015-2019 se contempla un programa de industrialización de las mypes que incluye un modelo de industrialización identitaria en el marco de la expansión del movimiento Un Pueblo Un Producto, mediante el desarrollo de la industria local distintiva y la articulación con el gobierno local y central.

La proyección del trabajo de CONAMYPE para los siguientes años se enmarca en el eje de "Crecimiento Económico y Empleo digno" establecido en el Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019 con la visión estratégica de: "Transformar a las MYPE en empresas competitivas, mediante su organización, articulación e integración a la dinámica de la economía territorial, nacional e internacional, que incida en las políticas públicas para la generación de ingresos y empleos dignos". Se tendrá como guía conceptual el "buen vivir" y las siguientes leyes y políticas: la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la micro y pequeña empresa, la Política Nacional de la MYPE, la Política Nacional de Emprendimiento, la Política Nacional de Transformación Productiva y la Política industrial.

**UN PUEBLO UN PRODUCTO** en El Salvador, parte del concepto de desarrollo económico rural comunitario el cual fue presentado por la Comisión Nacional de Desarrollo (CND) en el 2003, como parte del “Plan Maestro de Desarrollo Económico de la Región oriental” desarrollado por la Cooperación Japonesa.

En el año 2007 se lleva a cabo la primera experiencia de implementación del Movimiento un Pueblo Un producto con base al estudio realizado por el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP) que consistió en un mapeo de los productos para su identificación y un estudio de mercado.

CONAMYPE ha impulsado desde el año 2010 la estrategia de desarrollo económico “UN PUEBLO UN PRODUCTO” cuyo propósito es promover el desarrollo económico local a través de procesos que generen capacidades comunitarias, emprendedoras y empresariales a partir del potencial de los recursos locales con base en los principios del movimiento un pueblo un producto.

La estrategia de desarrollo económico territorial, un pueblo un producto tiene como propósito promover la participación de la comunidad en el desarrollo económico de los pueblos, desarrollando acciones de reconocimiento de recursos locales y de productos con potencial económico. Esta estrategia implica la ejecución de acciones de fomento y fortalecimiento de capacidades productivas y empresariales de los actores alrededor de los productos.

Estos procesos se ejecutan a partir de ejercicios participativos para la determinación de acciones de construcción de alternativas económicas y promoción del liderazgo mostrado por los actores locales.

La estrategia Un Pueblo Un Producto expone la identidad, cultura, sentido de pertenencia entre los pueblos así como el desarrollo de creencias y valores. Su antecedentes se originan en el enfoque de desarrollo económico rural comunitario implementado por Japón bajo el nombre de “One Village One Product” (OVOP, por sus siglas en inglés) que promueve el aprovechamiento de los recursos locales a través de procesos de desarrollo endógeno que buscan elevar las capacidades comunitarias en función de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

La CONAMYPE retoma la estrategia en su Plan Estratégico 2010-2014 como una acción que busca desarrollar la innovación, creatividad de los pueblos para que con sus recursos y oportunidades desarrollen productos, dentro de los principios del movimiento se encuentra:

- **Actuar local y pensar global:** Los pueblos generan acciones con sus propios recursos para promover el orgullo y la identidad de sus productos y servicios, fomentando el cambio de pensamiento en sus habitantes con orientación hacia afuera de su propia localidad.
- **Autonomía y creatividad:** Promueve el uso de los recursos del pueblo y presenta de forma creativa productos y servicios integrando innovación, calidad y promoción.
- **Desarrollo de los recursos humanos:** Genera capacidades locales en los actores empresariales y productivos para desarrollar sus productos y servicios.

Esta estrategia se fundamenta en que la comunidad se incentive y asuma el proceso de desarrollo desde sus propios recursos. Se promueve desde la existencia de recursos naturales, humanos, culturales y económicos productivos que permiten identificar oportunidades de desarrollo económico desde iniciativas empresariales de una industria local distintiva cuyos productos deberán cumplir los siguientes criterios:

- a) Productos con posibilidad de ser diversificados
- b) Productos que logran integrar a un porcentaje importante de la comunidad en su función de producción y comercialización
- c) Productos con potencial de mercado y por tanto puede alcanzar generar ingresos sostenibles

El "**COMITE DE UN PUEBLO UN PRODUCTO** " será una instancia de participación activa de los diferentes actores del municipio donde sea elegido, tanto a nivel representativo social y económicamente, así como a nivel territorial (región, microrregión, departamento).

Los Comités son instancias de desarrollo sin fines de lucro y que sirven de apoyo complementario al desarrollo de la estrategia un pueblo un producto en los pueblos y son los encargados de fomentar y promover el desarrollo social y económico del municipio en el cual participan y están representados los diferentes actores de la sociedad de los municipios que implementan la estrategia de desarrollo económico local " Un pueblo un producto" , los cuales se coordinan con el gobierno local y actores claves del municipio para la ejecución de acciones, planes, programas y proyectos que conlleven a la buena administración y uso racional de los recursos si es que poseen .

### **CONCEPTUALIZACION DEL COMITÉ UN PUEBLO UN PRODUCTO**

#### **Definición del Comité UN PUEBLO UN PRODUCTO**

El Comité, es el ente integrado para realizar las acciones necesarias que permitan la implementación del modelo japonés "Un pueblo, un producto", con el propósito de apoyar el desarrollo de un territorio.

## Objetivos

**General:** Apoyar el desarrollo del territorio a través de la utilización eficaz y eficiente de los recursos locales, promoviendo y facilitando para este propósito, la adecuada coordinación y articulación de actores públicos, privados y sociedad civil.

## Específicos:

- Visibilizar los recursos locales.
- Promover la creatividad para aprovechar de manera sostenible los recursos locales.
- Lograr la integración y articulación de recursos (humanos, técnicos, organizacionales y financieros) para un propósito común.
- Promover un modelo de desarrollo integral.

Los COMITÉ UN PUEBLO UN PRODUCTO\_\_\_\_\_ (NOMBRE DEL PUEBLO) **cumple con las siguientes funciones generales:**

1. Promover la difusión de los principios del desarrollo humano, la participación comunitaria.
2. Impulsar la consolidación de la cultura económica, la democracia, la solidaridad y la responsabilidad de toda la población en la construcción de su propio futuro.
3. Servir de canal de comunicación entre el gobierno y la población participante en el movimiento un pueblo un producto.
4. Propiciar la concertación entre el Gobierno y la población para que los esfuerzos de toda la comunidad se sumen en beneficio del municipio.
5. Promover la capacitación de la población en temas que le permitan participar de manera activa y constructiva en los procesos de desarrollo local.
6. Favorecer la organización de las comunidades para que puedan participar de una manera más eficaz en las acciones para el progreso de sus comarcas, barrios y comunidades.
7. Participar activamente en los procesos de desarrollo local y particularmente en la construcción y ejecución de los planes orientados al desarrollo de la estrategia de desarrollo económico local un pueblo un producto.
8. Visibilizar los recursos locales para dinamizarlos en pro de la económica del municipio
9. Promover la creatividad para aprovechar de manera sostenible los recursos locales
10. Gestionar alianzas estratégicas en una alianza-público-privado academia con el fin de sumar esfuerzos en pro de los participantes dentro del movimiento
11. Tener el compromiso de hacer publicidad del territorio inmerso en el movimiento
12. Organización de ferias de exhibición, comercialización y circuitos turísticos

## **BENEFICIOS ESPERADOS A TRAVES DE LA CONFORMACION DEL COMITÉ UN PUEBLO UN PRODUCTO EN LOS TERRITORIOS A IMPLEMENTAR EL MOVIMIENTO**

- a) **DESARROLLO DE CAPACIDAD PARA TENER MEJOR PRECEPCION CONJUNTA**
- Actividades de intercambio de buenas prácticas nacional e internacionalmente
  - Capacitación, asistencias técnicas
  - Foros, eventos

**b) PROMOCION Y COMERCIALIZACION EN CONJUNTO**

- Ferias colectivas como tiendas antenas itinerantes ( TAI)
- Tiendas Antena ( Fija)
- Tienda de carreta o de paso ( Michinoeki)
- Compra de materia prima por mayor en conjunto
- Elaboración de catálogos integrales de comercialización
- Marca colectiva

**INTEGRACION Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA**

Consiste en la conformación de una articulación funcional participativa, representativa y comprometida con el que hacer del movimiento un pueblo un producto que active un eje vertical de manera operativa y estratégica, donde nace un Comité en un nivel territorial “Comité un pueblo un producto” en un nivel III, una Red Nacional de un pueblo un producto en un nivel II y; un Consejo Asesor un pueblo un producto en un nivel I Directivo.

Toda la estructura anterior del movimiento un pueblo un producto que se constituye un subsistema que se concatena de forma natural al Sistema MYPE, el cual es un mecanismo de articulación estratégico cuyo sentido es impulsar la Política Nacional verticalizando desde los niveles de intervención territorial-nacional y directivo que se comprometen al alcance que tiene el movimiento en cada territorio.

Se hace a continuación un resumen de cada uno de los niveles presentados anteriormente:

**NIVEL TERRITORIAL (NIVEL III) COMITÉ UN PUEBLO UN PRODUCTO**

El trabajo a nivel territorial constituye un nuevo paradigma del desarrollo, que privilegia la dimensión local como ámbito de encuentro de los actores para lograr la identificación de los productos identitarios, recursos, potenciales mercados y socios a partir de un proceso concertado para la construcción de capacidades empresariales, desde lo local hasta lo global.

Este comité en el territorio estará conformado por los diferentes sectores económicos identificados en el municipio, las instituciones públicas y privadas presentes en el territorio, así como sociedad civil organizada y empresa privada.

Se espera que esta sumatoria de capacidades territoriales coadyuve esfuerzos y experiencias para el acompañamiento, vinculación y asesoría de las MYPE del movimiento.

Estos Comités tendrán reuniones periódicas según lo acuerden, se sugiere que sea al menos cada mes con la finalidad de dar seguimiento a las iniciativas productivas identitarias con proyección de desarrollo, los acuerdos serán registrados en un libro de actas para seguimiento.

### **A Nivel Nacional (Nivel II): Red Nacional Un Pueblo Un Producto**

La Red Nacional Un Pueblo Un Producto estará conformada por un máximo de 14 representantes de los Comités Un Pueblo Un Producto, uno por departamento del país; y dos representantes de la Sociedad Civil Organizada, haciendo un total de 16 integrantes. Dichos representantes serán elegidos en Asamblea General de los Comités Un Pueblo Un Producto, que será ejecutada cada tres años, a la cual asistirán los representantes elegidos democráticamente en cada uno de éstos Comités (Nivel Territorial), quienes asistirán a la Asamblea General convocada y precedida por la CONAMYPE.

Dicha Asamblea se llevará a cabo si hay representatividad territorial, considerando un valor adicional al 50% de los asistentes posibles, en caso de no contar con ello se procederá a la segunda convocatoria, la cual se llevará a cabo con la asistencia lograda.

Se espera que quiénes sean electos en esta Asamblea General, sean considerados por su representatividad territorial, la experiencia acumulada en el movimiento Un Pueblo Un Producto, el acompañamiento brindado a las MYPE del territorio de Un Pueblo Un Producto, como las características más destacadas.

En la medida de lo posible considerar la participación de las mujeres para considerar sus necesidades e intereses en el desarrollo de productos identitarios y en la puesta en marcha de empresas bajo esta visión.

Esta Red Nacional Un Pueblo Un Producto se reunirá con una frecuencia trimestral para dar seguimiento al nivel territorial brindando lineamientos operativos y recomendaciones orientados a fortalecer el movimiento, para que sea competitivo y sostenible en los territorios.

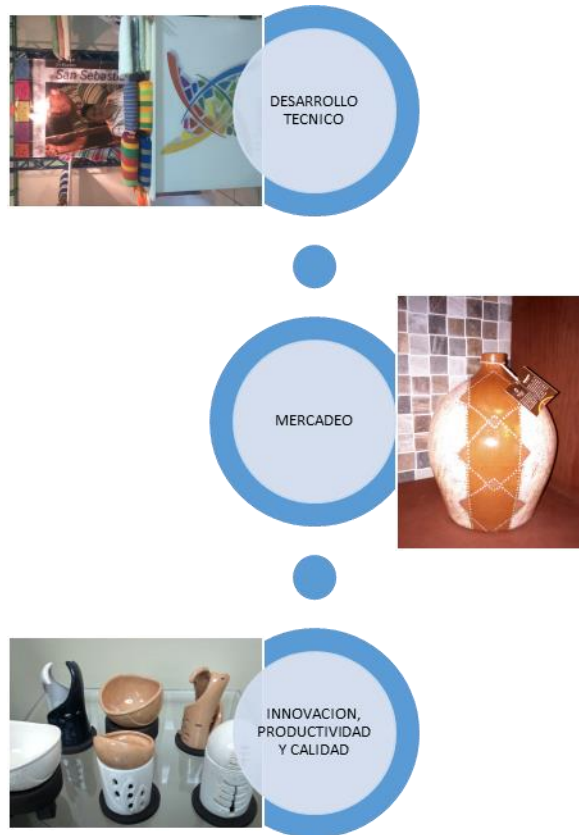
Los acuerdos tomados serán consensuados, entre los asistentes, razonando posiciones e intereses, de forma tal que los territorios se sientan representados. En caso de no obtener el consenso, se razonará las diferencias considerando el territorio que las expone, dejando registro de ello.

La CONAMYPE convocará a la Red Nacional Un Pueblo Un Producto, será responsable de destacar los avances, dar a conocer próximas actividades, además de llevar un registro de los acuerdos y su seguimiento; quién represente a la institución enviará los resultados de la reunión a la Dirección Ejecutiva de la CONAMYPE, quién se encargará de poner al tanto al Consejo Asesor de Un Pueblo Un Producto, cuando corresponda.

Esta Red Nacional podrá estar precedida por la CONAMYPE a través de la Gerencia Un Pueblo Un Producto.

Será conveniente elegir propietario y suplente para cada integrante de la Red Nacional Un Pueblo Un Producto.

Se hace un gráfico a continuación de los ejes centrales a desarrollar dentro de la RED



### **Nivel Directivo (Nivel I) Consejo Asesor Un Pueblo Un Producto**

El Consejo Asesor Un Pueblo Un Producto, es la instancia estratégica a nivel nacional, quién se encargará de velar por que las acciones consideradas y ejecutadas estén orientadas a que el Movimiento Un Pueblo Un Producto sea más competitivo y sostenible, que potencie y desarrolle un tejido empresarial empoderado y articulado.

Este Consejo brindará elementos que encaminen las acciones hacia el logro del alcance definido para la política nacional Un Pueblo Un Producto, estará vigilante de la movilidad del entorno para reorientar los lineamientos en caso de ser necesario, teniendo siempre en la mira la creación de oportunidades, inclusión y empleabilidad, a partir de productividad e identidad territorial.

Este Consejo estará conformado por Instituciones del Gobierno Central vinculadas el logro de los objetivos de la Política Nacional Un Pueblo Un Producto: Representantes de la Sociedad Civil Organizada especializada en el desarrollo de la micro y pequeña empresa, además de aquellas que se dediquen al rescate de las tradiciones identitarios nacionales (2), y representantes de la Red Nacional Un Pueblo Un Producto (1).

Las instituciones que llamadas a conformar el Consejo Asesor Un Pueblo Un Producto podrían ser la CONAMYPE, MINEC/FONDEPRO, PROESA, MITUR, CNR, SECULTURA y CONACYT. Se sugiere que formen parte de este consejo el MARN y el ISDEMU, como garantes de la incorporación de los ejes transversales de ésta política nacional.

Este Consejo Asesor será precedido por la CONAMYPE, quién será la instancia responsable de registrar los acuerdos de las reuniones e informar a quién corresponda, así como analizar y tomar decisiones sobre el avance de la implementación de la Política Nacional Un Pueblo Un Producto, las cuales serán consensuadas y analizadas por dicho Consejo.

La representación ante este Consejo por la Red Nacional Un Pueblo Un Producto, está sujeta a la elección democrática ante el mismo, considerando criterios para la candidatura sobre la experiencia en la implementación del movimiento en el territorio, el compromiso y la responsabilidad. Se sugiere nombrar un propietario y un suplente.

En cuanto a la representación de la sociedad civil organizada, pueden ser llamadas a presentar declaraciones de intención a la CONAMYPE, adicionando su experiencia y marco de acción, para que sea evaluada, y luego seleccionada frente a un comité evaluador nombrado por la Dirección Ejecutiva de la CONAMYPE, el cual será responsable de analizar las acreditaciones presentadas y calificarlas.

Finalmente, a manera de síntesis se consolida la estrategia de articulación, materializada en un subsistema de tres niveles, que se encargarán de aportar al alcance de la Política Nacional Un Pueblo Un Producto.

A continuación se desarrolla la conceptualización, rol, funciones de los Comités un pueblo un producto en los territorios intervenidos por la estrategia de desarrollo económico local UN PUEBLO UN PRODUCTO.

### **PERO COMO ORGANIZAMOS UN COMITÉ**

La aceptación del modelo UN PUEBLO UN PRODUCTO y sus principios dependerá en primer lugar de la actitud de los actores para el cambio, de su participación en el grupo social y cultural al que pertenecen, de sus intereses económicos y políticos; en algunos se encontrara visión hacia el futuro; en otros proactividad y dinamismo; pero no faltarán los que asuman posiciones negativas, faltas de esperanza y conformismo.

Para este proceso es útil retomar y hablar sobre el concepto de capacidad comunitaria, muy presente en el movimiento. La capacidad comunitaria puede definirse como 'la interacción de capital humano, recursos organizacionales, y capital social existente en una comunidad que puede ser usado para resolver problemas colectivos y mejorar o mantener el bienestar de esa comunidad'.

Los componentes estratégicos de la capacidad comunitaria son: recursos humanos, liderazgo, organización y redes; sus características son: la conciencia comunitaria, el compromiso, la capacidad para establecer y lograr objetivos y la capacidad para acceder a



recursos; mientras que las funciones son: planear, implementar y evaluar estructuras de políticas comunitarias.

Un aspecto clave para lograr el interés de los actores, es que visualicen la forma de empatar sus objetivos con el modelo y a su vez resaltar que el Comité es solo un medio que propone un trabajo articulado con el fin de promover desarrollo en el territorio.

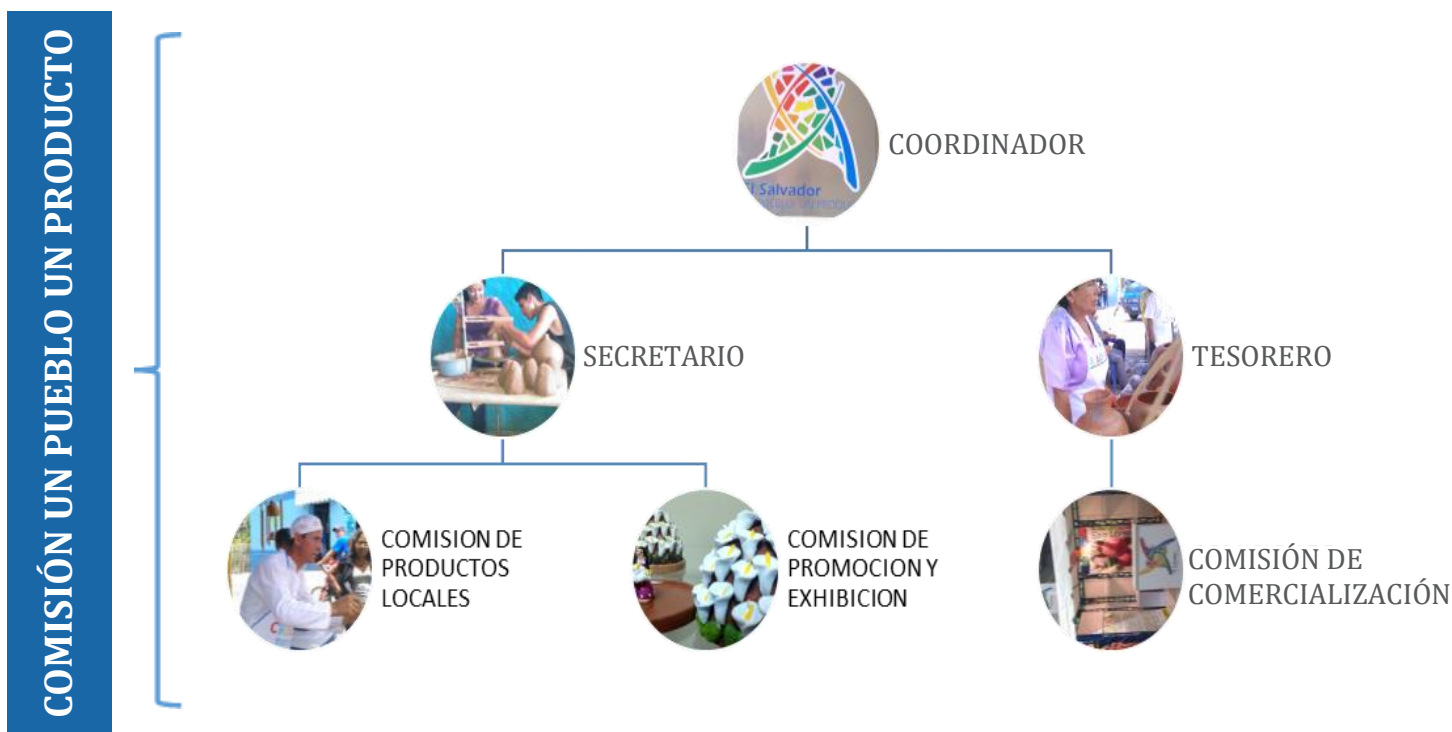
Al finalizar la FASE I, el siguiente paso es la integración del Comité OVOP. Para ello, el proceso se debe realizar en dos etapas:

1. **Integración del Comité:** Realizar reuniones para la integración del Comité y sus coordinaciones. Si esto no fuera posible en la primera reunión, habrá que realizar las reuniones que sean necesarias para este propósito. Con integración del Comité, deberá acordarse y designarse las comisiones de trabajo que cada uno deberá presidir.

2. **Integración de las Comisiones:** Con la comisión definida en la etapa anterior, el siguiente paso es la integración de cada comisión para ello, el comité deberá convocar a una reunión (o varias) a los actores que estén relacionados a su comisión.

Una vez identificados los jugadores, se debe establecer su posición en el campo de juego. En cada caso, con la decisión de integrar el Comité deberá firmarse un acta, carta de entendimiento o convenio.

El comité de un pueblo un producto estará integrado por 6 personas representativas de los sectores privado productivo, de la sociedad civil, este comité siempre será atendido y asesorado bajo la representación del Gobierno a través de CONAMYPE, cada uno de los integrantes deben ser personas líderes, dinámicas y cada una tendrá funciones específicas dentro del comité.



Se presenta a continuación las funciones básicas de los integrantes propuestos del COMITÉ UN PUEBLO UN PRODUCTO.

#### **COORDINADOR DEL COMITÉ UN PUEBLO UN PRODUCTO**

- Representar al Comité en todos los actos que se realicen y se convoque
- Coordinar los distintos sub-comités en el trabajo que desempeñan
- Coordinar la planificación de la implementación del movimiento en territorio
- Coordinar con los diferentes sub-comité el Plan de Acción
- Elaborar anualmente un informe de labores que contenga los indicadores, empleo, ventas, participación de mujeres, jóvenes, exportación ( si las hubiera) entre otros
- Evaluar la implementación del modelo ajustando cambios que puedan contribuir a una mejora continua.
- Realizar los controles financieros que se den dentro del Comité Un Pueblo Un Producto.
- Promover el desarrollo económico, social, local y cultural de su comunidad.
- Identificar e inventariar las iniciativas económicas y determinar las correspondientes prioridades para la formulación de programas y proyectos, orientados al fortalecimiento del Comité un pueblo un producto.
- Proponer al técnico CONAMYPE las necesidades de cooperación para la ejecución de programas y proyectos.
- Coordinar las actividades que promuevan el desarrollo del comité un pueblo un producto.

#### **COMISIÓN DE PRODUCTOS LOCALES**

- Coordinar la identificación y selección de los productos locales más representativos.
- Tener conocimiento del entorno del territorio, grupos y asociaciones de beneficiarios relacionados a los productos locales seleccionados.
- Determinar el periodo de tiempo que se brindará apoyo a los beneficiarios, con el fin de lograr un compromiso por parte de ellos y con ello poder atender nuevos grupos.
- Ser el enlace entre el Comité y los integrantes de la secretaría, brindando información (de doble vía) sobre las disposiciones y avances.
- Conocer la temporalidad de cada entidad de la secretaría, y gestionar la integración de nuevos miembros cuando sea necesario.
- Realizar gestiones con entidades de apoyo.
- Monitorear y evaluar el cronograma de trabajo.
- Elaborar informes de los avances y resultados.

#### **COMISIÓN DE EXHIBICIÓN Y PROMOCIÓN**

- Identificar y seleccionar los productos (o servicios) y que sean representativos.
- Promocionar los productos locales por medio ferias de productores y tiendas antena, con el apoyo de la CONAMYPE.
- Gestionar la marca de los productos locales representativos.
- Proponer y consensuar el cronograma anual de actividades y responsables de la Secretaría, el cual debe enmarcarse dentro del Plan de acción del territorio.
- Coordinar y representar dentro del Comité a las entidades que integran la Secretaría.

- Ser el enlace entre el Comité y los integrantes de los otros subcomités, brindando información (de doble vía) sobre las disposiciones y avances.
- Realizar gestiones con entidades de apoyo.
- Evaluar y registrar los resultados de las ferias (beneficiarios, ventas, contactos, etc).
- Monitorear y evaluar el cronograma de trabajo de la secretaría.
- Elaborar informes de los avances y resultados de la secretaría.

#### **COMITÉ DE COMERCIALIZACIÓN**

- Identificar y seleccionar los sitios turísticos locales o lugares para celebrar ferias
- Promover las visitas turísticas vivenciales con productores, coordinadas con Instituciones orientadas a este tema.
- Promover la comercialización, incidir en la inteligencia de mercado y desarrollo de eventos de comercialización.
- Búsqueda de mercados y enlaces comerciales
- Realizar gestiones con entidades de apoyo, orientadas al tema de mercadeo, turismo y comercialización.
- Monitorear y evaluar el cronograma de Ferias y eventos que serán realizados dentro del movimiento.
- Elaborar informes de los avances y resultados.

#### **SECRETARIO**

- Ser el órgano de comunicación de la asamblea general.
- Llevar los libros de actas, acuerdos y resoluciones de las asambleas generales y de las reuniones de los sub-comités
- Recibir la correspondencia, entregarla al coordinador y contestarla de acuerdo a este.
- Levantar y firmar las actas de sesiones y otros documentos que su cargo lo requiere.
- Elaborar el informe que ha de presentar ante la asamblea general, sea esta ordinaria o extraordinaria.
- Firmar las actas conjuntamente con el coordinador de las resoluciones que se tomen en las sesiones del comité de dirección y asamblea general.
- Dar lectura en cada reunión al acta de la reunión anterior y a las resoluciones y acuerdos importantes si hubiesen.
- Otras funciones relacionada con el cargo.

#### **TESORERO**

- Velar por la correcta administración de los recursos financieros captados.
- Supervisar que los registros contables se lleven de acuerdo con prácticas y principios universales de contabilidad y de las leyes respectivas.
- Preparar a la Junta informes económicos cada tres (3) meses.
- Rendir informes mensuales a la Junta del estado de cuentas del cual deberá llevar el visto bueno del Fiscal.
- Elaborar el presupuesto de mantenimiento y funcionamiento de la oficina técnica y presentarlo a la Junta Coordinadora para su aprobación.
- Otras funciones relacionadas con el cargo.

## **ES RECOMENDABLE QUE HAYA UNA JUNTA DE VIGILANCIA DEL COMITÉ**

- Velar por el cumplimiento de los estatutos.
- Velar por el correcto manejo del presupuesto y bienes del comité de e informar cada seis meses.
- Preparar al COMITÉ informes de las anomalías que descubra en cualquier instancia de la estructura.
- Gestionar en coordinación con el presidente recursos para la ejecución de planes, programas y proyectos de desarrollo ante organismos nacionales o extranjeros.
- Revisa los controles contables de las diferentes operaciones financieras ejecutadas en la utilización de los recursos captados para la oficina técnica de desarrollo.
- Dar seguimiento, control.
- Escuchar y canalizar quejas y/o sugerencias de los miembros del comité, así como de la población en general relacionada con el funcionamiento del mismo.
- Supervisar todas las operaciones y movimientos financieros del comité de desarrollo local.
- Suministrar aportes orientados al mejoramiento del funcionamiento del comité de desarrollo local.

### **FORMALIZACIÓN**

Se considera que los Comité OVOP podrían ser reconocidos mediante un Acuerdo Ministerial, o mediante Acuerdos Municipales (si el territorio es un municipio). Podría evaluarse la necesidad de contar con este tipo de respaldo, en todo caso no hay que perder de vista que el Comité no es un fin sino un medio; por lo tanto, lo que debe prevalecer es la voluntad de los actores de trabajar articuladamente hacia un objetivo común y esto no necesariamente se logra mediante documentos formales.

La opción inmediata es elaborar Actas de Constitución, Cartas de Entendimiento o Convenios en donde se establezcan los actores que participarán en la implementación del movimiento, las funciones de cada uno y algunas normas generales sobre la relación interinstitucional.

### **INSTRUMENTOS**

De acuerdo a lo que prevalezca y se decida, los instrumentos podrán ser:

- a. Acta de Constitución (Convenio o Carta de Entendimiento) del Comité.
- b. Acuerdo Ministerial de reconocimiento del Comité OVOP (todo y cuando así se decida desde el inicio)
- c. Libros de actas autorizado por el Coordinador Nacional del Movimiento y por la Gerencia de un pueblo un producto de la COMISION NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.
- d. Se establece para todos los municipios el logo del Movimiento

EJEMPLO:



Únicamente se agregará el Municipio y el Departamento.

Se deberá elaborar un sello por cada Comité

Ejemplo:



# Anexo 3: Diagnóstico Territorial



## Ficha Producto por Pueblo (Un Pueblo Un Producto) (DIAGNOSTICO TERRITORIAL)

### Datos de identificación:

<b>Nombre del producto*:</b>	
<b>Breve descripción del producto:</b> <i>(descripción técnica del producto)</i>	
<b>Municipio:</b> Precisar si es cantón	
<b>Departamento:</b>	

**Indicaciones:** Favor completar las siguientes preguntas llenando las casillas correspondientes. Sea lo mas breve y preciso posible. El objetivo es llegar a contar con un perfil inicial del producto postulado por pueblo.

### Información de productos potenciales dentro de la estrategia :

<b>Sectores Económicos:</b> marcar los sectores con mayor potencial en el municipio (marcar con x)			
Agroindustria Alimentaria	<input type="checkbox"/>	Artesanía	<input type="checkbox"/>
Transporte	<input type="checkbox"/>	Farmaceutica (productos de origen natural)	<input type="checkbox"/>
Turismo (hostales, hoteles, restaurantes, recreativas)	<input type="checkbox"/>	Otro (especifique)	<input type="checkbox"/>
Textiles y Confeccion	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
<b>Productos mas emblematicos:</b> los productos que en el municipio son mas representativos y que aglutinan a la mayor cantidad de ciudadanos (marcar con x)			
Agricultura (productos primarios)	<input type="checkbox"/>	Metal Mecánica	<input type="checkbox"/>
Gastronomia	<input type="checkbox"/>	Artesania de Todo Tipo	<input type="checkbox"/>
Hortalizas y Frutas	<input type="checkbox"/>	Agroindustria (productos semi o procesados)	<input type="checkbox"/>
Papel y Carton	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
<b>Escribir los tres productos que mas se destacan:</b>			<b>% de Act.Econ.</b>

**Describir el producto con mayor potencial en el marco de la estrategia Un Pueblo Un Producto**

COPIA CONTROLADA PARA DIVULGACION  
 Autorizado en Punto 5.2.1 del Acta 19 de la sesión de Junta Directiva del 14 de diciembre de 2018

1.	<b>Origen territorial de los productos:</b> definir la ubicación de donde se producen los productos y describir dentro de producción la procedencia de sus principales materias primas e insumos.	
2.	<b>Datos de la historia del producto en la localidad:</b> En breve describa aspectos relevantes en la historia en que este producto se ha venido desarrollando en la localidad (describir personas, origen, procesos, y otros que considere)	
3.	<b>Diversificación del producto primario en la localidad:</b> Describir las diferentes formas de la producción a partir de la materia prima, ej. Jocote: se ha diversificado en subproductos como jalea de jocote, dulce de jocote, jugo de jocote, papel de la semilla de jocote, artesanía entre otros.	
4.	<b>Datos de producción del producto (si los hubiese):</b> Reflejar con números la cantidad de producción (libras, toneladas,) número de manzanas producidas, existencia de procesadores,	
5.	<b>Cuantificar potencialidad del producto en la localidad:</b> describir la proyección que presenta el producto a partir de mercados objetivos y de recursos naturales existentes para su explotación.	
6.	<b>Personas que producen, comercializan y distribuyen el producto:</b> describir quienes participan del proceso que lleva el producto (nombre de las asociaciones, productores, iniciativas, cantidad de personas que integra) entre otras características que ud. Identifique para describir	

1. ¿El producto es reconocido por los habitantes de la localidad? Si  No   
Justifique brevemente

2. ¿El producto es emblemático del municipio o asociación de municipios o con capacidad de llegar a serlo? Si  No   
Justifique brevemente.

3. ¿El producto es exclusivo del municipio? Si  No   
Justifique brevemente

4. ¿El producto cuenta con características diferenciadoras que le da identidad y lo vuelve único? Si  No

Explique brevemente dichas características:

Característica 1: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Característica 2: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Característica 3: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5. ¿El producto facilita la incorporación de numerosas familias en su proceso de producción y/o comercialización? Si  No

6. ¿Cuántas personas están involucradas o se pretende involucrar? Es decir, ¿Cuántos nuevos empleos pueden llegarse a crear?

7. ¿El producto cuenta con demanda comercial? Si  No

8. Describa el perfil del consumidor (Edad, Género, gustos del consumidor, frecuencia de compra)

9. ¿Es un producto que ya existe? o ¿es una idea de producto?

Si ya existe, \_\_\_\_\_

10. ¿Es un producto que ya se vende? Si  No   
¿Si ya existe en que municipios de vende el producto?



11. ¿Si ya existe en que municipios se demanda? A nivel nacional.

12. Si el producto no se vende aún, ¿en qué municipios se pretende hacerlo?  
Enumere

---

---

---

---

13. ¿Es un producto que puede fácilmente ajustarse a las demandas del mercado?

Si  No

Justifique brevemente

Hay un incremento en la producción, la cual es un mercado estable.

14. ¿El proceso productivo del producto es estandarizable?, es decir que facilite la producción masiva con igualdad de características y normas de calidad?

Si  No

Justifique brevemente

### Pre-diagnóstico:

15. Mencione localidades en las cuales impulsará el proyecto:

16. ¿Existe ya un acercamiento al gobierno local en cuanto al desarrollo del producto? Si  No

Explique brevemente

17. ¿Qué actores locales clave se identifican en el territorio que puedan ayudar al desarrollo del producto?

18. ¿El producto se ha promocionado a nivel local? Si  No

Explique brevemente

### Desarrollo del producto

19. ¿Se ha identificado posibles alianzas de cooperación con instituciones vinculadas al desarrollo micro empresarial, formación laboral y financiamiento?  
¿Cuáles? Enumere:
20. ¿El producto cumple ya con estándares de calidad? Si  No   
Explique brevemente
21. ¿El producto cuenta con características innovadoras?
22. Describa las características del producto en relación a su diseño y presentación:  
Diseño:  
Presentación al público (*empaque*):
23. Describa brevemente el proceso de producción y comercialización del producto.  
Especifique además ventajas y posibles limitantes o deficiencias en su producción.

### Fortalecimiento empresarial

24. ¿El producto es producido/comercializado por un grupo asociativo de empresas? Si  No
25. Si su producto es producido por una empresa, identifique si existiría potencial de crecimiento como resultado de la asociatividad empresarial.  
Explique brevemente
26. ¿El producto cuenta con un plan de negocios? Si  No   
Explique brevemente

### Mercados

27. ¿El producto ya cuenta con un espacio en la localidad para su comercialización? Si  No   
Explique brevemente

28. ¿El producto se comercializa a nivel regional, es decir, fuera del municipio a nivel nacional? Si  No   
Explique brevemente

29. ¿El producto ya ha sido exportado? Si  No   
Si su respuesta es afirmativa explique ha que países y en que cantidades:

---

---

---

---

30. ¿El producto posee potencial de exportación? Si  No   
De ser afirmativa su respuesta especifique las características del producto que lo hacen ideal para la exportación:  
Explique brevemente  
Es un arroz fortificado en proteína y tiene mucha demanda en el mercado.

\*Ejemplos de Productos particulares

1. Sal: San Alejo y Pasaquina
2. Tule: San Simón, San Isidro, Sensembra
3. Henequén: Osicala, Gualococti y Moncagua
4. Queso Puebla: Victoria y Nuevo Edén de San Juan
5. Queso de enredo: Pasaquina
6. Morro: Pasaquina
7. Maicillo/Alborotos: La Unión
8. Miel: Nueva Concepción, Chalatenango, Cabañas, San Miguel y Morazán
9. Bálsamo: Santa Isabel Ishután, San Julián, Chiltiupán, Teotepeque
10. Coco: Isla El Espíritu Santo y Jiquilisco.
11. Hortalizas y frutas: Metapán, Jutiapa

# Anexo 4: Ficha de Participación y Compromiso o Voluntad Política



## FICHA DE PARTICIPACION Y COMPROMISO O VOLUNTAD POLITICA

### 1. Objetivo

**Objetivo:** Fortalecer el Movimiento Un Pueblo Un Producto, desarrollando la promoción, exhibición y comercialización a través del modelo de Tiendas Itinerantes, con las municipalidades, líderes locales, fomentando en el Ferias o Encuentro de los pueblos, la cultura, identidad, sentido de pertenencia en los pueblos, generando ingresos económicos para el desarrollo económico local.

### 2. Datos generales:

Nombre del Alcalde:  
 Dirección:  
 Correo Electrónico:  
 Referente Alcaldía:  
 Correo Electrónico:  
 Departamento:

Teléfono:  
 Municipio Participante:

### 3. Información Relevante del Municipio participante:

**Indicación:** Llenar en los espacios vacíos información resumen importante solicitada.

1.	Significado del nombre del pueblo	
2.	Fecha de sus fiestas patronales y sus patronos.	
3.	Fecha de fundación	
4.	Ubicación geográfica	
5.	Datos relevantes de su historia (origen prehispánico, historia reciente, etc.)	
6.	Características identitarias culturales de significación	

#### 4. Compromiso de participación

Me comprometo a participar en el movimiento Un Pueblo Un Producto de acuerdo a las siguientes disposiciones y consideraciones de participación:

- Participar activamente en los procesos de implementación del movimiento
- Brindar información del municipio cuando se requiera
- Facilitar recursos en especie o efectivo para la participación del municipio y al comité
- Participar y apoyar a todas las actividades a que se refiera a festivales, ferias y todas actividades de comercialización en el municipio o nivel nacional.
- Participación así cuando lo desinen en intercambios internacional o nacionales

Doy fe que he leído todas las disposiciones arriba descritas, por lo que firmo en total acuerdo de participación como municipio participante al Sexto Encuentro de los Pueblos \_\_\_\_, a los \_\_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del año **20** \_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

USO EXCLUSIVO SISTEMATIZACION	
FECHA DE LEVANTAMIENTO DE FICHA:	
NOMBRE /FIRMA TECNICO RESPOSABLE LEVANTAMIENTO:	
FIRMA /SELLO DEL JEFE CENTRO REGIONAL	
AUTORIZACION O FIRMA GERENTE(A) UN PUEBLO UN PRODUCTO	

# Anexo 5: Matriz de Planificación.



## Marco Lógico de Planificación del Comité Un Pueblo Un Producto

Nombre del Comité: \_\_\_\_\_

Fecha de Elaboración: \_\_\_\_\_

Representante: \_\_\_\_\_

Problemas	Objetivos	Actividades	Fondos Estimados	Instituciones/Personas Responsables		Factibilidades	Periodo
				Fondo	Implementación		

COPIA CONTROLADA PARA DIVULGACION

Autorizado en Punto 5.2.1 del Acta 19 de la sesión de Junta Directiva del 14 de diciembre de 2018

# Anexo 6: Cronograma de Actividades del Comité Un Pueblo, Un Producto.

**Cronograma de Actividades del Comité Un Pueblo Un Producto**

No	Actividades	Fondos/Presupuestos	Instituciones/Personas	Mes >>												SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE																					
				ENERO			FEBRERO			MARZO			ABRIL			MAYO			JUNIO			JULIO			AGOSTO																		
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1																																											
2																																											
3																																											
4																																											
5																																											
6																																											
7																																											
8																																											

# Anexo 7: Hoja de Calificación Marca Territorial del Comité Un Pueblo, Un Producto.

## HOJA DE CALIFICACION

### MARCA TERRITORIAL DEL COMITE UN PUEBLO UN PRODUCTO

Nombre de Calificador: \_\_\_\_\_ Fecha de Visita: \_\_\_\_\_

Lugar: \_\_\_\_\_

Nombre de Cooperativa/Grupo Asociativo/Emprendedor: \_\_\_\_\_

Nombre de Representante: \_\_\_\_\_

No. de DUI: \_\_\_\_\_ No. de NIT: \_\_\_\_\_

No. de Teléfono: \_\_\_\_\_

Correo Electrónico: \_\_\_\_\_

Puntuación

%

Proceder ≥ 70%

Rechazar < 70%

1. Valor Agregado	2: EXCELENTE, 1: NORMAL, 0: NINGUNO	
1.1 Originalidad	(observación)	
1.2 Presentación atractiva	(observación)	
1.3 Aceptación (ej. sabor, atención al cliente)	(observación)	
1.4 Representa tradición del Municipio	(observación)	
<b>SUBTOTAL</b>		
<b>% DE CALIFICACION</b>	Proceder ≥ 60%, Rechazar < 60%	<b>0%</b>

2. Uso de Recursos Locales (dentro del Municipio)	2: 100-50%, 1: 49-20%, 0: 19-0%	
2.1 Materia prima	(observación)	
2.2 Recursos humanos	(observación)	
2.3 Equipamiento	(observación)	
<b>SUBTOTAL</b>		
<b>% DE CALIFICACION</b>	Proceder ≥ 60%, Rechazar < 60%	<b>0%</b>

3. Asociatividad	---	
3.1 Colaboración en Comité (2: DIRECTA, 1: INDIRECTA, 0: NINGUNO)	(observación)	
3.2 Figura legal (2: LEGALIZADA, 1: EN PROCESO, 0: NINGUNO)	(observación)	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>0</b>
<b>% DE CALIFICACION</b>	Proceder ≥ 50%, Rechazar < 50%	<b>0%</b>



# Anexo 8: Solicitud para uso Marca Territorial del Comité Un Pueblo, Un Producto.

COPIA CONTROLADA PARA DIVULGACION Autorizado en Punto 5.2.1 del Acta 19 de la sesión de junta Directiva del 14 de diciembre de 2018

## SOLICITUD PARA USO DE MARCA TERRITORIAL DEL COMITÉ

Si desea solicitar el uso de la marca colectiva del Comité Un Pueblo Un Producto, por favor complete el presente formulario, el cual debe ser entregado al encargado del Comité Un Pueblo Un Producto.

Posteriormente la comisión de marca territorial le contactará para coordinar una visita con el representante para calificar sus productos o servicios.



### A. DETALLE DE SOLICITANTE(S)

A1. Marcar la casilla que corresponda:

Cooperativa     Grupo Asociativo     Emprendedor     Otro ( \_\_\_\_\_ )

A2. Nombre de Cooperativa/Grupo Asociativo/Emprendedor: \_\_\_\_\_

A3. Nombre de Representante y Su Cargo:

Nombre: \_\_\_\_\_ Cargo: \_\_\_\_\_

A4. Número de DUI del Representante: \_\_\_\_\_

A5. Número de NIT del Representante: \_\_\_\_\_

A6. Número de Teléfono del Representante: \_\_\_\_\_

A7. Correo Electrónico del Representante: \_\_\_\_\_

A8. Dirección Física de Venta, Oficina o Lugar de Residencia de Representante: \_\_\_\_\_

### B. DETALLE DE COOPERATIVA, GRUPO ASOCIATIVO O EMPRENDEDOR

B1. Número de Mujeres \_\_\_\_\_ Número de Hombres \_\_\_\_\_ Total de Miembros \_\_\_\_\_

B2. Cuántos integrantes residen en el Municipio? \_\_\_\_\_

B3. Fecha de Fundación de Cooperativa/Grupo Asociativo: \_\_\_\_\_ (ej. 01/12/2014)

Fecha de puesta en marcha del emprendimiento: \_\_\_\_\_ (ej. 01/12/2014)

### C. DETALLE DE PRODUCTO O SERVICIO

C1. Producto o Servicio 1: \_\_\_\_\_ Precio unitario: \_\_\_\_\_

Producto o Servicio 2: \_\_\_\_\_ Precio unitario: \_\_\_\_\_

Producto o Servicio 3: \_\_\_\_\_ Precio unitario: \_\_\_\_\_

Producto o Servicio 4: \_\_\_\_\_ Precio unitario: \_\_\_\_\_

Producto o Servicio 5: \_\_\_\_\_ Precio unitario: \_\_\_\_\_

Nota: Una vez su producto haya sido acreditado, usted está obligado a participar en los talleres de sensibilización y al mismo tiempo debe colaborar de manera directa o indirecta con El Comité Un Pueblo Un Producto

# Anexo 9: Ficha Técnica para Ferias, Festivales o Encuentro de los Pueblos.

## FICHA TECNICA PARA FERIAS, FESTIVALES O ENCUENTRO DE LOS PUEBLOS



### Introducción.

Descripción de lo que se promueve de los recursos locales en los municipios en función de número de habitantes, su cultura, la identidad y cuáles son sus tesoros de los pueblos para realizar la promoción del municipio para la exhibición de los productos que contengan calidad, innovación y que sean rentables.

El modelo de exhibición permita tener un enfoque de que los productos sean visuales y vivenciales al realizar las ferias, festivales, o encuentro de los pueblos y su objetivo promover la **diversidad nacional** y la **potencialidad local** para el fortalecimiento del desarrollo económico local, posicionando el Movimiento Un Pueblo Un Producto como un referente del desarrollo económico local para exhibir y comercializar sus productos identitarios, a través de técnicas museográficas o de forma vivencial.

Esto se realiza de acuerdo a las programaciones que CONAMYPE realizan en cada centro regional o programaciones a nivel nacional a través de la gerencia de Un pueblo Un Producto.

Deberá de realizarse una descripción del número de empresarios o empresarias, y municipios en cada festival, feria, o encuentro de los pueblos, hacer mención de los productos promocionales que han generado revistas, catálogos.

Es importante también mencionar el historial desde cuándo se están realizando las ferias, festivales o encuentro de los pueblos, describiendo el potencial de los empresarios y empresarias o de los municipios.

### Identificación :

- Nombre: Una breve descripción o nombre del evento
- Lugar:
- Organizador:
- Periodo:  
Fecha de acuerdo a planificación
- Horarios:  
De acuerdo a programación

### Participantes:

- Municipalidades, Delegados de los Pueblos, empresarios y empresarias de la Micro y Pequeña Empresa.
- Público en general, turistas nacionales e internacionales.

**Objetivo General:**

Posicionar el Movimiento Un Pueblo Un Producto a través de la exhibición del potencial productivo, la identidad y la cultura de los pueblos pertenecientes al Movimiento., siendo San Salvador una ventana al interior del país.

**Objetivos Específicos:**

- Fortalecer la organización territorial del Movimiento Un Pueblo Un Producto en El Salvador o municipal.
- Promoción, exhibición y comercialización de productos a través de enfoques visuales y vivenciales.
- Estimular el apoyo de las municipalidades participantes con el Movimiento Un Pueblo Un Producto
- Generar ingresos en la economía local de las y los productores de los municipios pertenecientes al Movimiento.

**Valoraciones de Participación:**

- La participación de \_\_\_\_\_ Municipios en el tema de comercialización
- Los Municipios en el tema de demostración vivencial de sus productos
- Los Municipios en el tema de Gastronomía
- Un total de municipios de acuerdo a la organización y compromisos de los centros regionales
- se plantea la representación de estos municipios a través de dos personas por municipio tanto para el área de comercialización como de exhibición y gastronomía.
- Los delegados se validaran en las oficinas de los centros regionales de CONAMYPE y CEDART tomando en cuenta criterios de representación y participación de las y los empresarios miembros del Movimiento en el Municipio.
- El evento de exposición y de venta de los pueblos deberá contar con al menos dos iniciativas empresariales por municipio y conteniendo los productos estrella o símbolo del pueblo, según la Estrategia Un Pueblo Un Producto.

### **Detalle de Ubicación.**

La utilización del espacio se divide en áreas de exhibición, comercialización y gastronomía.

- Área de Comercialización: En esta área se comercializaran los productos de los pueblos expuestos a través de estructuras tipo TAI, las cuales permiten que las y los empresarios cuenten con un espacio atractivo y apropiado para la exhibición y comercialización de sus productos. ( Agregar fotografía )
- Área de Exhibición: este espacio tiene una doble función: ambientar el lugar y exhibir las potencialidades de los pueblos. Para ello se plantea la instalación de trovices y banners tipo hacking para que los pueblos exhiban sus productos o técnicas productivas.( Agregar fotografía )
- Área de Gastronomía: los pueblos cuyo atractivo o potencial tiene un especial énfasis en la gastronomía contarán con un espacio para comercializar sus productos y un espacio para que los visitantes puedan degustarlos. Para las y los delegados de estos pueblos se les solicitará medidas que garanticen la inocuidad de los alimentos. ( Agregar Fotografía )



# Anexo 11: Comisiones de Trabajo en Ferias, Festivales o Encuentro de los Pueblos.



## COMISIONES DE TRABAJO

Actividad	Responsable
<b>Definición de presupuesto</b>	
Propuesta de presupuesto	
Reprogramación de fondos	
<b>Documentos Normativos</b>	
<b>Coordinación de comisiones de trabajo</b>	
Asignación de responsabilidades a comisiones de trabajo	
Seguimiento de avance	
<b>Reuniones de Coordinación con Instituciones de Apoyo</b>	
<b>Gestión de compras y pagos</b>	
Órdenes de Compra	
Solicitud de Cheques	
Pago de Proveedores	
<b>Mantenimiento de Estructuras</b>	
Inventario de Necesidades	
Coordinación con proveedor	
<b>Montaje de 6to encuentro de los Pueblos</b>	
<b>Seguridad y Parqueo</b>	
<b>Hospedaje</b>	
<b>Desmontaje</b>	
<b>Transporte de delegados y Bodega</b>	
<b>Documentación del ___ Encuentro</b>	
<b>Agenda y Protocolo/ FESTIVAL</b>	
<b>Ambientación y reproducción de Materiales</b>	
Coordinación del diseño de artes	
Revisión de artes	
Montaje de banners y trovices de ambientación	
<b>Protocolo</b>	

**COMITÉ DE APERTURA:**

**COMITÉ DE CIERRE:**



# Anexo 13: Guía Logística para Ferias, Festivales o Encuentro de los Pueblos.





## GUÍA LOGÍSTICA






Para ferias, festivales o encuentro de los pueblos



Lugar: \_\_\_\_\_

COPIA CONTROLADA PARA DIVULGACION Autorizado en Punto 5.2.1 del Acta 19 de la sesión de Junta Directiva del 14 de diciembre de 2018

<p><b>Alojamiento en Hoteles</b></p> <p><b>Hoteles Sugeridos:</b></p>  <p><b>Llegada de los Delegados</b></p> 	<p><b>Comisión de Alojamiento:</b></p> <p><b>Responsable:</b></p> <p>Esta comisión se encarga de coordinar la distribución de acuerdo a listados proporcionados por parte de la Gerencia de Un Pueblo Un Producto.</p> <p>Tiempo de alojamiento ( )</p> <p><b>Fecha : Según planificación</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Delegados llegan lugar establecido, a dejar sus productos en bodega (comisión de bodega definirá el punto exacto)</li> <li>Entregan sus equipaje personal debidamente identificadas con su nombre y municipio al que representan. Este equipaje se enviará previamente a los Hoteles con el apoyo de la comisión encargada de alojamiento.</li> <li>Instalación de las Tiendas a partir de la 1:00 pm</li> <li>Habrà transporte interno de movilización hacia los hoteles la salida está contemplada aproximadamente a las 11:00 pm</li> <li>El Transporte de acuerdo a la logística se ubicarán de acuerdo al lugar según planificación de las comisiones</li> </ol> <p><b>Fecha : Según planificación</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Desayuno en cada uno de los Hoteles (Hasta las 9 de la mañana)</li> <li>Salida del Hotel 11:00 am según lugar de planificación al 12:00 m</li> <li>Instalación de las Tiendas a partir de la 2:00 pm</li> <li>Salida del al Hotel 11:00 pm</li> </ol> <p>de _____ 20__.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Desayuno en cada uno de los Hoteles (Hasta las 9 de la mañana)</li> <li>Check out en el hotel 10:00 am.</li> </ol>
<p><b>Recomendaciones generales del alojamiento.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cuidar sus pertenencias personales, durante la estadía en el evento.</li> <li>El hotel facilitará lo básico: Jabón, bolsitas de champú, toallas, papel higiénico y agua en botella de 500ml.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se les recomienda no llevar prendas de valor, y en la medida de lo posible no dejarla en las habitaciones.</li> </ul>
<p><b>Información logística</b></p> 	<p>La Comisión de alojamiento se encargará de brindar información escrita a cada delegado y técnico de CONAMYPE previo al inicio del evento, con la información necesaria sobre el hotel asignado, compañeros de habitación, horarios del transporte, etc.</p> <p>En la llegada al hotel habrá un representante de la comisión, encargado de la distribución de las habitaciones y para canalizar cualquier apoyo necesario durante la estadía en los hoteles.</p>
<p><b>Gastos</b></p> 	<p>Los delegados y técnicos de CONAMYPE deberán financiar por sus medios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Alimentación almuerzos y cenas</li> <li>Transporte y combustible de su traslado.</li> </ul>
<p><b>Alimentación</b></p> 	<p>Desayunos días según fechas planificadas, está incluida en el servicio brindado por el hotel.</p> <p>Se recomienda buscar alimentación de almuerzos y cenas en los establecimientos cercanos del lugar del evento a de los hoteles respectivos.</p>
<p><b>Presentación y vestuario de Delegados</b></p> 	<p>Se les recomienda lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Camisa o blusa blanca, pantalón o falda oscura, delantal.</li> <li>Los empresarios que comercialicen gastronomía identitaria deberá usar gorro o redecilla y guantes o bolsa para despachar, cuidando la manipulación de alimentos.</li> <li>Los empresarios deberán dividirse los roles en los momentos de comercialización, considerando que la persona que manipula dinero, no puede tocar productos.</li> </ul>
	<p><b>Productos de Artesanías:</b> De igual forma dividir el stand en dos espacios</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Exhibición de diferentes productos artesanales de forma creativa.</li> </ol>


<b>Presentación de Productos a Comercializar</b>	<p>2. De preferencia colocar ordenadamente los productos para entregar al comprador.</p> <p>3. Colocar la Marca nacional de Un pueblo Un Producto</p> <p>Consideraciones generales:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• En las estructuras de comercialización habrá energía eléctrica</li><li>• Se facilitará 2 sillas por pueblo a los 2 delegados, las cuales entregarán al final del evento.</li><li>• Utilizar viñetas de los productos.</li><li>• Utilizar de preferencia bolsas de papel</li><li>• Preparar tarjetas de presentación para dar a los visitantes.</li></ul>
<b>Cuestionario de valoración</b> 	<p>Se le solicitará a los Delegados de los Pueblos colaborar con el llenado de formularios de evaluación al finalizar el evento:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Ficha de Evaluación del evento</li><li>2. Ficha de evaluación comercialización.</li></ol> <p>Deberán ser entregadas a más tardar el día de acuerdo de planificación</p>
<b>Responsables</b> 	

# Anexo 14: Guía de Seguridad para Delegados en Ferias, Festivales o Encuentro de los Pueblos.

## GUÍA DE SEGURIDAD para Delegados (Por la política de CONAMYPE como organizador)



### 1. No es recomendable salir caminando

	Se les recomienda no salir del hotel donde se hospedan, en caso de que decida hacerlo correrá bajo su propio riesgo
---	---

### 2. Contactos emergencia

<b>CONAMYPE</b> <b>Oficinas Centrales</b>	
Policía Nacional Civil	<b>911</b>

# Anexo 15: Ficha de Participación y Compromiso Encuentro de los Pueblos.



## FICHA DE PARTICIPACION Y COMPROMISO \_\_º ENCUENTRO DE LOS PUEBLOS 20\_\_

### 1. Objetivo

**Objetivo:** Fortalecer el Movimiento Un Pueblo Un Producto, desarrollando la promoción, exhibición y comercialización a través del modelo de Tiendas Itinerantes, con las municipalidades, líderes locales, fomentando en el Ferias o Encuentro de los pueblos, la cultura, identidad, sentido de pertenencia en los pueblos, generando ingresos económicos para el desarrollo económico local.

### 2. Datos generales:

Nombre del Alcalde:

Dirección:

Correo Electrónico:

Referente Alcaldía:

Correo Electrónico:

Departamento:

Teléfono:

Cargo:

Teléfono:

Municipio Participante:

### 3. Información Relevante del Municipio participante:

**Indicación:** Llenar en los espacios vacíos información resumen importante solicitada.

1.	Significado del nombre del pueblo	
2.	Fecha de sus fiestas patronales y sus patronos.	
3.	Fecha de fundación	
4.	Ubicación geográfica	
5.	Datos relevantes de su historia (origen prehispánico, historia reciente, etc.)	
6.	Características identitarias culturales de significación	

**4. Información de productos potenciales dentro de la estrategia**

<b>Sectores Económicos: marcar los sectores con mayor potencial en el municipio (marcar con x)</b>		
Agroindustria Alimentaria		Artesanía
Transporte		Farmacéutica (productos de origen natural)
Turismo (hostales, hoteles, restaurantes, recreativas)		Otro (especifique)
Textiles y Confección		
<b>Productos mas emblemáticos: los productos que en el municipio son mas representativos y que aglutinan a la mayor cantidad de ciudadanos (marcar con x)</b>		
Agricultura (productos primarios)		Metal Mecánica
Gastronomía		Artesanía de Todo Tipo
Hortalizas y Frutas		Agroindustria (productos semi o procesados)
Papel y Carton		Otros
<b>Escribir los tres productos que mas se destacan:</b>		<b>% de Act. Econ.</b>

**5. Describir el producto con mayor potencial en el marco de la estrategia Un Pueblo**

**Un Producto:**

1.	<b>Nombre del Producto o con potencial en la Estrategia</b>	
2.	<b>Origen territorial de los productos:</b> definir la ubicación de donde se producen los productos y describir dentro de producción la procedencia de sus principales materias primas e insumos.	
3.	<b>Datos de la historia del producto en la localidad:</b> En breve describa aspectos relevantes en la historia en que este producto se ha venido desarrollando en la localidad (describir personas, origen, procesos, y otros que considere)	
4.	<b>Diversificación del producto primario en la localidad:</b> Describir las diferentes formas de la producción a partir de la materia prima, ej. Jocote: se ha diversificado en subproductos como jalea de jocote, dulce de jocote, jugo de jocote, papel de la semilla de jocote, artesanía entre otros.	
5.	<b>Datos de producción del producto (si los hubiese):</b> Reflejar con números la cantidad de producción (libras, toneladas,) número de manzanas producidas, existencia de procesadores,	
6.	<b>Cuantificar potencialidad del producto en la localidad:</b> describir la proyección que presenta el producto a partir de mercados objetivos y de recursos naturales existentes para su explotación.	
7.	<b>Personas que producen, comercializan y distribuyen el producto:</b> describir quienes participan del proceso que lleva el producto (nombre de las asociaciones, productores, iniciativas, cantidad de personas que integra) entre otras características que ud. Identifique para describir	

### COMPROMISO DE PARTICIPACION

Me comprometo a participar en el Sexto encuentro de los pueblos de acuerdo a las siguientes disposiciones y consideraciones de participación:

- Participar activamente en los procesos de organización
- Brindar información del municipio
- Facilitar recursos en especie o efectivo para la participación del municipio y sus delegados en el sexto encuentro de los pueblos (transporte del municipio al lugar del evento)
- Participar en el evento a través de los delegados de los pueblos y representante de la municipalidad.
- Cumplimiento de la normativa para el 6° Encuentro de los pueblos

Doy fe que he leído todas las disposiciones arriba descritas, por lo que firmo en total acuerdo de participación como municipio participante al Sexto Encuentro de los Pueblos\_\_\_\_, a los \_\_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del año 20\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

USO EXCLUSIVO SISTEMATIZACION	
FECHA DE LEVANTAMIENTO DE FICHA:	
NOMBRE /FIRMA TECNICO RESPOSABLE LEVANTAMIENTO:	
FIRMA /SELLO DEL JEFE CENTRO REGIONAL	
AUTORIZACION O FIRMA GERENTE(A) UN PUEBLO UN PRODUCTO	

# Anexo 16: Ficha de Inscripción Delegados a Encuentro de Los Pueblos

COPIA CONTROLADA PARA DIVULGACION  
Autorizado en Punto 5.2.1 del Acta 19 de la sesión de Junta Directiva del 14 de diciembre de 2018



## FICHA DE INSCRIPCION DELEGADOS DE LOS PUEBLOS \_to ENCUENTRO DE LOS PUEBLOS

NOMBRE DELEGADO PARTICIPANTE:

DUI:

NIT:

NOMBRE EMPRESA PARTICIPANTE:

NIT:

IVA:

DIRECCIÓN DE LA EMPRESA:

MUNICIPIO:

DEPARTAMENTO:

TELEFONO:

CORREO ELECTRONICO:

DESCRIPCION PRODUCTOS IDENTITARIOS A COMERCIALIZAR:


SECTOR:

Agroindustria Alimentaria

Textiles y Confección

Tecnología de Información

Química Farmacéutica

Turismo

Construcción

Artesanía

Otros Especifique \_\_\_\_\_

¿Participó en el \_\_\_\_ Encuentro de los Pueblos 20\_\_ en \_\_\_\_\_ Si  No

Si su respuesta es sí, Cual fue su experiencia: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



¿Conoce sobre la Estrategia de CONAMYPE Un Pueblo Un Producto? Si  No

Si su respuesta es NO ¿Estaría dispuesto a conocer más sobre la Estrategia Un Pueblo Un Producto?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Cuáles son sus expectativas en el \_\_\_\_ Encuentro de los Pueblos 20\_\_?

### COMPROMISO DE PARTICIPACION

Me comprometo a participar en el \_\_\_\_ Encuentro de los Pueblos de acuerdo con todas las disposiciones de participación del evento:

- Participar activamente en los procesos de organización
- Asistencia continua y puntual a los procesos de formación y sensibilización
- Desarrollar mejoras en sus productos a presentar al \_\_\_\_ encuentro (viñeta, empaque, marca, presentación, Agregar a los productos la viñeta de la marca nacional de Un Pueblo Un Producto
- Brindar información previa y posterior al evento para levantar impactos y participación
- Facilitar recursos en especie o efectivo que facilite mi participación en el evento (productos, materias primas, alimentación durante el evento)
- Participar en el evento y durante la estadía guardando el respeto y la responsabilidad como delegado
- Facilitar y transferir el conocimiento del “Movimiento Un Pueblo Un Producto” en mi municipio.
- Brindar servicio con calidad y atención a cliente durante el evento.
- A colocar mis productos en los espacios definidos para el municipio, a mantenerme durante todo el evento
- Llenar todos los instrumentos de evaluación , control y otros que CONAMYPE solicite para este evento

Doy fe que he leído todas las disposiciones arriba descritas, por lo que firmo en total acuerdo de participación como beneficiario y delegado para el \_\_\_\_ Encuentro de los Pueblos, en la ciudad de \_\_\_\_\_, a los \_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_

Firma del Participante \_\_\_\_\_

Nombre del Participante \_\_\_\_\_

USO EXCLUSIVO SISTEMATIZACION	
FECHA DE LEVANTAMIENTO DE FICHA:	
NOMBRE TECNICO/A RESPOSABLE:	
JEFATURA DEL CENTRO REGIONAL	
VISTO BUENO GERENCIA UN PUEBLO UN PRODUCTO	

Estrategia Un Pueblo Un Producto  
**EVALUACION DE VENTAS Y COMERCIALIZACION**

Oficina Regional de CONAMYPE: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

**1. DATOS GENERALES**

Nombre de la empresa	
Nombre del propietario	
Municipio:	

**2. REPORTE DE VENTAS:** Se solicita su colaboración para medir el impacto económico en general de las Tiendas Itinerantes en San Lorenzo:

DESCRIPCION DE PRODUCTOS	VENTAS TOTALES EN DOLARES
	<b>TOTAL VENTAS:</b>

Se puede agregar página anexa para este detalle.

**3. REGISTRO DE CONTACTOS COMERCIALES:** Con el objetivo de identificar la oportunidad de comercialización y espacios en este tipo de eventos, solicitamos su colaboración en facilitarnos los enlaces comerciales obtenidos en este evento.

NOMBRE CONTACTO	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO

**4. INVERSION POR EMPRESA:** Con el objetivo de identificar sus costos para la participación en este evento, solicitamos pueda facilitarnos la siguiente información.

RUBRO	MONTO EN DOLARES
Materia Prima producto	
Transporte	
Alimentación	
Logística	
Otros	
<b>Total \$</b>	

COPIA CONTROLADA PARA DIVULGACION  
Autorizado en Punto 5.2.1 del Acta 19 de la sesión de Junta Directiva del 14 de diciembre de 2018

**5. APOYO DE LA MUNICIPALIDAD.**

RUBRO	MONTO EN DOLARES
Transporte	
Alimentación	
Logística	
Otros	
Total: \$	

**6. COMENTARIOS: sus sugerencias y recomendaciones permiten mejorar nuestros servicios.**

\_\_\_\_\_  
Nombre / Firma del Empresario

USO EXCLUSIVO SISTEMATIZACION	
FECHA DE LEVANTAMIENTO DE FICHA:	
NOMBRE TECNICO RESPOSABLE LEVANTAMIENTO:	
CENTRO REGIONAL DE CONAMYPE:	

# Anexo 17: Informe Mensual del Comité Un Pueblo, Un Producto.

## Informe Mensual del Comité de Un Pueblo Un Producto

Nombre del Técnico/a	
CRDEL/CDART	
Mes/Año	



1. Dato Básico	Municipio	La Palma	Departamento	Chalatenango
Nombre de Representante del Comité			Tel:	Email:
Productos/Servicios Identitarios				
Numero de Miembros del Comité	<b>Total:</b>		(Hombre)	(Mujer)
	(Juventud:<25)		(Adultos:26~59)	(Tercera Edad:>60)

2. Actividades Realizadas del Mes		1ra. Semana	2da. Semana	3ra. Semana	4ta. Semana	5ta. Semana	Total del Mes
<b>Nombre de Actividad</b>		Reunión para Diagnostico del Comité Anterior	Taller de Sensibilización del Concepto OVOP	Taller de Identificación de Recursos Locales	N/A	Feria OVOP	
Objetivo de Actividad		Diagnostico	Sensibilización	Identificación		Comercialización	
Fecha							
Lugar							
Facilitador/Encargado							
Número de Participantes (Total)							
Sexo	Hombre						
	Mujer						
Edad	Juventud(<25)						
	Adulto(26~59)						
	Tercera Edad(>60)						

3. Comercialización del Mes		1ra. Semana	2da. Semana	3ra. Semana	4ta. Semana	5ta. Semana	Total del Mes
	Venta(\$)						
	Costo(\$)						
	Utilidad(\$)						

4. Generación de Empleo del Mes		1ra. Semana	2da. Semana	3ra. Semana	4ta. Semana	5ta. Semana	Total del Mes
Nuevos Empleados Incorporados	Temporal						
	Permanente						

5. Plan del Próximo Mes		1ra. Semana	2da. Semana	3ra. Semana	4ta. Semana	5ta. Semana	Total del Mes
<b>Nombre de Actividad</b>							
Objetivo de Actividad							
Fecha							
Lugar							
Facilitador/Encargado							

6. Uso Oficial		1ra. Semana	2da. Semana	3ra. Semana	4ta. Semana	5ta. Semana	Total del Mes
Inversión por CONAMYPE(\$)							
Margen de Utilidad/Inversión(%)							
<b>Observación y Sugerencia</b>	Técnico/a CRDEL						
	Jefe/a CRDEL						
	Gerencia Un Pueblo Un Producto						

# Anexo 18: Lista de Participantes.



Nombre del Evento:
Fecha y Lugar : / /20__
Facilitador:

## "REGISTRO DE PARTICIPANTES"

No.	Nombre	Departamento/ Municipio	Organización/ Empresa	Cargo	Sexo	Edad	Teléfono	DUI/NIT	Firma
1					<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 26 ~ 59 <input type="checkbox"/> >60			
2					<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 26 ~ 59 <input type="checkbox"/> >60			
3					<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 26 ~ 59 <input type="checkbox"/> >60			
4					<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 26 ~ 59 <input type="checkbox"/> >60			
5					<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 26 ~ 59 <input type="checkbox"/> >60			
6					<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 26 ~ 59 <input type="checkbox"/> >60			
7					<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 26 ~ 59 <input type="checkbox"/> >60			
8					<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 26 ~ 59 <input type="checkbox"/> >60			
9					<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 26 ~ 59 <input type="checkbox"/> >60			
10					<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 26 ~ 59 <input type="checkbox"/> >60			
11					<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 26 ~ 59 <input type="checkbox"/> >60			
12					<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 26 ~ 59 <input type="checkbox"/> >60			
13					<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 26 ~ 59 <input type="checkbox"/> >60			
14					<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 26 ~ 59 <input type="checkbox"/> >60			
15					<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 26 ~ 59 <input type="checkbox"/> >60			
Total					Hombre	<25			
					Mujer	26 ~ 59			
					Total	>60			













- **Oficina Central:**  
25 Av. Norte y 25 Calle  
Poniente, Edificio Gazzolo  
PBX: (503) 2592-9000
- Gerencia de Un Pueblo Un  
Producto  
Tel. Directo: (503) 2592.9089
- Urbanización Buenos Aires 2,  
Pasaje Mar del Plata,  
Calle Gabriela Mistral,  
Edificio Buenos Aires  
San Salvador, El Salvador  
Tel. Directo: (503) 2592-9100  
[www.conamype.gob.sv](http://www.conamype.gob.sv)

 [facebook.com/conamype.sv](https://facebook.com/conamype.sv)

 @CONAMYPESV

 CONAMYPE El Salvador


San Salvador, 17 de diciembre de 2018

Licenciada  
Ileana Argentina Rogel Cruz  
Presidenta de CONAMYPE  
*Presente*

Para los trámites legales consiguientes, le transcribo la **Resolución** que se tomó en relación al **Punto 5.2.1 del Acta 19** de la sesión celebrada por la Junta Directiva de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, el viernes catorce de diciembre de dos mil dieciocho, concerniente a la solicitud de autorización del Manual Operativo del Programa Un Pueblo Un Producto. Que literalmente dice:

**“La Junta Directiva Resuelve:** a) Autorizar el Manual Operativo del Programa Un Pueblo Un Producto; b) Que la Gerencia Un Pueblo Un Producto y la Gerencia de Desarrollo Organizacional procedan a su divulgación correspondiente a través del Portal del Conocimiento y del Portal de Transparencia; c) Agréguese al libro de anexos de actas de Junta Directiva el manual antes citado. **COMUNÍQUESE.**”

**DIOS UNION LIBERTAD**

  
**Jaime Roberto Domínguez Meléndez**  
**Secretario Junta Directiva**  
**Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa**

