



Un pueblo,  
un producto  
Argentina

添付資料13  
プロジェクト終了会議  
ミニッツ

## ACTA DE LA REUNIÓN DE CIERRE DEL PROYECTO OVOP ARGENTINA

- Fecha: 5 de febrero de 2025
- Horas de inicio y finalización: 11.00 hs.- 13.00 hs
- Lugar: Esmeralda 1212, Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Participantes: Se refiere en ANEXO 1.

El día 5 de febrero del 2025, se realizó la reunión de Cierre vinculado con la implementación del Proyecto OVOP Argentina con la presencia de autoridades de entidades relacionadas del "Proyecto para el Desarrollo de Cadenas de Valor Inclusivas Orientadas al Mercado bajo el concepto OVOP Argentina". Por parte de Argentina, se encuentran presentes la Dirección Nacional de Cooperación Internacional del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto; por parte de Japón, se encuentran presentes el Representante Residente de JICA en Argentina y el Líder del Equipo Técnico de JICA

Ambas partes, compartieron los resultados de avances y logros finales de la "Fase de Implementación" del proyecto, que transcurrió durante el período agosto 2021 hasta enero 2025.

Ambas partes compartieron el Documento Estratégico y las Guías Metodológicas de OVOP Argentina como las herramientas útiles para el abordaje territorial y desarrollo local en Argentina. Ambas partes confirmaron los resultados de la evaluación del PDM del Proyecto -versión 2- y consensuaron el cumplimiento de los indicadores de los objetivos del Proyecto y los resultados esperados.

Ambas partes discutieron los indicadores del Objetivo Superior que no se habían definido anteriormente, y se llegó al consenso de los números para los indicadores considerando de gran importancia la continuidad de la implementación y aplicación de OVOP Argentina en el territorio.

Ambas partes realizan las siguientes definiciones y ajustes de los Indicadores del Objetivo Superior:

- 1) 30 productos y/o servicios generados bajo el concepto OVOP después de la terminación del Proyecto OVOP Argentina.
- 2) Las actividades OVOP se expanden a 10 provincias y 30 municipios.
- 3) 15 unidades productivas formalizadas.
- 4) 30 unidades productivas creadas en las iniciativas asistidas por OVOP Argentina.

Ambas partes están de acuerdo tanto en la importancia del fortalecimiento y acompañamiento de las jurisdicciones, como en la comunicación permanente con los actores locales (provinciales, municipales y locales) para continuar con el monitoreo y avance de las mismas.

Por parte de Argentina, se compromete a contribuir a la sostenibilidad de los proyectos mediante las siguientes acciones:

- 1) Transmitir al Ministerio de Capital Humano a través de la vía institucional todos los puntos discutidos y decididos en la presente reunión.
- 2) Transmitir al Ministerio de Capital Humano a través de la vía institucional la importancia de continuar con el análisis de los resultados del proyecto para definir la estrategia de sostenibilidad incluyendo la posibilidad de utilizar OVOP Argentina para abordaje territorial.
- 3) Transmitir al Ministerio de Capital Humano a través de la vía institucional la importancia de continuar con el monitoreo y evaluación post finalización durante los próximos tres a cinco años

junto con la contraparte (JICA).

Por parte de JICA se dará seguimiento y monitoreo después del Proyecto mediante:

- 1) Comunicación abierta con los representantes de las entidades y las jurisdicciones.
- 2) Vinculación estratégica con el Programa de Co-Creación de Conocimiento (KCCP) de JICA en Japón y en terceros países.
- 3) Evaluación luego de la finalización del proyecto durante los próximos tres a cinco años junto con la contraparte argentina.

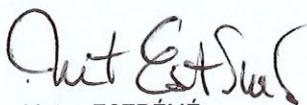
ANEXO 1: Listado de participantes

ANEXO 2: Presentación técnica de avance final del Proyecto OVOP Argentina.

ANEXO 3: Resumen del documento estratégico

ANEXO 4: Hoja de Monitoreo/Plan de Operación.

ANEXO 5: Resumen de Resultado del Proyecto OVOP Argentina 2019 – 2025.



Mateo ESTRÉMÉ  
Director Nacional  
Dirección Nacional de Cooperación Internacional  
Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio  
Internacional y Culto



Tasuku ISHIBASHI  
Representante Residente de JICA en Argentina  
Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)

## REUNIÓN DE CIERRE DEL PROYECTO OVOP ARGENTINA

### Anexo 1: Listado de Participantes

#### **Por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto:**

- Embajador Mateo ESTRÉMÉ Director Nacional de Cooperación Internacional
- Ministro Florencia SEGURA - Dirección Nacional de Cooperación Internacional
- Secretario Martín EXPÓSITO - Dirección Nacional de Cooperación Internacional

#### **Por JICA:**

- Tasuku ISHIBASHI, Representante residente de JICA en Argentina.
- Cynthia GÓMEZ. Encargada del proyecto OVOP en la oficina de Argentina.

#### **Por el Equipo Técnico del Proyecto OVOP Argentina**

- Takashi AOKI, Líder del Proyecto OVOP Argentina.
- Ailen BERUTTI BERGOTTO, Asistente Local para el Proyecto OVOP Argentina.



Japón-Argentina

**OVOP**

Un pueblo. Un producto  
Argentina

Proyecto para el desarrollo de Cadenas de Valor Inclusivas orientadas  
al mercado bajo el concepto OVOP Argentina

## Reunión de Cierre del Proyecto

5 de febrero 2025  
Takashi AOKI  
Líder del equipo técnico

### Introducción



#### Índice

1. Marco General del Proyecto
2. Resumen de los resultados generales según estudio de Línea Final
3. Materiales y herramientas elaborados
4. Estructuras de implementación en los territorios
5. Evaluación de los resultados según PDM
6. Puntos importantes para pasos siguientes

*Handwritten signature*

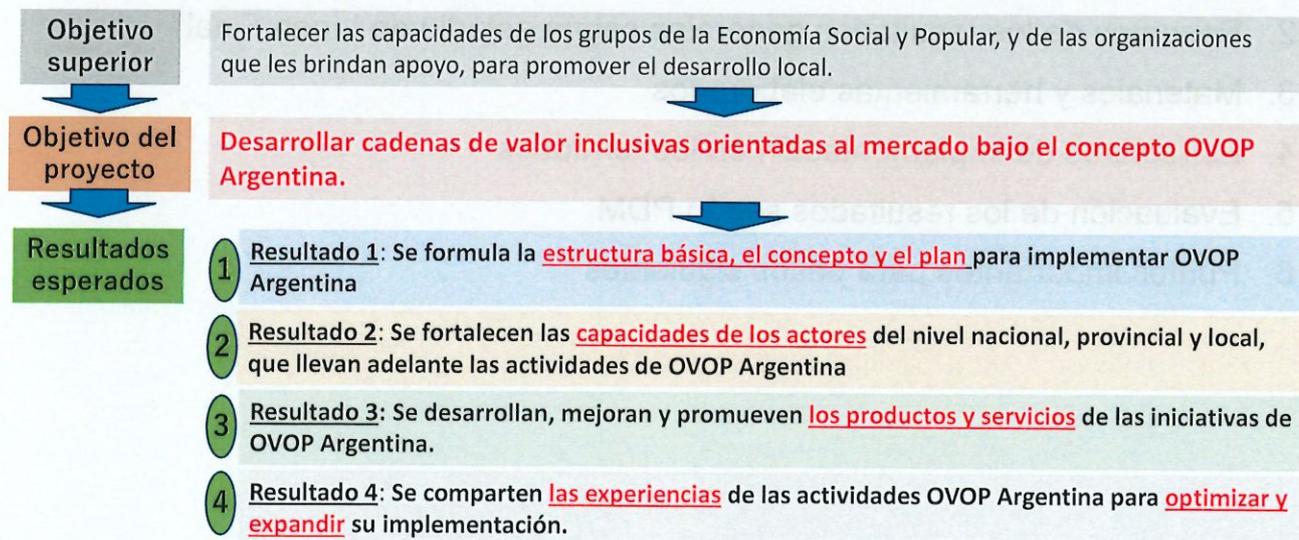
OVOP

# 1. Marco General del Proyecto

## Marco general el proyecto OVOP Argentina

### Resumen de PDM (Marco Lógico del Proyecto)

“Proyecto para el Desarrollo de Cadenas de Valor Inclusivas Orientadas al Mercado bajo el Concepto OVOP Argentina”

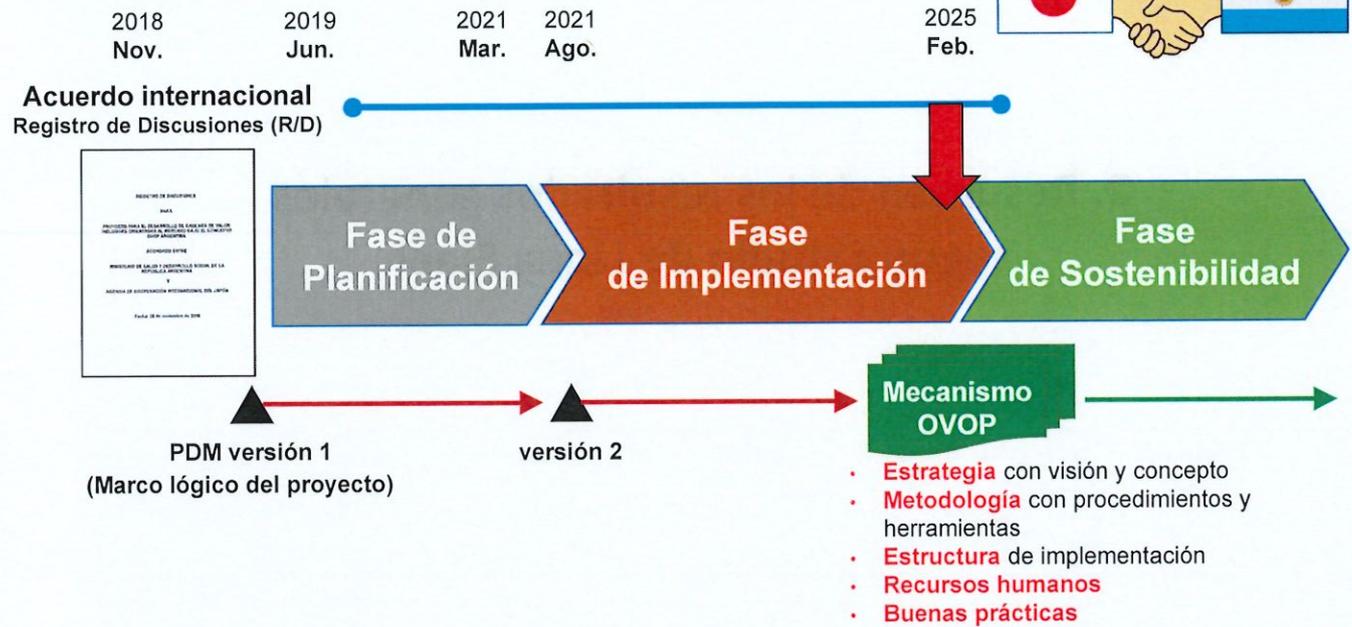


*Handwritten signature and number 72*

## Marco general el proyecto OVOP Argentina



### Desarrollo del proyecto

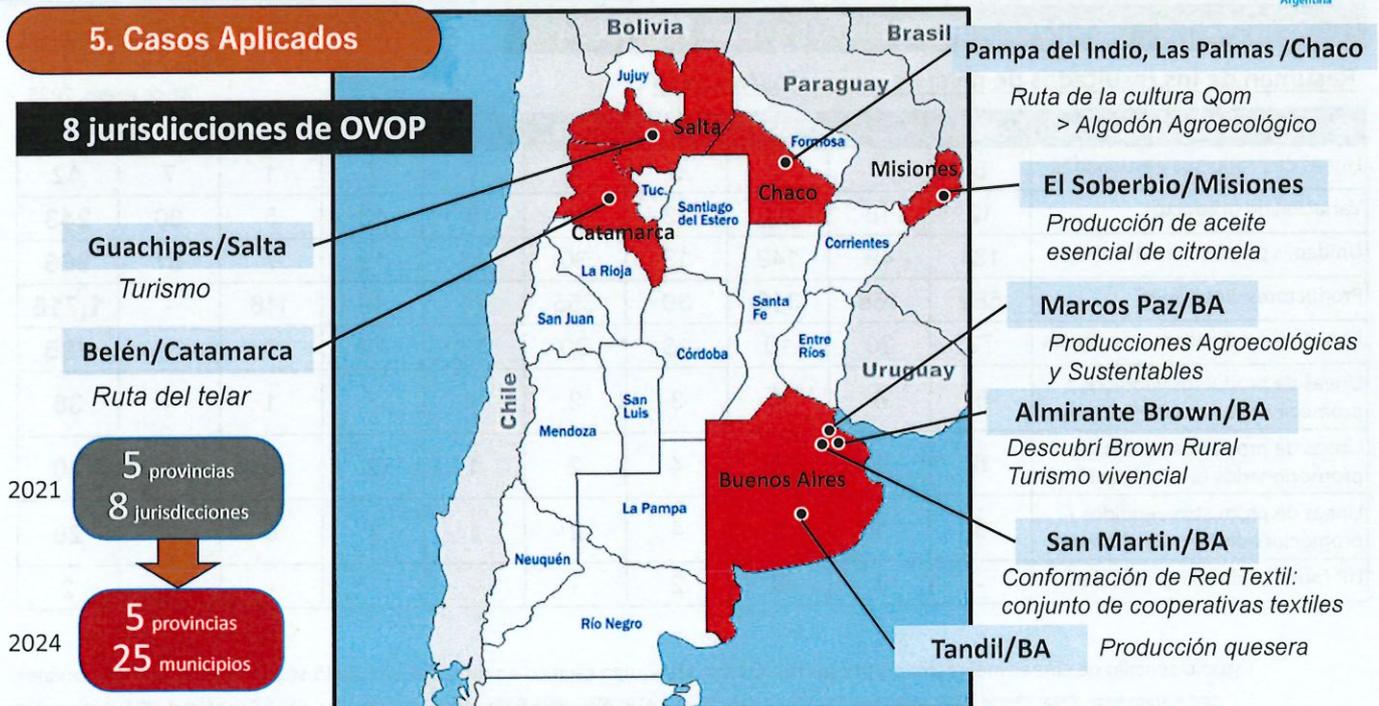


## Marco general el proyecto OVOP Argentina



### 5. Casos Aplicados

#### 8 jurisdicciones de OVOP



*Handwritten signature/initials*

## 2. Resumen de los resultados generales según Estudio de Línea Final

### Resumen de los resultados general según línea final

### Resumen de resultados de OVOP Argentina 2022-2024

#### Resumen de los resultados de nivel de productos/negocio

31 de enero, 2025

Nivel de Producto y Negocio	CAT	CHA	MIS	SAL	TAN	ALB	MAP	SAM	PBA	Total
Líneas de productos gestionados	6	4	4	5	4	1	7	1	7	<b>42</b>
Variación de productos	12	18	93	13	54	5	13	5	30	<b>243</b>
Unidades productivas vinculadas	134	49	149	13	30	13	19	7	51	<b>365</b>
Productores vinculados	589	168	318	30	355	71	19	116	-	<b>1,716</b>
Fichas de productores elaborados	73	20	10	13	30	13	19	7	-	<b>185</b>
Líneas de productos vendidos / promocionados en nivel provincial	6	4	4	3	2	1	7	1	-	<b>38</b>
Líneas de productos vendidos / promocionados en nivel nacional	6	1	4	4	2	1	2	0	-	<b>20</b>
Líneas de productos vendidos / promocionados en internacional	6	1	4	4	2	1	2	0	-	<b>20</b>
UP formalizadas en el proyecto	-	0	0	2	-	-	-	-	-	<b>2</b>

Estudio sencillo de Línea Final realizado por los miembros del equipo técnico en dic.2024-ene.2025 según información disponibles.

CAT: Catamarca,, CHA: Chaco, MIS: Misiones, SAL: Salta TAN: Tandil, ALB: Almirante Brown, MAP: Marcos Paz, SAM: San Martin, PBA: Buenos Aires

## Resumen de los resultados general según línea final



### Resumen de resultados de OVOP Argentina 2022-2024

#### Resumen de los resultados de nivel municipal

31 de enero, 2025

Nivel Municipal	CAT	CHA	MIS	SAL	TAN	ALB	MAP	SAM	PBA	Total
Entidades vinculadas a MAT Local	12	19	14	2	8	3	7	1	17	66
Personas vinculadas a MAT Local	82	23	19	7	11	12	8	4	25	191
Recursos locales identificadas	609	216	116	20	37	110	45	121	464	1,738
Recursos locales utilizadas	30	47	30	14	2	37	30	4	-	194
Actividades de promoción turística en nivel provincial	3	0	7	10	0	1	1	0	-	22
Actividades de promoción turística en nivel nacional	1	0	3	1	3	1	1	0	-	10
Actividades de promoción turística en nivel internacional	1	0	6	0	3	3	1	0	-	14
Promotores OVOP formados	28	23	19	3	4	8	6	4	14	109
Declaración interés municipal	0	0	1	1	1	1	1	1	-	6

Estudio sencillo de Línea Final realizado por los miembros del equipo técnico en dic.2024-ene.2025 según información disponibles.  
 CAT: Catamarca,, CHA: Chaco, MIS: Misiones, SAL: Salta TAN: Tandil, ALB: Almirante Brown, MAP: Marcos Paz, SAM: San Martín, PBA: Buenos Aires

## Resumen de los resultados general según línea final



### Resumen de resultados de OVOP Argentina 2022-2024

#### Resumen de los resultados de nivel provincial

31 de enero, 2025

Nivel Provincial	CAT	CHA	MIS	SAL	TAN	ALB	MAP	SAM	PBA	Total
Entidades vinculados a MAT Prov.	1	8	15	5	1					30
Personas vinculadas a MAT Prov.	5	15	21	5	11					57
Municipios vinculados a OVOP	12	2	1	1	9					25
Actividades realizadas de OVOP	172	44	120	44	120	35	51	37	47	691
Personas impactadas a través de las actividades de OVOP	3,175	749	1,224	663	789	453	469	433	667	8,862
Promotores OVOP formados	26	17	21	3	6					73
Declaración de interés provincial	1	1	0	1	1					4
Artículos publicados sobre OVOP	23	22	37	6	54	6	4	6	-	158

Estudio sencillo de Línea Final realizado por los miembros del equipo técnico en dic.2024-ene.2025 según información disponibles.  
 CAT: Catamarca,, CHA: Chaco, MIS: Misiones, SAL: Salta TAN: Tandil, ALB: Almirante Brown, MAP: Marcos Paz, SAM: San Martín, PBA: Buenos Aires

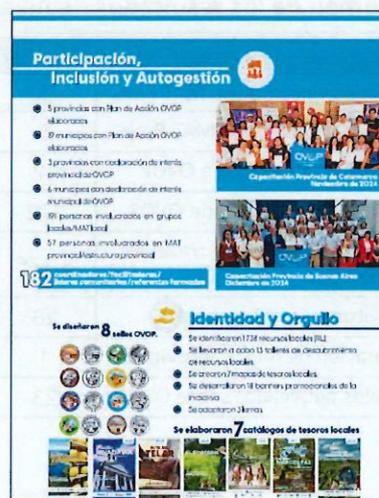
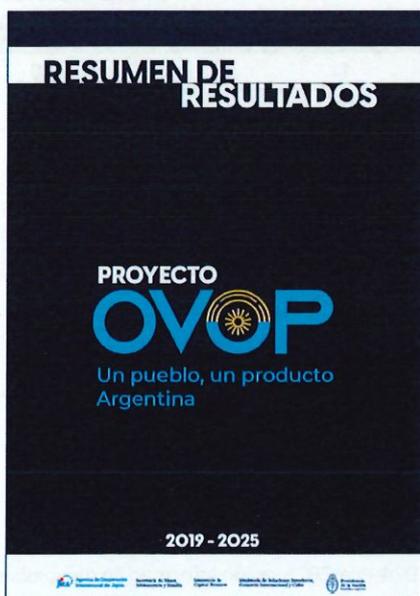
### Resumen de avances y resultados de OVOP Argentina

- ✓ OVOP Argentina en los **25** municipios y las **5** provincias.
- ✓ **30** entidades involucradas en nivel provincial y **66** entidades en nivel local.
- ✓ Identificación de **1,736** recursos locales.
- ✓ **365** Unidades Productivas con **1,738** productores involucrados.
- ✓ **185** Hojas de Productores elaboradas.
- ✓ **6** municipios han presentado Declaración de Interés Municipal.
- ✓ **4** provincias han presentado Decretos de Interés Provincial.

Durante 2022-2024,

- ✓ **691** talleres realizados con **8,862** participantes.
- ✓ **20** seminarios realizados con **1,263** participantes.
- ✓ **230** personas capacitadas en programas especiales de JICA como promotor OVOP (Cursos especiales en Japón, en Colombia, nacional: BA).

### Resumen de resultados del Proyecto



- ✓ 6 páginas sobre el margo general del proyecto, resultados generales y resultados según ejes estratégicos.

*Handwritten signature: Que*

### 3. Materiales y herramientas elaboradas

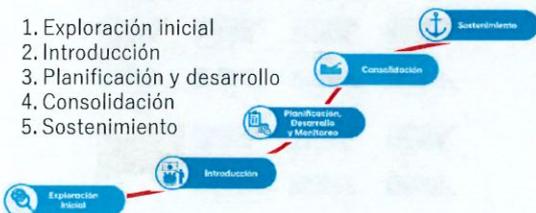
#### Materiales y herramientas elaboradas

#### Documento estratégico

- INTRODUCCIÓN
- CAPÍTULO 1 - ANTECEDENTES
- CAPÍTULO 2 - OVOP ARGENTINA: UNA ESTRATEGIA PARA DESARROLLO LOCAL INCLUSIVO
- CAPÍTULO 3 - IDENTIDAD Y ORGULLO (PILAR 1)
- CAPÍTULO 4 - CADENA DE VALOR DE PRODUCTOS LOCALES (PILAR 2)
- CAPÍTULO 5 - CADENA DE VALOR DE TURISMO (PILAR 3)
- CAPÍTULO 6 - PARTICIPACIÓN, INCLUSIÓN Y AUTOGESTIÓN (PILAR 4)
- CAPÍTULO 7 - ESTRUCTURA DE IMPLEMENTACIÓN
- CAPÍTULO 8 - PASOS DEL DESARROLLO DE OVOP ARGENTINA
- CAPÍTULO 9 - EXPERIENCIAS ÚTILES DESDE JAPÓN
- CAPÍTULO 10 - EXPERIENCIAS DE OVOP ARGENTINA (8 jurisdicciones)
- CAPÍTULO 11 - BASES PARA LA ESTRATEGIA OVOP ARGENTINA

#### Pasos Estratégicos de desarrollo para OVOP Argentina

1. Exploración inicial
2. Introducción
3. Planificación y desarrollo
4. Consolidación
5. Sostenimiento



#### Guías metodológicas

<b>Pilar 1. Potenciar la identidad y el orgullo local</b>
Guía de Diagnóstico Participativo y presentación de "Un Pueblo"
Guía de Taller de Redescubrimiento de Tesoros Locales
Especificaciones para la construcción de un Catálogo de Tesoros Locales
<b>Pilar 2. Cadena de Valor de Productos Locales</b>
Guía de identificación de los productores y la cadena de valor
Guía práctica para el estudio de mercado
Guía práctica para el desarrollo del mercado
<b>Pilar 3. Cadena de Valor Turística</b>
Guía de Cadena de Valor del turismo
Guía para plan de promoción
Guía metodológico para selección de experiencias
Guía para la creación de Plan Municipal de Turismo
Guía de Creación de base para un Organismo de Gestión de Destino
<b>Pilar 4. Participación, inclusión y autogestión</b>
Guía de orientaciones para la construcción de un mapa de actores
Guía para la construcción de una visión colectiva y plan local
Guía para ciclo de PDCA/PHVA



*Handwritten signature and number 72*

**Materiales y herramientas elaboradas**



**Listado de materiales elaborados: 74 items**

Registro de Materiales de publicación del Proyecto OVOP Argentina Actualizado: 15 de enero, 2023						
#	Nombre de material	Contenido-Objetivos-Grupo Meta	Nivel	Encargado	Estado actualizado	Inicio - Final
001	Informe de sistematización 2021	Resúmenes de avances y oportunidades de 5 provincias argentinas, basados en entrevistas y discusiones con los coordinadores locales y locales. Asesoramiento de lecturas de evidencia.	Central	MES	Terminado	Junio 2021 - Noviembre 2021
002	Boletín Informativo #1	Formato redactado durante el mes de junio 2022. Contiene información de avances de MAT por across a los miembros de MAT y actores claves.	Central	Cecilia María (MDS)	Terminado	Junio 2022 - Agosto 2022
003	Logo del proyecto OVOP Argentina. (Su aplicación en banners, tarjeta de identificación)	Trabaja en todos los materiales y en todo el ciclo del proyecto	Central	UCH Diana VETI	Terminado	Octubre 2022 - Octubre 2024
004	Banner Institucional	Presentación general del logo Institucional de OVOP Argentina, elaborado por MDS, donde queda luego actividades presenciales que el proyecto	Central	Guillem (MDS) Diana VETI	Terminado	Junio 2022 - Agosto 2024
005	Banner Institucional para las 8 Jurisdicciones	Los elaborados por MDS - Comunicación	Central	MES	Terminado	Noviembre 2022
006	Plantilla de documentos Word y PPT	Los elaborados por MDS - Comunicación	Central	MES	Terminado	Noviembre 2022
007	Hojas de Introducción de productos version 1 (8 jurisdicciones)	Elaboración de productos y las actividades de MAT, para personas interesadas generalista, cada MAT puede usar para presentaciones de su producto y actividades de MAT	Central	Adriana (Equipo local)	Terminado	Agosto 2022 - Agosto 2022
008	Banners de presentación de las Iniciativas version 1 (8 jurisdicciones)	Presentación de imágenes de productos y actividades de MAT en Banner, MAT puede usar para presentaciones de su producto	Central	Adriana (Equipo local)	Terminado	Agosto 2022 - Agosto 2022
009	Banners de introducción del proyecto OVOP (3 banners)	3 banners elaborados para introducción del proyecto OVOP en la feria (ferias de Catamanza)	Central	Diego-Lucas (Equipo local)	Terminado	Agosto 2022 - Agosto 2022
010	Folleto de presentación de OVOP Argentina	Introducción sobre OVOP Argentina dirigida con el público Argentino, para público general.	Central	Maria (MDS) Lucas (E.L.)	Terminado	Septiembre 2022 - Febrero 2023
011	Folleto de presentación de JICA - Proyecto OVOP Argentina	Introducción sobre el proyecto para fortalecimiento de OVOP Argentina implementado por JICA, público general, uso para difusión de apoyo de JICA	Central - JICA	Cynthia (JICA) Ruf (Equipo local) (E.L.)	Terminado	Septiembre 2022 - Octubre 2022
012	Catálogo de Tesoros Locales de Tandil	Presentación de recursos locales identificados por la comunidad abstrahida de productores familiares de Tandil para aumentar orgullo y apropiación; Distribución a los actores locales de Tandil, producido por MAT de Tandil	Provincial - Local	Lucía Melina (MAT EA) (Equipo local) (E.L.) (Luc. Gabriel) (MDS)	Terminado	Junio 2022 - Enero 2023



- ✓ 8 Catalogo de Tesoros Locales
- ✓ 185 Fichas de Productores,
- ✓ Otros materiales con posters informativos, banners,
- ✓ folletos/tripticos de MAT, boletin informativo

**Materiales y herramientas elaboradas**



**Página WEB de OVOP Argentina**

<https://ovopargentina.info/>



**Catálogos de Tesoros Locales**

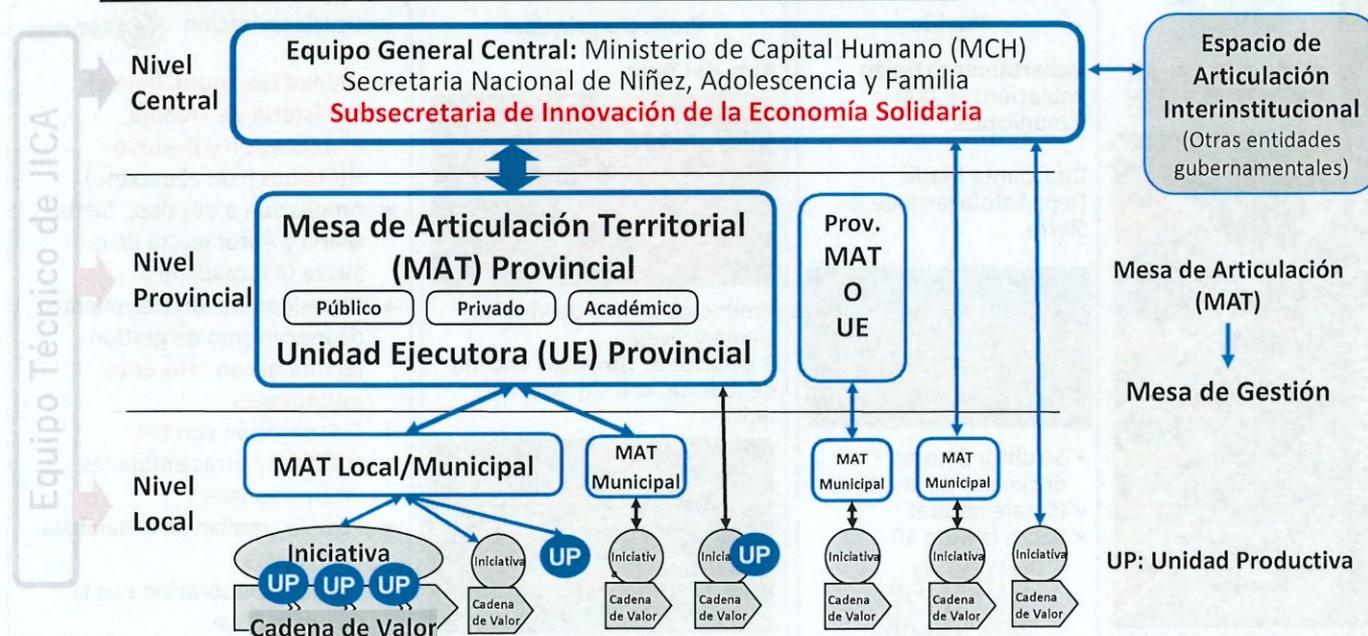


*Handwritten signature and initials.*

## 4. Estructuras de implementación en los territorios (provincias y municipios)

### Estructuras de implementación en los territorios

### Estructura de implementación de OVOP Argentina



*Handwritten signature and number 70*

Estructura de implementación

Aplicación, ampliación y sostenibilidad de OVOP



1

Catamarca: Ruta del Telar

**CATAMARCA, BELÉN**

**RUTA DEL TELAR**  
NUESTRA TIERRA, NUESTRO TESORO, NUESTRO FUTURO

**Pueblo**

Departamento Belén  
Población: 28,000  
9 municipios

Dep. Santa María  
Dep. Antofagasta de la Sierra

- ✓ Se ubica 5 horas distancias de la capital
- ✓ Paisaje natural
- ✓ Sobre la Ruta 40

**Producto principal**

Ruta del Telar

Productos tejidos de Vicuña, Llama y Oveja

9 estaciones turísticas encima de la Ruta, con experiencias únicas.

**Institucionalización**

- ◆ Unidad Ejecutora, bajo el Ministerio de Trabajo, Planificación y Recursos Humanos (con el decreto)
- ◆ Ampliación a dos dep.; Santa María y Antofagasta de la Sierra (4 localidades)
- ◆ Necesidad de fortalecimiento de mecanismo de gestión territorial con referentes municipales
- ◆ Colaboración con CFI, UNESCO y otras entidades internacionales
- ◆ Posible ampliación a Fiambalá y Tinogasta.
- ◆ Posible colaboración con la parte de Chile.

*Jul 22*

**CHACO**

**OVOP**  
Un pueblo. Un producto  
Argentina

**ALGODÓN**  
AGROECOLÓGICO

**Pueblo**

Municipios Pampa del Indio y Las Palmas  
Población: 11,000 y 5,000

- ✓ Pueblos Originarios QOM
- ✓ Falta industria

**Producto ancla**

Algodón Agroecológica

Cadena de Valor Algodón  
Desde semillas, materias primas, hilos, diseño, confección de prendas productos de algodón hasta promoción y venta

**Institucionalización**

- ◆ Integración del **subsecretario de Emprendedurismo urbano y rural** del ministerio de producción (decreto), con continuidad de la Mesa.
- ◆ Inicio de nueva cadena de valor de Alimentos Agroecológicos.
- ◆ Iniciativa para capacitación de promotores OVOP

**MISIONES, EL SOBERBIO**

**OVOP**  
Un pueblo. Un producto  
Argentina

**ESENCIA**  
ES LO QUE SOMOS!

**Pueblo**

Municipio El Soberbio  
Población: 25,000

- ✓ Fronteriza con Brasil
- ✓ Agricultura y turismo

**Producto ancla**

Esencia de Aceite Citronela

Más de 130 productores de citronela.  
Producción de materia prima individual, poca control de precio y poca calidad de productos.

**Institucionalización**

- ◆ Liderazgo de **Vice Gobernación** y fortalecimiento de la Mesa de Articulación Provincial.
- ◆ Falta mecanismo institucional (oficialización) y estrategia/plan para OVOP Provincial.
- ◆ **Interés municipal de El Soberbio** se ha presentado.
- ◆ Instalación de nuevo destilería y centro de acopio.

*Handwritten signature*

4

Salta: Turismo de Guachipas "lugar mágico"

**SALTA, GUACHIPAS**

**OVOP**  
Un pueblo. Un producto.  
Argentina

**LUGAR MÁGICO**  
MI PUEBLO, MI TESORO

**Pueblo**

**Departamento Guachipas**  
Población: 3,200

- ✓ Se ubica entre Salta Capital y Cafayate.
- ✓ Guachipas, Alemania y Santa Bárbara

**Producto ancla**

**Turismo: Experiencias turísticas de lugar mágico.**

"Estación de la carretera" en Alemania.  
Guías turísticos, centro de inf. de Guachipas, operadora local

**Institucionalización**

- ◆ Liderazgo de la **Secretaría de Turismo** para continuidad y apoyo a otros municipios
- ◆ Mesa de Articulación Provincial se continua para coordinación.

- ◆ **Interés municipal de Guachipas**
- ◆ Creación de base del Plan Municipal de Turismo.

5

Provincia de Buenos Aires

<p><b>BUENOS AIRES, TANDIL</b></p> <p><b>OVOP</b> Un pueblo. Un producto. Argentina</p> <p><b>EL QUESO Y TANDIL PARA DISFRUTAR</b></p>	<p><b>ALMIRANTE BROWN, AMBA</b></p> <p><b>OVOP</b> Un pueblo. Un producto. Argentina</p> <p><b>EXPERIENCIA VIVENCIAL EN MINISTRO RIVADAVIA</b></p>	<p><b>MARCOS PAZ, AMBA</b></p> <p><b>OVOP</b> Un pueblo. Un producto. Argentina</p> <p><b>PRODUCCIÓN AGROECOLÓGICA Y SUSTENTABLE</b></p>	<p><b>SAN MARTÍN, AMBA</b></p> <p><b>OVOP</b> Un pueblo. Un producto. Argentina</p> <p><b>RED TEXTIL DE ORGANIZACIONES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA</b></p>
--	--	--	---

<p><b>Producto</b></p> <p>Queso de Tandil Clúster Queso organizado incluyendo 22 productores familiares</p>	<p><b>Producto</b></p> <p>Experiencia de turismo vivencial en Ministro Rivadavia.</p>	<p><b>Producto</b></p> <p>Emprendedores de productos agroecológicos y sustentables</p>	<p><b>Producto</b></p> <p>Se conforma la RED con 9 cooperativas textiles</p>
---	---	--	--

**Institucionalización**

- ◆ Creación del Programa Provincial para ampliación durante 4 años por la **Subsecretaría de Industria y PyMEs, Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación tecnológica.**
- ◆ Inicio con **5 nuevos municipios** en primer año; Azul, Chascomús, Dolores, Laprida, Suipacha.
- ◆ Coordinación con Tandil, Marcos Paz, Almirante Brown y San Martín para continuidad (declaraciones de interés municipal a OVOP.)

- ◆ Realización del **programa de capacitación** para coordinadores/promotores de OVOP
- ◆ **Colaboración con la Universidad de Almirante Brown** para creación de un programa de capacitación para promotores/líderes OVOP.

*Handwritten signature*

**Contactos de los personas de cada jurisdicción de OVOP Argentina 1/3**

Actualizado en enero 30, 2025

	Nombre y apellido	Cargo	E-mail
<b>Catamarca</b>	Verónica Soria	Ministra de MTPyRH	veronicasoria@hotmail.com
	Natalia Arroyo Pacheco	Subsecretaria de inclusión en el mundo laboral	arroyopacheconatalia@gmail.com
	Mariana Arenas	Directora Unidad Ejecutora OVOP	unidadejecutora.rutadeltelar@gmail.com
<b>Chaco</b>	Carolina Cenzano	Coordinadora Local OVOP	cenzano@inti.gob.ar
	Sofía Cardozo	Vocal Fundación Carrillo	soficardozoq@gmail.com
	Rocío Domínguez	Directora carrera terciaria	rociobdominguez158@gmail.com
<b>Misiones</b>	Jorgelina Besold	Coordinadora local OVOP	jordarii@gmail.com
	Juan Carlos Mareco	técnico territorial MCH	jcmareco88@gmail.com
	Francisco Pascual	Supervisor Regional INTA	francpascual@gmail.com
<b>Salta</b>	Javier Arias	Secretaría de Turismo y Deporte	mesaovopsalta@gmail.com
	Vanesa Álvarez	Directora de Turismo de Guachipas	mesaovopsalta@gmail.com
	Guadalupe De Simón	RR II	mesaovopsalta@gmail.com

**Contactos de los personas de cada jurisdicción de OVOP Argentina 2/3**

Actualizado en enero 30, 2025

	Nombre y apellido	Cargo	E-mail
<b>Buenos Aires (PBA)</b>	Facundo Pistola	Director Provincial de Desarrollo Productivo PBA	facundopistola.produccionpba@gmail.com
	Melina Manso	Directora de Coordinación de Políticas Productivas PBA	ovoppba@mp.gba.gov.ar y mgm.produccionpba@gmail.com
<b>Tandil</b>	Marcela Petrantonio	Secretaria de Des. Productivo y RR.II. Municipio de Tandil	internacionales@tandil.gov.ar y petrantonio@gmail.com
	Lucio Rancez	Coordinador Clúster Quesero de Tandil	clusterqueserotandil@gmail.com
<b>Almirante Brown</b>	Morina Sanz	Directora de Turismo	morinasanz@gmail.com
	Gustavo Stern	Asesor Intendente	gustavosztern@gmail.com
<b>Marcos Paz</b>	Érica Cabrera	Secretaría de RR.II	ecabrera@marcospaz.gov.ar
	Verónica Jaimez	Referente de grupo de productores	eberveronicajaimez@gmail.com
	Silvia Pilar		saborescolores2020@gmail.com
<b>San Martín</b>	Fernando Fontanet	Director de Economía Social	fontafer@yahoo.com.ar
	Alejandro Tsolis	Secretario de Producción y Desarrollo Económico	aletsolis@hotmail.com

### Contactos de los personas de cada jurisdicción de OVOP Argentina 3/3

Actualizado en enero 30, 2025

	Nombre y apellido	Cargo	E-mail
<b>Azul</b>	Pedro Stancanelli	Director de Turismo	azulesturismo@gmail.com y turismopedro@yahoo.com
<b>Laprida</b>	Marcos Lavandera	Subsecretario de Desarrollo Local	lavanderamarcos@gmail.com
<b>Dolores</b>	Francisco Roca	Secretario de Desarrollo Productivo	franciscoroca83@gmail.com
<b>Chascomús</b>	Jimena Arano	Subsecretaría de Desarrollo Turístico y Productivo	jimena.arano@chascomus.gob.ar
<b>Suipacha</b>	Irene Lubriz	Secretaria de Desarrollo Económico y Ambiente	suipacha.desarrolloeconomico@gmail.com



## 5. Evaluación de los resultados según PDM (objetivo del Proyecto y resultados esperados)

*[Handwritten signature]*

## Evaluación de los resultados según PDM



### Formato de autoevaluación de los indicadores según PDM (2021-2024)

Hoja de Monitoreo / Plan de Operación		Fecha actualizada: 2020-12-04	
Título del Proyecto: Proyecto para el Desarrollo de Cadenas de Valor Inclusivas Orientadas al Mercado bajo el Concepto OVOP Argentina		Agencia Implementadora: Ministerio de Desarrollo Social Comando en Jefe Comando de la Economía Social y Popular	Período del proyecto: 1 año, 1 mes, desde 21 de junio de 2019
<b>Categoría Impacto</b>		<b>Objetivos</b>	
Formular las capacidades de los grupos de la Economía Social y Popular, y de las organizaciones que les sirven, para promover el desarrollo local.		Se ha desarrollado el plan de desarrollo y el plan de trabajo para el año 2021, se han realizado los diagnósticos de las cadenas de valor y se han iniciado los procesos de implementación de los programas de desarrollo local.	
<b>Categoría del Proyecto</b>		<b>Indicadores</b>	
1. El nuevo producto o servicio generado bajo el concepto OVOP de acuerdo al plan de desarrollo local.		Se ha desarrollado el plan de desarrollo y el plan de trabajo para el año 2021, se han realizado los diagnósticos de las cadenas de valor y se han iniciado los procesos de implementación de los programas de desarrollo local.	
2. Las actividades OVOP se agrupan a 8 productos.		Se ha desarrollado el plan de desarrollo y el plan de trabajo para el año 2021, se han realizado los diagnósticos de las cadenas de valor y se han iniciado los procesos de implementación de los programas de desarrollo local.	
3. 3 unidades productivas formalizadas.		Se ha desarrollado el plan de desarrollo y el plan de trabajo para el año 2021, se han realizado los diagnósticos de las cadenas de valor y se han iniciado los procesos de implementación de los programas de desarrollo local.	
4. 5 nuevas unidades productivas creadas en los mercados formales por OVOP Argentina.		Se ha desarrollado el plan de desarrollo y el plan de trabajo para el año 2021, se han realizado los diagnósticos de las cadenas de valor y se han iniciado los procesos de implementación de los programas de desarrollo local.	
<b>Categoría del Proyecto</b>		<b>Indicadores</b>	
Desarrollar canales de valor formalizados, orientados a mercados bajo el concepto OVOP Argentina.		Se ha desarrollado el plan de desarrollo y el plan de trabajo para el año 2021, se han realizado los diagnósticos de las cadenas de valor y se han iniciado los procesos de implementación de los programas de desarrollo local.	
1. Más de 5 productos/servicios desarrollados bajo el concepto OVOP Argentina.		Se ha desarrollado el plan de desarrollo y el plan de trabajo para el año 2021, se han realizado los diagnósticos de las cadenas de valor y se han iniciado los procesos de implementación de los programas de desarrollo local.	
2. Más de 3 productos incorporados a los mercados formales (local, provincial, regional y/o internacional).		Se ha desarrollado el plan de desarrollo y el plan de trabajo para el año 2021, se han realizado los diagnósticos de las cadenas de valor y se han iniciado los procesos de implementación de los programas de desarrollo local.	
3. Más de 3 productos con agregado de valor en origen.		Se ha desarrollado el plan de desarrollo y el plan de trabajo para el año 2021, se han realizado los diagnósticos de las cadenas de valor y se han iniciado los procesos de implementación de los programas de desarrollo local.	
4. Más de 2 rutas turísticas valorizadas bajo el concepto OVOP Argentina.		Se ha desarrollado el plan de desarrollo y el plan de trabajo para el año 2021, se han realizado los diagnósticos de las cadenas de valor y se han iniciado los procesos de implementación de los programas de desarrollo local.	
5. Más de 5 nuevos canales de comercialización creados.		Se ha desarrollado el plan de desarrollo y el plan de trabajo para el año 2021, se han realizado los diagnósticos de las cadenas de valor y se han iniciado los procesos de implementación de los programas de desarrollo local.	
6. Más de 5 iniciativas recibieron apoyo eficaz de programas del MDS y de otros organismos.		Se ha desarrollado el plan de desarrollo y el plan de trabajo para el año 2021, se han realizado los diagnósticos de las cadenas de valor y se han iniciado los procesos de implementación de los programas de desarrollo local.	

- ✓ 5 niveles de cumplimiento por autoevaluación.
- ✓ Cada 6 meses con hojas de monitoreo periódico.

Nivel de Cumplimiento / estimado	Descripción
5	Cumplido y avanzado más impacto que lo planeado
4	Cumplido como planeado / esta cumpliendo
3	Hay tareas para cumplir, y se puede cumplir si hay recursos y tiempo.
2	No se ha cumplido algunos y necesita más esfuerzo
1	Difícil para cumplir y se necesita consideración de ajuste del plan o aproximación

## Evaluación de los resultados según PDM

Enero 2025



Evaluación de los indicadores del Objetivo del Proyecto según PDM	
<b>Objetivo del Proyecto</b>	
<b>Desarrollar cadenas de valor inclusivas orientadas al mercado bajo el concepto OVOP Argentina.</b>	
OP-1	Más de 5 productos/servicios desarrollados bajo el concepto OVOP Argentina.
OP-2	Más de 3 productos incorporados a los mercados formales (local, provincial, regional y/o internacional).
OP-3	Más de 3 productos con agregado de valor en origen
OP-4	Más de 2 rutas turísticas valorizadas bajo el concepto OVOP Argentina.
OP-5	Más de 5 nuevos canales de comercialización creados.
OP-6	Más de 5 iniciativas recibieron apoyo eficaz de programas del MDS y de otros organismos.

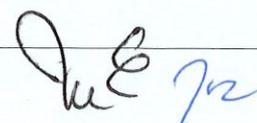
Supuesto importante (definido en PDM)

La deteriorada situación económica actual ha tenido impacto directo en el Proyecto (y en general), afectando a los emprendimientos de los actores de la Economía Social y Popular.

## Evaluación de los indicadores de los Resultados Esperados

<b>RESULTADO 1: Se formula la estructura básica, el concepto y el plan para implementar OVOP Argentina.</b>		4
RE1-1	Se establece el Equipo de Planificación que está conformado por funcionarios del gobierno nacional, provinciales y municipales	4
RE1-2	Se elabora el concepto y el plan para la implementación (los planes de acción) de OVOP Argentina en cada una de las jurisdicciones.	5
<b>RESULTADO 2: Se fortalecen las capacidades de los actores del nivel nacional, provincial y local, que llevan adelante las actividades de OVOP Argentina.</b>		5
RE2-1	Se capacitan más de 100 actores (número real) del nivel nacional, provincial y local en la metodología OVOP.	5
RE2-2	Se ponen a disposición programas y recursos (técnicos, financieros, humanos) del Ministerio de Desarrollo Social y de organismos nacionales para la implementación del proyecto OVOP Argentina.	4
RE2-3	Se realizan más de 50 capacitaciones/talleres/seminarios/asesoramientos brindados por especialistas y organismos.	5
<b>RESULTADO 3: Se desarrollan, mejoran y promueven los productos y servicios de las iniciativas de OVOP Argentina.</b>		4
RE3-1	Más de 5 iniciativas recibieron asistencia y/o apoyo de Proveedores de Servicios de Desarrollo de Negocios (BDS- P).	4
RE3-2	Más de 5 actividades de promoción y difusión.	5
RE3-3	Más de 3 de las iniciativas mejoran su actividad productiva (mejora de la calidad, reducción del costo, y otros.)	3
<b>RESULTADO 4: Se comparten las experiencias de las actividades OVOP Argentina para optimizar y expandir su implementación.</b>		5
RE4-1	Materiales preparados para la promoción del proyecto (manuales, videos, gacetillas, etc.).	4
RE4-2	Cantidad de seminarios realizados para compartir información y difundir las actividades de OVOP.	5
RE4-3	Números de cartas de intención firmadas para expandir la metodología de trabajo de OVOP Argentina.	5

## 6. Puntos importantes para pasos siguientes, Objetivo superior de PDM y continuidad hacia sostenibilidad



### Definición de los indicadores del Objetivo Superior

- ❑ Ambas partes discutieron los indicadores del Objetivo Superior que no se habían definido anteriormente, y se llegó al consenso de los números para los indicadores considerando de gran importancia de la continuidad de la implementación y aplicación de OVOP Argentina en el territorio.
- ❑ Ambas partes realizan las siguientes definiciones y ajustes de los indicadores del Objetivo Superior:
  1. 30 productos o/y servicios generados bajo el concepto OVOP después de la terminación del proyecto.
  2. Las actividades OVOP se expanden a 10 provincias y 30 municipios.
  3. 15 unidades productivas formalizadas.
  4. 30 unidades productivas creadas en las iniciativas por OVOP Argentina.

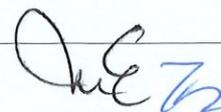
\* Objetivo superior significa el objetivo que se espera lograr 3 años después de terminación del proyecto.

\* Supuesto importante (definido en PDM): No cambia el rumbo de la política del gobierno argentino para la Economía Social y Popular.



**¡Gracias!**

ありがとうございました。



# OVOP

Un pueblo, un producto  
Argentina

## RESUMEN DOCUMENTO ESTRATÉGICO



Secretaría de Niñez,  
Adolescencia y Familia

Ministerio de  
Capital Humano

Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto



### DOCUMENTO ESTRATÉGICO

## Qué es la Estrategia OVOP Argentina

Es el instrumento de base para entender, apropiarse y aplicar un enfoque de desarrollo local según el movimiento "Un Pueblo, Un Producto" en la República Argentina. Se trata de un documento que condensa toda la información de OVOP y la pone a disposición de las autoridades, instituciones y comunidad para su correspondiente aplicación.



### INDICE

#### INTRODUCCIÓN

#### CAPÍTULO 1 - ANTECEDENTES

#### CAPÍTULO 2 - OVOP ARGENTINA. UNA ESTRATEGIA PARA DESARROLLO LOCAL INCLUSIVO

#### CAPÍTULO 3 - IDENTIDAD Y ORGULLO

#### CAPÍTULO 4 - CADENA DE VALOR DE PRODUCTOS LOCALES

#### CAPÍTULO 5 - CADENA DE VALOR DE TURISMO

#### CAPÍTULO 6 - PARTICIPACIÓN, INCLUSIÓN Y AUTOGESTIÓN

#### CAPÍTULO 7 - ESTRUCTURA DE IMPLEMENTACIÓN

#### CAPÍTULO 8 - PASOS DEL DESARROLLO DE OVOP ARGENTINA

#### CAPÍTULO 9 - EXPERIENCIAS ÚTILES DESDE JAPÓN

#### CAPÍTULO 10 - EXPERIENCIAS DE OVOP ARGENTINA

#### CAPÍTULO 11 - CONCLUSIONES

OVOP  
Un pueblo, un producto  
Argentina

### DOCUMENTO ESTRATÉGICO

#### CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES

Se compone de un marco conceptual sobre OVOP como movimiento y el contexto como nació, cómo llegó a través de la cooperación internacional a varios países del mundo, cuáles son sus principios y finalmente cómo llega OVOP a Argentina.

#### Movimiento OVOP

OVOP es un enfoque de desarrollo local que surgió en 1979, en Oita, Japón. Su filosofía invita a las comunidades a trabajar colectivamente para potenciar un producto o servicio propio del territorio, considerando sus "tesoros locales". El objetivo de OVOP es generar desarrollo local a través de la participación, la inclusión social y la identificación cultural y territorial aplicando 3 principios fundamentales:

#### 3 Principios de OVOP

##### Autogestión y Creatividad



##### Actuar local y pensar global



##### Desarrollo de Recursos Humanos



A través de la cooperación técnica JICA ha llevado esta filosofía a más de 30 países en el mundo, algunos de los cuales se muestran a continuación:



Durante el proyecto OVOP Argentina se trabaja en 8 jurisdicciones de 5 diferentes provincias, las cuales se convierten en la fuente esencial de aprendizaje para la construcción del modelo OVOP Argentina. Las 8 iniciativas que integran el Proyecto OVOP Argentina son:

OVOP  
Un pueblo, un producto  
Argentina

### DOCUMENTO ESTRATÉGICO

#### CAPÍTULO 2: OVOP ARGENTINA. UNA ESTRATEGIA PARA DESARROLLO LOCAL INCLUSIVO

#### Objetivos de OVOP Argentina

- Promover el desarrollo local a través de la valorización de los productos locales
- Fortalecer la economía social y solidaria
- Fomentar la autonomía comunitaria y la gestión participativa
- Desarrollar modelos de producción sostenibles
- Fortalecer la identidad local y cohesión social
- Promover la inclusión social y la equidad

#### Concepto de OVOP Argentina

OVOP Argentina se enfoca en la idea de que cada comunidad tiene algo único que ofrecer, un producto o servicio que refleja su identidad y que puede convertirse en un motor de desarrollo. La economía social y solidaria se convierte en el marco conceptual que orienta la implementación de los proyectos OVOP, asegurando que estos sean sostenibles, inclusivos y basados en el trabajo conjunto de las comunidades

#### Pilares de OVOP Argentina

Para orientar su desarrollo local en el territorio, donde hay poco aprovechamiento de sus recursos locales, la introducción de OVOP Argentina puede ayudar a lograr un desarrollo ordenado del turismo y los productos locales basado en el potencial de cada territorio para su propio desarrollo local.



OVOP  
Un pueblo, un producto  
Argentina

*Handwritten signature*

DOCUMENTO ESTRATÉGICO

CAPÍTULO 3: IDENTIDAD Y ORGULLO

Es el pilar que aborda las acciones y resultados que identifiquen, aumenten y consoliden el valor del territorio donde se desarrolla la iniciativa. Este pilar incluye ejercicios diagnósticos y constructivos, todos orientados de manera participativa con los actores locales



Herramientas Metodológicas

- Guía de Diagnóstico Participativo
- Guía de Taller de Redescubrimiento de Tesoros Locales
- Orientaciones para Catálogo de Tesoros Locales

CAPÍTULO 4: CADENA DE VALOR DE PRODUCTOS LOCALES

Abarca lo relacionado al entendimiento de la cadena de valor de los productos con orientación al mercado, profundizando no solo en las características del producto sino también las necesidades del consumidor.



Herramientas Metodológicas

- Guía de Identificación de productores y la cadena de valor
- Guía de Estudio de Mercado
- Guía de Desarrollo de mercado

DOCUMENTO ESTRATÉGICO

CAPÍTULO 5: CADENA DE VALOR DE TURISMO

Trata de establecer los pasos y las herramientas para el desarrollo de una oferta turística que ponga en valor el activo bio-cultural del territorio, que sea viable de cara al mercado y que tenga el potencial para el desarrollo de la economía local



Herramientas Metodológicas

- Guía de Cadena de Valor de Turismo
- Guía para Plan de Promoción
- Metodología de Selección de Experiencias
- Ficha Muestra de un FamTrip
- Guía para la creación de un Plan Municipal de Turismo
- Guía para la creación de un DMO

CAPÍTULO 6: PARTICIPACIÓN, INCLUSIÓN Y AUTOGESTIÓN

Contempla el entendimiento común de los objetivos y el proceso de desarrollo de un determinado territorio, así como la potencialidad y capacidad de la comunidad para aportar, promoviendo la autonomía de las comunidades. Es importante identificar a los actores locales, su rol y sus expectativas, de tal forma que los ejercicios en el marco de OVOP arrojen como resultado su articulación eficaz y su satisfacción como participantes del proceso



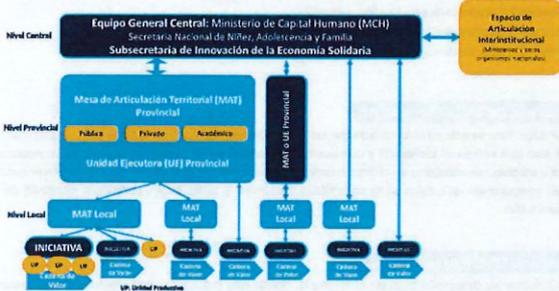
Herramientas Metodológicas

- Orientaciones para la construcción de un mapa de actores
- Guía de Visión y Plan Local
- Guía PHVA

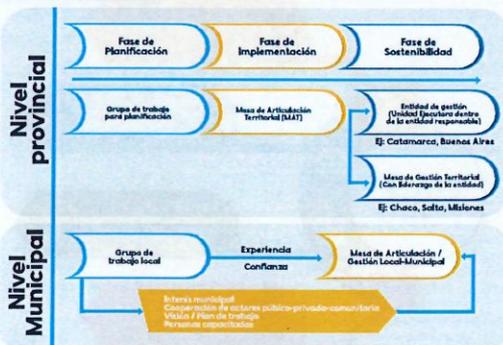
DOCUMENTO ESTRATÉGICO

CAPÍTULO 7: ESTRUCTURA DE IMPLEMENTACIÓN

Sugiere el modelo de implementación de OVOP en Argentina desde los diferentes niveles de articulación y operación, y su correspondiente relación para el funcionamiento ideal de un modelo de desarrollo local en el país, teniendo en cuenta la experiencia del proyecto OVOP y la estructura institucional a nivel nacional, provincial y local.



Estructura por Niveles



DOCUMENTO ESTRATÉGICO

CAPÍTULO 8: PASOS DEL DESARROLLO DE OVOP ARGENTINA

Este capítulo plantea 5 pasos para el desarrollo de OVOP Argentina cuyo orden no es absolutamente estricto pero que son una guía lógica de aplicación de acciones y herramientas en el tiempo.



*Handwritten signature and initials.*

**CAPÍTULO 9: EXPERIENCIAS ÚTILES DESDE JAPÓN**

Contiene la información de metodologías aplicadas en Japón y cuya experiencia pueda aplicarse en el contexto de OVOP Argentina para el desarrollo y promoción del orgullo y la identidad, el trabajo comunitario, la comercialización de productos locales y la promoción turística. Resume las técnicas de OVOP desarrolladas en Japón y adaptadas en OVOP, enfocándose en metodologías que pueden ser aplicadas para mejorar la competitividad y la sostenibilidad de productos locales.

**OVOP** Un pueblo. Un producto. Argentina.

**Michi no Eki**  
Estación de Carretera

**OVOP** Un pueblo. Un producto. Argentina.

**Tienda Antena**  
Tiendas de productos locales en zonas urbanas

**OVOP** Un pueblo. Un producto. Argentina.

**Mapa de productos locales**

**OVOP** Un pueblo. Un producto. Argentina.

**SHEP**  
Empoderamiento y Promoción de Agricultores de Pequeña Escala: SHEP

**CAPÍTULO 10: EXPERIENCIAS DE OVOP ARGENTINA**

Es la recopilación de los casos de estudio en el marco del proyecto OVOP Argentina como Buena práctica o Lección Aprendida, que sirve como experiencia previa para nuevas iniciativas y permite comparar características similares entre los territorios, identificar retos y tomar como punto de partida los aprendizajes y aciertos de las iniciativas que antecedieron en la aplicación de OVOP en Argentina.

**OVOP** Un pueblo. Un producto. Argentina.

**CAPÍTULO 11: CONCLUSIONES**

El Proyecto OVOP (One Village One Product) Argentina se configura como una estrategia innovadora de desarrollo local que promueve la producción regional a través del fortalecimiento de la identidad territorial, impulsando el crecimiento económico desde las particularidades de cada comunidad. Este documento se constituye en la herramienta central para que el enfoque OVOP sea aplicado en el contexto argentino a través de las metodologías desarrolladas en el marco de proyecto.

**Principios a considerar**



**ANEXOS GUÍAS METODOLÓGICAS**

Anexo al documento principal, el equipo técnico del Proyecto OVOP Argentina, elaboró guías metodológicas para facilitar la implementación de la estrategia desde cada uno de los pilares.

**IDENTIDAD Y ORGULLO**

**CADENA DE VALOR DE PRODUCTOS LOCALES**

**CADENA DE VALOR DE TURISMO**

**PARTICIPACIÓN, INCLUSIÓN Y AUTOGESTIÓN**

Para más información:  
<https://ovopargentina.info/>

*Handwritten signature*

<b>Título del Proyecto:</b> <b>Proyecto para el Desarrollo de Cadenas de Valor Inclusivas Orientadas al Mercado bajo el Concepto OVOP Argentina</b>	<b>Agencia implementadora:</b> <b>Secretaría de Niñez, Adolescencia y Familia, Ministerio de Capital Humano</b>	<b>Período del proyecto:</b> <b>5 años y 8 meses desde 23 de junio de 2019</b>
	<b>Grupo objetivo:</b> <b>Grupos de la Economía Social y Popular</b>	<b>Área de intervención:</b> <b>5 provincias; Buenos Aires, Catamarca, Salta, Misiones y Chaco</b>

Objetivo Superior	Nivel Cum.	Resultados/avances finales	Proyección y expectativa
Fortalecer las capacidades de los grupos de la Economía Social y Popular, y de las organizaciones que les brindan apoyo, para promover el desarrollo local.	3	Aunque se produjeron cambios políticos con la nueva estructura, las actividades del proyecto continuaron con la conciencia de los objetivos de más alto nivel. El grupo objetivo, el de la economía social, tenía originalmente implicaciones políticas, pero se procedió con un enfoque que promovía el desarrollo local con una visión regional en mente, centrándose en los grupos de producción y los empresarios comunitarios y reforzando sus capacidades. Se promovió la creación de sistemas y el desarrollo de capacidades a nivel central, provincial, local y de productores.	Si bien la política gubernamental había consistido en dirigir el apoyo a los productores individuales, incluidos los grupos sociales y de economía social, el Gobierno actual ha introducido un cambio significativo con respecto a la política gubernamental anterior, ya que ha cesado el apoyo directo a las microempresas y empresarios individuales y se han reducido considerablemente las subvenciones centrales a las provincias. Se prevé que los recortes presupuestarios del Gobierno continúen en el futuro, por lo que no es de esperar que se asignen presupuestos y personal centrales relacionados con OVOP. Por otro lado, durante el período del proyecto se crearon estructuras de promoción de OVOP a nivel provincial y local en consonancia con la situación de cada una de las regiones objetivo, y se espera que continúen y se amplíen dentro del estado.
1. 30 nuevos productos o servicios generados bajo el concepto OVOP después de la terminación del Proyecto OVOP Argentina.	4	Como indicador al que aspirar una vez finalizado el proyecto, se indicó el objetivo de desarrollar 30 nuevos productos y servicios para 2030. El programa ya se ha ampliado en las provincias de Catamarca y Buenos Aires como parte del Programa Provincial OVOP, mientras que en Salta, la Dirección de Turismo ha tomado la iniciativa de introducir el programa en otras ciudades, y en Chaco, hay planes para manejar productos agroecológicos como una nueva cadena de valor. También se ha iniciado el apoyo al desarrollo y la mejora de productos y servicios en estas nuevas regiones ampliadas cadenas de valor añadido.	Se espera que las estructuras regionales establecidas hasta ahora durante el período del proyecto sigan ampliando las áreas objetivo, añadiendo nuevas cadenas de valor y desarrollando productos y servicios nuevos y mejorados. Se espera que la organización líder de cada región promueva iniciativas de OVOP que contribuyan al desarrollo regional, fomentando al mismo tiempo la cooperación con las organizaciones pertinentes, especialmente en sus ámbitos de especialización. Es necesario un sistema de control y seguimiento periódico de las iniciativas regionales en su conjunto.
2. Las actividades OVOP se expanden a 10 provincias y 30 municipios.	3	Durante el período del proyecto, se iniciaron actividades de OVOP en ocho jurisdicciones de cinco provincias, y las estructuras provinciales avanzaron el despliegue horizontal. La provincia de Buenos Aires ha pasado de cuatro a nueve municipios, y la provincia de Catamarca se ha extendido a 12 municipios. La expansión a otras provincias aún no ha alcanzado la fase de desarrollo horizontal, aunque algunas provincias han manifestado su interés.	Es de esperar que el sistema de promoción de OVOP trabajado por el gobierno provincial se amplíe horizontalmente dentro de la provincia sobre la base del sistema de promoción de OVOP. Se espera que los esfuerzos de expansión dentro de una provincia estén dirigidos por organizaciones provinciales que puedan formular programas y proporcionar apoyo técnico en la provincia, y también es deseable el uso de documentos estratégicos. Por otro lado, debido a los cambios en la relación entre el gobierno central y los gobiernos locales, aún no se ha establecido un escenario de expansión más allá de las cinco provincias objetivo liderado por el nivel central. Con la intención de supervisar dicha expansión interprovincial, se propone que, además de la expansión a 10 provincias, se añada una expansión a 30 municipios y se promueva la cooperación con las organizaciones pertinentes de cada provincia.
3. 15 unidades productivas formalizadas.	3	El número de unidades de producción formalizadas se propuso en "15". Durante el período del proyecto, se formalizó el grupo guía de Guachipas, así como grupos de producción y venta de productos básicos en las provincias de Catamarca, Misiones y Buenos Aires, que recibieron formación para organizarse en previsión de la formalización.	Las unidades de producción cubiertas por OVOP son tan diversas como los productos básicos, y existen formas de formalización igualmente diversas. Aunque la organización y la formalización se plantearon inicialmente mediante intervenciones de organizaciones de nivel central (por ejemplo, el INAES), es más realista llevarlas a cabo con el apoyo de las organizaciones pertinentes de nivel provincial.
4. 30 nuevas unidades productivas creadas en las iniciativas asistidas por OVOP Argentina.	4	El número de nuevas unidades productivas apoyadas se propuso en 30. Durante el período del proyecto, se identificaron unidades productivas proveedoras de productos y servicios turísticos en las regiones seleccionadas, y se promovió su formación y capacitación, y de forma similar en las provincias de Buenos Aires y Catamarca, de reciente expansión.	Bajo las estructuras de promoción de OVOP formadas a nivel provincial, se espera identificar nuevas unidades productivas y fortalecer sus funciones y capacidades bajo el liderazgo de las organizaciones a cargo de los temas principales. La identificación de cadenas de valor agroecológicas alimentarias en Chaco y de unidades productivas relacionadas con el turismo en Salta, que se espera se expandan en el futuro, podría lograrse bajo las estructuras formadas hasta ahora.

Objetivo del Proyecto	Nivel Cum.	Resultados/avances finales	Proyección y expectativa
Desarrollar cadenas de valor inclusivas orientadas al mercado bajo el concepto OVOP Argentina.	4	Durante el período de ejecución del proyecto, éste creó oportunidades de colaboración entre los actores regionales a partir de los esfuerzos para fortalecer la cadena de valor regional de productos y servicios seleccionados en ocho jurisdicciones de cinco provincias, y apoyó los esfuerzos para promover OVOP con una conciencia de marca regional. Apoyó el uso de recursos regionales por parte de diversos actores de la región y promovió el apoyo a las unidades de producción que ofrecen productos y servicios regionales para mejorar sus capacidades de comercialización orientadas al mercado. Diferentes productos, mercados, capacidades de los actores involucrados y relaciones entre actores en diferentes regiones, y promovió la promoción de OVOP adaptada a cada región, fortaleciendo la cadena de valor regional con el valor agregado de las características regionales.	Durante el período del proyecto, se llevó a cabo una labor de divulgación simultánea a nivel central, provincial, local y de productores, y se constató que, teniendo como eje la estructura a nivel provincial, el apoyo a los niveles local y de productores resultaba eficaz para identificar y desarrollar mercados para los productos y servicios de las respectivas regiones, así como para apoyar a los agentes locales. Se constató que es eficaz construir y reforzar las cadenas de valor regionales mediante el establecimiento de un sistema de asociaciones público-privadas a nivel provincial y local y el desarrollo de los recursos humanos pueden constituir un mecanismo sobre el terreno capaz de promover OVOP, a partir del cual el apoyo a los productos y servicios puede dar lugar a iniciativas que impliquen a toda la región.
1. Más de 5 productos/servicios desarrollados bajo el concepto OVOP Argentina.	5	Durante el período del proyecto, se siguió prestando apoyo al desarrollo, la mejora, la promoción y la venta de productos y servicios seleccionados en ocho jurisdicciones: queso en Tandil (provincia de Buenos Aires); aceite de citronela y productos afines en El Soberbio (provincia de Misiones); rutas textiles y productos turísticos relacionados (provincia de Catamarca); productos turísticos y estaciones de paso en la ciudad de Guachipas (provincia de Salta); algodón agroecológico y productos culturales de la comunidad Qom (provincia de Chaco); y en tres zonas urbanas de Buenos Aires: turismo rural en la zona de Ministro Rivadavia del municipio de Almirante Brown, productos básicos agroecológicos en el municipio de Marcos Paz, y productos textiles principalmente de unidades de microproducción en el municipio de San Martín. Además, en la segunda mitad de la fase de implementación también se fortalecieron productos y servicios vinculados a la marca local, como la miel y los cuchillos en Tandil.	Los diferentes productos y regiones tienen diferentes mercados objetivo, y es importante que las unidades de producción y los grupos locales identifiquen sus propios objetivos de mercado, desarrollen y mejoren sus productos y servicios para ellos, y desarrollen su capacidad para responder continuamente a sus necesidades. El desarrollo de capacidades se ha puesto a prueba en algunas unidades de producción mediante estudios participativos de tendencias de mercado, ventas de demostración y sesiones informativas para intermediarios, y será necesario identificar métodos para apoyarlas a partir de estos estudios de casos.
2. Más de 3 productos incorporados a los mercados formales (local, provincial, regional y/o internacional).	4	Los productos y servicios de cada una de las ocho regiones objetivo recibieron apoyo para introducirse y promocionar sus productos y servicios en los mercados objetivo. Los mercados objetivo incluyeron el queso de Tandil, principalmente provincial y local; los productos relacionados con el aceite de citronela de El Soberbio, provincial y local; el aceite de citronela, en colaboración con los institutos de investigación estatales; la ruta textil de Belén, en relación con las rutas turísticas existentes y la estrategia turística provincial, además de los textiles de vicuña de alto valor añadido. Fortalecimiento de las ventas nacionales e internacionales; posicionamiento de Guachipas dentro de las rutas turísticas existentes y la estrategia de turismo provincial; algodón agroecológico y productos culturales Qom fortalecimiento de las ventas en zonas rurales y urbanas; turismo rural en Almirante Brown en centros provinciales y urbanos; productos agroecológicos en Marcos Paz en locales. Se apuntó y apoyó a los mercados locales de productos textiles, principalmente unidades de microproducción, en San Martín.	Diferentes productos y regiones tienen diferentes mercados objetivo, y es importante que las unidades productivas y los grupos locales tengan la capacidad de identificar sus propios objetivos de mercado, desarrollen y mejoren sus productos para satisfacer estos objetivos y responder continuamente a sus necesidades. En algunas unidades productivas se ha puesto a prueba el desarrollo de capacidades mediante estudios participativos de tendencias de mercado, ventas de demostración y sesiones informativas para intermediarios, y será necesario identificar métodos de apoyo a partir de estos estudios de casos.
3. Más de 3 productos con agregado de valor en origen	5	Entre los productos objetivo identificados se encontraban el queso de Tandil, los productos relacionados con el aceite de citronela de El Soberbio, el algodón agroecológico y los productos culturales Qom de Chaco, los productos agroecológicos de Marcos Paz y los textiles producidos por la red de San Martín. En los municipios de Tandil, El Soberbio y Marcos Paz, la incorporación de productos localmente relevantes bajo la marca local/cadena de valor regional formó una asociación que agregó valor tanto a los productos como a la región.	Todos los productos objetivo incorporaron características regionales como valor añadido, diferenciándolos de otros productos similares, pero con vistas a la creación de una marca regional, el proyecto apoyó la creación de valor añadido reforzando la historia del productor, los pensamientos del productor y la asociación con la cultura local, mejorando el producto hasta convertirlo en un producto arraigado localmente. El refuerzo de la cadena de valor local en las regiones destinatarias ha permitido añadir nuevas líneas de productos, diversificar los productos y ampliar las regiones destinatarias.
4. Más de 2 rutas turísticas valorizadas bajo el concepto OVOP Argentina.	5	Las tres rutas turísticas son la ruta textil en Belén, el producto turístico y puesto en Guachipas y el turismo rural en Ministro Rivadavia en el municipio de Almirante Brown. La ruta textil en el Departamento de Belén fue objeto de un estudio de factibilidad para la inscripción como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad de la costumbre de la vicuña silvestre con la UNESCO y el CFI (Consejo Federal de Inversión). En Guachipas, se promovió la formación de grupos de guías y la formación de tres rutas como principales sitios turísticos, mientras que la ruta de los Pueblos (Mágicos), implementada por la Dirección de Turismo de la Región de Salta con el BID, fue promovida como principal sitio turístico. El municipio de Almirante Brown ha desarrollado un sitio de turismo rural en la localidad de Ministro Rivadavia, que está unido por una ruta que se realizará como recorrido turístico. En otras zonas objetivo, los municipios orientados al producto de Tandil, El Soberbio y Marcos Paz trabajaron para aumentar la relevancia y la sinergia entre el desarrollo del turismo local y los productos.	Uno de los principales pilares de la estrategia OVOP es la utilización del potencial turístico, por lo que es importante apoyar el desarrollo de software y hardware que permitan promover las actividades turísticas utilizando los recursos locales, y construir un sistema de recepción de visitantes. Para comercializar la región como destino turístico atractivo, es importante adoptar un enfoque que abarque toda la región con una conciencia de la marca regional, y para ello es eficaz crear una base para el desarrollo regional utilizando OVOP. Es necesario formar un sistema de colaboración que promueva diversas iniciativas por parte de diversos agentes y suscite un mayor nivel de compromiso por parte de la región.
5. Más de 5 nuevos canales de comercialización creados.	4	Se apoyaron actividades específicas como la promoción de ventas en ferias/viajes familiares/actividades promocionales para cada uno de los productos y servicios objetivo, teniendo en cuenta los mercados objetivo: el queso de Tandil se dirigió a las grandes ciudades y a las ferias y turistas locales; los productos relacionados con el aceite de citronela de El Soberbio se dirigieron a los turistas de Puerto Iguazú y Posadas; la ruta textil de Belén para la Ruta Turística N° 40 y operadores turísticos provincial; los productos turísticos y el puesto de Guachipas para la Ruta Turística N° 68; el turismo rural de Almirante Brown para escuelas y capacitaciones corporativas; los productos agroecológicos de Marcos Paz para el turismo local y periférico; los textiles de San Martín se dirigieron al mercado local.	Al inicio del proyecto, salvo en el caso del queso de Tandil, los productos no se vendían como productos o servicios turísticos que no recibían visitantes, pero a través del proyecto se prestó apoyo para desarrollar nuevos canales de distribución. Muchas de las unidades de producción no se habían constituido como empresas en un principio o estaban formadas por empresarios individuales que trabajaban en grupo por primera vez, por lo que se necesitó apoyo desde las fases iniciales del negocio. La escala de producción y venta de productos y servicios era pequeña, por lo que se asesoramos a cada unidad de producción sobre el desarrollo de canales de distribución adecuados y prestamos apoyo con vistas a reforzar la capacidad de la unidad de producción para desarrollar mercados. Se aprovecharon las oportunidades para participar en ferias a nivel nacional y realizar ventas piloto y promoción para mercados fuera del país, como los productos de vicuña y miel.
6. Más de 5 iniciativas recibieron apoyo eficaz de programas del MDS y de otros organismos.	4	El apoyo del programa Banco de Herramientas del MDS central para proporcionar equipos sencillos a productores y empresarios individuales, se prestó asistencia en los departamentos de Belén, Catamarca (compra de equipos, etc. para pequeñas empresas relacionadas con la ruta textil) y El Soberbio, Misiones (equipos de destilación de aceite de citronela). Se han organizado otras ayudas para Tandil, Buenos Aires (equipamiento sencillo para grupo de cuchilleros). Otros apoyos por parte de organizaciones relevantes fueron: desarrollo de recursos humanos para apoyar la organización por parte del INAES (en las provincias de Catamarca y Misiones); apoyo a la Identificación Geográfica (IG) del queso en Tandil; investigación y desarrollo de recursos humanos para el registro de la ruta textil de Belén como patrimonio inmaterial por parte del CFI y la UNESCO; y Pueblos Mágicos del BID para el desarrollo de infraestructuras turísticas en Guachipas.	El cambio de gobierno en la administración central y los importantes recortes presupuestarios subsiguientes, entre otros factores, han dado lugar a reducciones significativas del apoyo de la administración central a las provincias, los grupos de producción y otras personas, y se prevé que los recortes presupuestarios y de personal de la administración central continúen más allá de 2025. Si bien se considera difícil continuar y ampliar los actuales programas de apoyo dirigidos desde el gobierno central a los grupos de producción, etc., para conseguir un gobierno más pequeño, el uso transversal de varios programas disponibles como enfoque territorial y vincularlo a un apoyo que contribuya a la realización de la visión regional. A nivel estatal, se espera que el apoyo a los grupos de producción y otros continúe con las estructuras de promoción de OVOP, en función de los respectivos recursos y estructuras disponibles.

Nivel de cumplimiento / estimado	5	Cumplido y avanzado más impacto que lo planeado
	4	Cumplido como planeado / esta cumpliendo
	3	Hay tareas para cumplir, y se puede cumplir si hay recursos y tiempo.
	2	No se ha cumplido algunos y necesita más esfuerzo
	1	Difícil para cumplir y se necesita consideración de ajuste del plan o aproximación

*Handwritten signature and initials.*

Resultados Esperados	Nivel Cum.	Resultados/avances finales	Proyección y expectativa
<b>RESULTADO 1: Se formula la estructura básica, el concepto y el plan para implementar OVOP Argentina.</b>	<b>4</b>	En la fase de planificación, se constituyó la Mesa de Articulación Territorial (MAT) como estructura de planificación de OVOP en Argentina y se elaboró un plan de acción. En la fase de ejecución, se prestó apoyo para reforzar la estructura de planificación, coordinación y ejecución para la promoción de OVOP. La formación de una estructura para la promoción continuada de OVOP una vez finalizado el proyecto se logró a nivel provincial y local. La provincia de Buenos Aires puso en marcha un programa para promover OVOP en cinco nuevos municipios, además de los cuatro que se habían incluido en el programa. En la provincia de Catamarca, la Unidad Ejecutora amplió el programa desde el Departamento de Belén a otros dos departamentos. En Chaco, el secretario de Emprendimientos Urbanos y Rurales y en Salta, la secretaria de Turismo iniciaron los preparativos para la expansión a otras regiones como organización técnica principal.	Durante la fase de ejecución, el proyecto apoyó el desarrollo de una estructura de ejecución, una visión y una estrategia a mediano y largo plazo, y un plan de acción a corto plazo y su aplicación, en función de la situación de cada jurisdicción, y promovió actividades de fomento del desarrollo regional acordes con el concepto de OVOP Argentina, basadas en los productos y servicios seleccionados. El apoyo a estas actividades específicas condujo al establecimiento de una estructura eficaz y realista y al desarrollo de capacidades. Los procedimientos y métodos se organizaron para permitir la introducción de OVOP con una estructura, un concepto y un plan de actividades flexibles, ya que cada región tiene diferentes oficinas principales, recursos disponibles y relaciones con las organizaciones pertinentes.
		1-1. Se establece el Equipo de Planificación que está conformado por funcionarios del gobierno nacional, provinciales y municipales.	En el último año de la fase de ejecución, la Subsecretaría de Innovación en Economía Solidaria de la SNAF, dependiente del MCH, se reorganizó como una organización C/P del anterior MDS a nivel central, y la persona responsable de OVOP permaneció en su puesto; el programa Potencial Trabajo se interrumpió y parte del personal que trabajaba en él se asignó temporalmente a OVOP. También se reestructuró la anterior Dirección Nacional de Proyectos Especiales y Cooperación Internacional y se suprimieron los Centros de Referencia (CDR) del MDS, que inicialmente se consideraban como coordinadores de las MAT.
		1-2. Se elabora el concepto y el plan para la implementación (los planes de acción) de OVOP Argentina en cada una de las jurisdicciones.	Basándose en los planes de acción preparados en febrero de 2021 para cada área objetivo, el MCH ha apoyado el desarrollo, la ejecución y el seguimiento de los planes de actividad anuales a partir de 2022. A nivel central, los planes de acción se elaboraron y aplicaron en el marco del MDS, mientras que en el marco del MCH se aplicaron los anteriores. En las zonas objetivo, apoyamos la reorganización de la estructura de ejecución en la que se identificaron los ministerios y oficinas dirigidos técnicamente de forma que se continuara, reforzara o ampliara la estructura anterior del MDS, en función de la situación de cada provincia.
<b>RESULTADO 2: Se fortalecen las capacidades de los actores del nivel nacional, provincial y local, que llevan adelante las actividades de OVOP Argentina.</b>	<b>5</b>	La estructura argentina de promoción de OVOP prevalece cuatro niveles –central, provincial, municipal/local y de productores– y apoyaba el fortalecimiento de la capacidad de los agentes activos en cada nivel. El fortalecimiento de capacidades en el nivel central se logró a través de la formación de grupos de trabajo y la colaboración con el personal desplegado en el marco del MDS-MCH; el fortalecimiento de la capacidad a nivel provincial a través de la implementación de MAT y otros planes de actividades, orientación y seminarios para los actores a nivel provincial, talleres y visitas individuales a nivel municipio y de productores, y el fortalecimiento de la capacidad a nivel provincial. La capacitación se llevó a cabo a través de programas de desarrollo de recursos humanos ejecutados por el sistema estatal. A algunos grupos de producción también se les ofrecieron oportunidades de aprendizaje a través de la experiencia práctica, como ventas reales y actividades de promoción como acciones piloto.	La promoción de OVOP requiere recursos humanos en varios niveles y la situación difiere de una jurisdicción a otra. Dentro del sistema de promoción de cada nivel, es necesario identificar los recursos humanos y ofrecer oportunidades para desarrollarlos mientras ejercen sobre el terreno, y es especialmente importante establecer un sistema de desarrollo de recursos humanos de este tipo a nivel estatal. Además, se espera que la provisión de oportunidades de intercambio y aprendizaje entre los promotores de OVOP que han recibido formación en Japón y en terceros países conduzca al desarrollo de recursos humanos con la expectativa de un desarrollo horizontal en el futuro.
		2-1. Se capacitan más de 100 actores (número real) del nivel nacional, provincial y local en la metodología OVOP.	Un total de 1.263 personas (20 sesiones) participaron en seminarios nacionales y temáticos sobre métodos de implementación de OVOP desde el inicio de la fase de implementación hasta diciembre de 2024. Además, 48 líderes centrales y regionales recibieron formación en Japón y terceros países.
		2-2. Se ponen a disposición programas y recursos (técnicos, financieros, humanos) del Ministerio de Desarrollo Social y de organismos nacionales para la implementación del proyecto OVOP Argentina.	Se realizó el seguimiento de las ayudas individuales de provisión de equipamiento simple a través del Banco de Herramientas del MDS implementadas hasta la fecha (en las provincias de Catamarca, Buenos Aires y Misiones) y de la elaboración de videos de información pública y otros materiales por parte del Departamento de Comunicación (en la provincia de Catamarca y Buenos Aires). Tras la reorganización de ministerios bajo la estructura del MCH, importantes recortes presupuestarios y de personal han provocado cambios en la política de apoyo a las provincias, no estando confirmada en la actualidad la continuidad de los programas y recursos de los organismos gubernamentales con los que se venía cooperando. A su vez, las provincias han fortalecido sus sistemas de implementación de OVOP con sus propias estructuras y programas, tal es el caso de Catamarca que
		2-3. Se realizan más de 50 capacitaciones/talleres/seminarios/asesoramientos brindados por especialistas y organismos.	El equipo del proyecto prestó apoyo a talleres y orientación técnica mediante visitas sobre el terreno del equipo del proyecto, orientación sobre seguimiento en línea y talleres y asesoramiento de miembros de las MAT y a agentes a nivel local. Entre el inicio de la fase de ejecución y diciembre de 2024, esto se hizo 691 veces para un total de 8.862 personas.
<b>RESULTADO 3: Se desarrollan, mejoran y promueven los productos y servicios de las iniciativas de OVOP Argentina.</b>	<b>4</b>	Las unidades de producción, las empresas individuales y los grupos locales recibieron el apoyo de la MAT y de la Oficina de Promoción de OVOP (Unidad Ejecutora) en las regiones objetivo para desarrollar y mejorar los productos, servicios y productos seleccionados relacionados con la cadena de valor local, mientras que en las provincias de Buenos Aires y Catamarca, se apoyó la ampliación del proyecto a otros municipios además de las regiones objetivo. Se apoyó la orientación técnica para el desarrollo y mejora de productos, el desarrollo de recursos humanos, el apoyo a la participación en eventos y ferias, y las actividades de promoción, a través de programas de apoyo nuevos y existentes promovidos por las estructuras de promoción a nivel estatal y local.	Es necesario incentivar a las unidades productivas y a los emprendedores locales a que sigan mejorando su capacidad de comercialización para desarrollar, mejorar y comercializar sus productos y servicios en el futuro, y es importante establecer un sistema a nivel provincial que pueda proporcionar dicho apoyo. Aunque un sistema a nivel municipal sería ideal, ya que está más cerca del campo, hay pocas personas que puedan proporcionar apoyo de comercialización a los productores al mismo nivel, y sería ideal que el negocio de la unidad de producción se desarrollara con el apoyo del nivel central, con coordinadores a nivel local y otras personas que mejoren su capacidad. El apoyo ya lo está brindando el sistema a nivel estatal, y es deseable que estos casos también sean monitoreados y evaluados por el centro, para poder extraer logros y lecciones y fortalecer la difusión y el desarrollo horizontal.
		3-1. Más de 5 iniciativas recibieron asistencia y/o apoyo de Proveedores de Servicios de Desarrollo de Negocios (BDS- P).	Las estructuras específicas de las regiones objetivo creadas y reforzadas durante la fase de ejecución proporcionaron apoyo para el desarrollo empresarial de las unidades de producción de productos y servicios seleccionados y de los productores relacionados con el concepto regional. Además de las ocho jurisdicciones seleccionadas, a partir de 2024 también se llevó a cabo la identificación de nuevas unidades de producción de productos y servicios, ya que la región se amplió para incluir nuevos municipios de las provincias de Catamarca y Buenos Aires. También se avanzó en la identificación de unidades productivas. Se brindó apoyo a las unidades productivas identificadas dentro del sistema estatal, lo que significa que se focalizaron más de cinco iniciativas.
		3-2. Más de 5 actividades de promoción y difusión.	Se brindó apoyo a nivel local, provincial y central para la promoción y difusión de los productos y servicios OVOP. A nivel local, se apoyó a grupos productivos individuales en su respectiva participación en ferias locales, tales como eventos locales en Almirante Brown y Marcos Paz, la Fiesta del Queso en Tandil, actividades piloto de marketing de El Soberbio en la capital provincial de la provincia de Misiones, actividades de promoción turística en Belén y se apoyaron otras participaciones. A nivel provincial, el MDS apoyó la instalación de un stand en la Fiesta del Pocho en Catamarca, actividades de promoción turística en Salta y la exposición en un evento gastronómico en Buenos Aires. No hubo actividades promocionales lideradas por el MDS central o el MCH, pero se apoyó la participación de actores locales de Guachipas, Belén, El Soberbio, Almirante Brown y Marcos Paz en la Expo Turismo (FIT), una actividad promocional a nivel nacional. En total, se llevaron a cabo más de cinco actividades promocionales diferentes.
		3-3. Más de 3 de las iniciativas mejoran su actividad productiva (mejora de la calidad, reducción del costo, y otros.)	La mejora de la productividad se supervisó a nivel de los productores de productos y servicios y de las unidades de producción con respecto a indicadores de actividad como el número de actividades, y se llevó a cabo una encuesta simple final. Las actividades económicas de las unidades de producción de las ocho jurisdicciones apoyadas siguieron recibiendo apoyo durante la crisis económica, lo que permitió a las empresas continuar sin detener sus actividades económicas. No se supervisaron los indicadores detallados relativos a la mejora de la calidad y las ventas en las unidades de producción individuales.
<b>RESULTADO 4: Se comparten las experiencias de las actividades OVOP Argentina para optimizar y expandir su implementación.</b>	<b>5</b>	Basándose en la experiencia de la fase de ejecución, se elaboró un Documento Estratégico y una Guía Metodológica práctica para organizar los conocimientos necesarios para continuar y ampliar la promoción de OVOP. Se previó que los destinatarios fueran los coordinadores y facilitadores de OVOP a nivel provincial y local, que complementarían el reforzamiento del sistema de promoción. A nivel central, se mantuvieron conversaciones con el Director General a cargo del MCH y otros para ayudar a organizar una política que incorpore otros programas de apoyo y otros en un enfoque territorial con vínculos efectivos, en medio de los recortes presupuestarios y de personal en curso en los ministerios centrales. A nivel provincial, las provincias de Catamarca y Buenos Aires apoyaron la difusión y expansión dentro de la provincia y llevaron a cabo un programa de desarrollo de recursos humanos para los coordinadores, utilizando documentos estratégicos y otros recursos. Durante la fase de implementación, los resultados y las lecciones aprendidas se llevaron a cabo tres veces en todas las regiones objetivo. Además, se preparó la visualización de los resultados y materiales de difusión, que se compartieron en toda la región a través de la web. El proyecto también apoyó la organización de un seminario regional de amplio alcance para dar a conocer la red de difusión en la región de América Latina y el Caribe.	En cuanto a la futura continuación y desarrollo horizontal de la promoción de OVOP, las estructuras a nivel provincial y local se han formado sobre la base de la situación real en las respectivas regiones objetivo y están listas para desarrollarse en la región, mientras que no se ha podido aclarar la local responsable de promover el desarrollo en otras provincias. Para aumentar el uso de la guía práctica preparada y promover el uso de materiales y otros materiales preparados durante la fase de implementación, la guía se puso a disposición en una página web creada de forma independiente. Se apoyó la formación de grupos para promover el intercambio y la colaboración entre promotores/coordinadores de OVOP, como las personas en formación, y se creó una base y se establecieron relaciones, pero el seguimiento constante y continuo será importante en el futuro. Estos intercambios y vínculos de personal también pueden promover la creación de redes simultáneamente dentro de cada provincia, a nivel nacional y a un nivel regional más amplio, en América Latina y el Caribe, y cabe esperar que se produzcan sinergias.
		4-1. Materiales preparados para la promoción del proyecto (manuales, videos, gacetillas, etc.).	En la preparación de material de promoción, el MDS-MCH elaboró el logotipo de OVOP Argentina y otros materiales, además de apoyar la elaboración de boletines informativos de forma irregular. Hasta la fecha, se ha prestado apoyo a la creación, presentación y distribución de Catálogos de Tesoros Locales en siete de las jurisdicciones, excluido el municipio de Gral. San Martín. Hasta la fecha se han elaborado 176 fichas de productores, que proporcionan apoyo promocional directo a los productores/grupos de productores. Se creó una plataforma web para dar a conocer los resultados del proyecto y se reforzaron los enlaces con el sitio a nivel provincial. En la creación de material publicitario, se rediseñó parcialmente el folleto de presentación de OVOP Argentina con el nuevo logotipo de la organización MCH.
		4-2. Cantidad de seminarios realizados para compartir información y difundir las actividades de OVOP.	En cuanto a la difusión de OVOP, se llevó a cabo a través de seminarios y talleres, tanto presenciales como en línea, en actividades a nivel central provincial y local. Como se mencionó anteriormente, hasta diciembre de 2024, se realizaron 20 seminarios para un gran número de personas, a los que asistieron 1.263 participantes. En particular, se celebraron seminarios nacionales en Buenos Aires en febrero de 2023 y en Belén, Catamarca, en junio de 2024, así como una sesión híbrida de intercambio de resultados en diciembre de 2024. En cuanto a talleres y tutorías, se celebraron 891 con un total de 8.862 participantes. Además, la primera serie de seminarios de área amplia entre países de América Latina y el Caribe (abril-julio de 2024) se celebró tres veces sobre seis temas, con un total de 266 participantes de los seis países en su conjunto, incluidos 106 de Argentina; la segunda serie comenzó en octubre de 2024 y continuará hasta finales de enero de 2025. La segunda serie se celebró tres veces, sobre tres temas diferentes. El proyecto también apoyó la organización de un seminario de amplio alcance en América Latina y el Caribe y una sesión de intercambio sobre estaciones de carretera e
		4-3. Números de cartas de intención firmadas para expandir la metodología de trabajo de OVOP Argentina	Con el objetivo de aprovechar el compromiso continuo con la difusión de OVOP, se alentaron las declaraciones formales de intención por parte de los municipios a través de declaraciones municipales o provinciales de difusión de OVOP en las provincias y en el municipio. A nivel municipal, se emitieron declaraciones de interés de OVOP en Tandil, Almirante Brown, El Soberbio, Marcos Paz y Guachipas. A nivel provincial, declaraciones y puesta en marcha de programas de promoción por parte del Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica de la Provincia de Buenos Aires, declaraciones de intención y puesta en marcha de la Unidad Ejecutora de Promoción de la OVOP en el Ministerio de Trabajo, Planificación y Recursos Humanos de la Provincia de Catamarca, declaración de cooperación entre organismos y declaración de intención de mayor efectividad por parte del ministerio de turismo y deporte de la Provincia de Salta, declaración de intención por parte de la Dirección de Turismo de la Provincia del Chaco, Declaración de Intenciones de la secretaria de Desarrollo Económico y asignación de un representante de la subsecretaría de Emprendimiento Urbano

For Paul





# RESUMEN DE RESULTADOS

## PROYECTO OVOP

Un pueblo, un producto Argentina

2019 - 2025



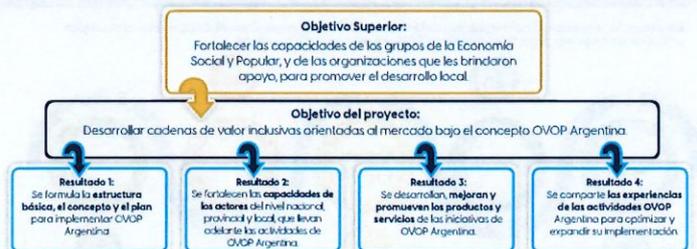
### Proyecto para el Desarrollo de Cadenas de Valor Inclusivas Orientadas al Mercado bajo el Concepto OVOP Argentina

El Proyecto para el Desarrollo de Cadenas de Valor Inclusivas Orientadas al Mercado bajo el Concepto OVOP Argentina (2019-2025) se ejecuta en conjunto con la Secretaría de Niñez, Adolescencia y Familia del Ministerio de Capital Humano (MCH), el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto (MRECIIC) y la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA).

El objetivo de OVOP Argentina como modelo de desarrollo local basado en las experiencias de Japón, es promover cadenas de valor territorial más inclusivas con la participación, articulación y autogestión de los actores locales y provinciales, aprovechando el potencial y las características únicas de los territorios, e incorporando el orgullo local como agente articulador. Se ejecutó en cinco diferentes provincias de Argentina: Buenos Aires, Catamarca, Chaco, Misiones y Salta.

### Marco Lógico del Proyecto

La PDM (Project Design Matrix) es la Matriz que condensa el marco lógico con el que fue formulado el proyecto para la planeación de acciones y el seguimiento de resultados.

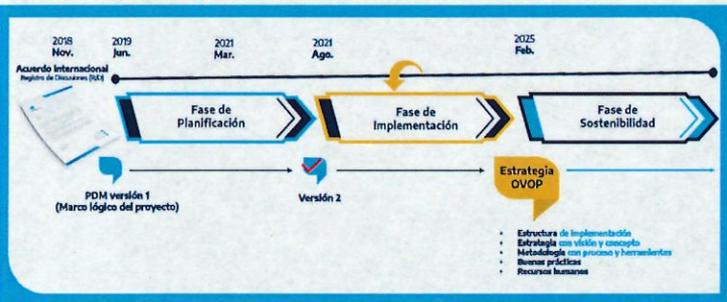


PDM Versión 2



### Fases del Proyecto

Durante el proyecto de cooperación técnica, se desarrollaron dos fases del Proyecto OVOP Argentina, como se muestra en el gráfico. Se espera que, una vez terminada la asistencia técnica de JICA, se inicie la fase de sostenibilidad de OVOP Argentina ampliando su alcance con su estrategia creada.



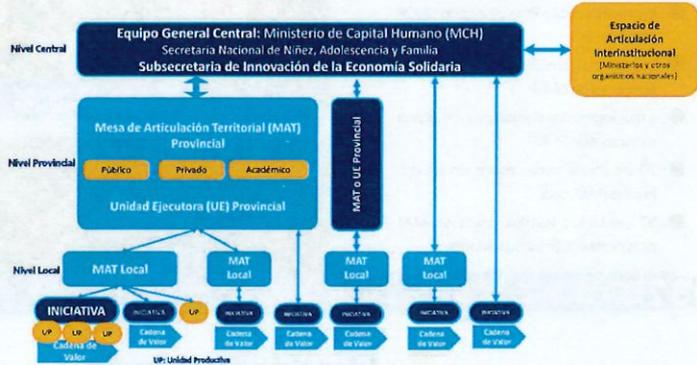
### Cobertura del Proyecto

El proyecto ha trabajado en 8 jurisdicciones de 5 provincias, con "un producto" con visión de desarrollo local e identidad gráfica OVOP en algunos casos.



### Estructura de Implementación

El proyecto se ha implementado con esta estructura desde nivel nacional y provincial hasta el nivel local con acompañamiento del equipo técnico de la JICA.



### Resultados de capacitación

Durante del fase de implementación (agosto 2021 hasta diciembre 2024), los resultados de acciones en tema de capacitación son los siguientes:



## Documento Estratégico

Se construyó un documento estratégico que contiene todos los conceptos de OVOP desde su origen en Japón, la metodología OVOP Argentina por pilares, los pasos o etapas de aplicación, los casos de estudio de Japón y la experiencia de las 5 provincias que hicieron parte del proyecto.

Además, como anexos hay 15 guías metodológicas elaboradas por los expertos de cada uno de los 4 Pilares, para la implementación de acciones enmarcadas en el desarrollo local bajo la filosofía Un Pueblo, Un Producto.



## Cadena de Valor de Productos Locales



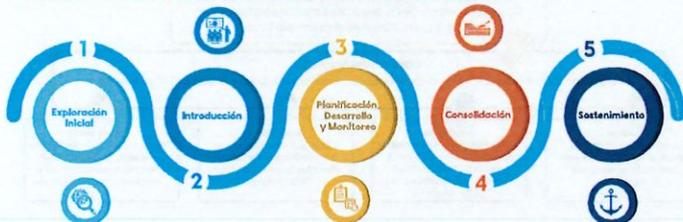
- 1,716 productores locales vinculados
- 365 unidades productivas vinculadas
- 42 líneas de productos gestionados
- 20 líneas de productos vendidos/promocionados en nivel nacional
- 20 líneas de productos vendidos/promocionados en nivel internacional
- 3 acciones realizadas en tema de análisis de mercado
- 1 acción realizada en tema de desarrollo de mercado

**185** fichas de productores elaboradas



## 5 Pasos para la implementación de OVOP Argentina

De acuerdo a la experiencia aplicada del Proyecto OVOP en Argentina, el documento estratégico propone cinco pasos para implementar OVOP en nuevas jurisdicciones.



36 Hojas de experiencias imperdibles / tours modelos locales elaborados



## Cadena de Valor de Turismo



- 88 Experiencias documentadas y evaluadas
- 17 Puntos turísticos potenciales identificados
- 22 Actividades de promoción turística a nivel provincial
- 10 Actividades de promoción turística a nivel nacional
- 1 Dirección de Turismo Municipal creada
- 1 Plan de Promoción Turística desarrollado o en proceso
- 1 Operador Turístico habilitado
- 16 familias incorporadas a la cadena de valor turística

## Participación, Inclusión y Autogestión



- 5 provincias con Plan de Acción OVOP elaborados
- 19 municipios con Plan de Acción OVOP elaborados
- 3 provincias con declaración de interés provincial de OVOP
- 6 municipios con declaración de interés municipal de OVOP
- 191 personas involucrados en grupos locales/MAT local
- 57 personas involucrados en MAT provincial/estructura provincial



Capacitación Provincia de Catamarca  
Noviembre de 2024



Capacitación Provincia de Buenos Aires  
Diciembre de 2024

**182** coordinadores/facilitadores/líderes comunitarios/referentes formados

## Identidad y Orgullo

Se diseñaron **8** sellos OVOP.



- Se identificaron 1.738 recursos locales (RL)
- Se llevaron a cabo 13 talleres de descubrimiento de recursos locales
- Se crearon 7 mapas de tesoros locales
- Se desarrollaron 18 banners promocionales de la iniciativa
- Se adoptaron 3 lemas.

Se elaboraron **7** catálogos de tesoros locales



Para más información:

<https://ovopargentina.info/>

*we 7a*

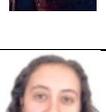


Un pueblo,  
un producto  
Argentina

添付資料14  
本邦研修 研修員リスト

## Capacitación en Japón 2024

### Lista de Participantes

1		<b>Milagros</b> González ミラグロス・ゴン ザレス	Directora de Seguimiento de Programas de Integración, Subsecretaría de Innovación en Economía Solidaria, Ministerio de Capital Humano
2		<b>Agustina</b> Sosa アグスティーナ・ ソサ	Técnica de Coordinación de Políticas Socio Productivas, Subsecretaría de Innovación en Economía Solidaria, Ministerio de Capital Humano
3		<b>Mariela</b> Bembi マリエラ・ベンビ	Subsecretaria de Industria y Pymes, Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica, Provincia de Buenos Aires
4		<b>Lucrecia</b> Ballesteros ルクレシア・バシ エステロス	Técnico Profesional en Turismo, Dirección de Turismo, Municipio de Tandil
5		<b>Ignacio</b> Jawtuschenko イグナシオ・ハウ トゥシェンコ	Secretario, Secretaría de Extensión y Bienestar, Universidad Nacional de Guillermo Brown, Almirante Brown
6		<b>Erica</b> Cabrera エリカ・カブレラ	Subsecretaría de Relaciones Internacionales, Municipio de Marcos Paz
7		<b>Alejandro</b> Tsolis アレハンドロ・チ ヨリス	Secretario de Producción y Desarrollo Económico, Municipalidad de San Martín
8		<b>Cristian</b> Yapura クリスティアン・ ヤプura	Intendente, Municipalidad de Belén, Catamarca
9		<b>Erica</b> Inga エリカ・インガ	Intendente, Municipalidad de Santa María, Catamarca
10		<b>Natalia</b> Arroyo Pacheco ナタリア・アロヨ・ パチェコ	Subsecretaría de Inclusión en el Mundo Laboral, Ministerio de Trabajo, Planificación y Recursos Humanos, Catamarca
11		<b>Sofía</b> Cardozo ソフィア・カルド ソ	Vocal, Consejo de Administración, Fundación Dr. Ramón Carillo, Chaco
12		<b>Emiliano</b> Díaz エミリアーノ・デ ィアス	Asesor del Vicegobernador de la Provincia de Misiones
13		<b>Julia</b> López フリア・ロペス	Supervisor del Área de Cooperación Internacional, Gobierno de Salta

## Contacto de Emergencia

1		Takashi AOKI	Jefe, Equipo técnico de JICA
2		Mayumi MATSUI	Experta en cadena de valor, Equipo técnico de JICA
3		Yoshimi SUGANO	Coordinador (español), JICA
4		Miyuki MASUZAWA	Coordinadora (español), JICA
5		Shiori AOYAMA	Oficial de Programa, Equipo 2, Grupo de Desarrollo del Sector Privado, Departamento de Desarrollo Económico, JICA
6		Tsutayo KIMIZU	Centro de JICA Hokuriku
7		Claudia SHINZATO	Responsable Área Cooperación Técnica, JICA Oficina en Argentina
8		Cynthia N. GÓMEZ	Oficial de programa, JICA Oficina en Argentina

## 参加者リスト

※下線は呼び名

1		<b>Milagros González</b> <u>ミラグロス</u> ・ゴンザレス	人的資本省 連帯経済革新副局 統合プログラム監視部長
2		<b>Agustina Sosa</b> <u>アグスティーナ</u> ・ソサ	人的資本省 連帯経済革新副局 社会生産政策調整担当官
3		<b>Mariela Bembi</b> <u>マリエラ</u> ・ベンビ	ブエノスアイレス州 生産・科学・技術革新省 産業・中小企業次官
4		<b>Lucrecia Ballesteros</b> <u>ルクレシア</u> ・バシエステロス	タンディル市 観光局 生産開発・国際関係事務部 観光専門技術者
5		<b>Ignacio Jawtuschenko</b> <u>イグナシオ</u> ・ハウトゥシェンコ	ギジェルモ・ブラウン国立大学 エクステンション・福祉事務局 秘書
6		<b>Erica Cabrera</b> <u>エリカ</u> ・カブレラ	マルコス・パス市 国際関係事務局
7		<b>Alejandro Tsois</b> <u>アレハンドロ</u> ・チョリス	サン・マルティン市 生産・経済開発長官
8		<b>Cristian Yapura</b> <u>クリスティアン</u> ・ヤブラ	カタマルカ州 ベレン市長
9		<b>Erica Inga</b> <u>エリカ</u> ・インガ	カタマルカ州 サンタ・マリア市長
10		<b>Natalia Arroyo Pacheco</b> <u>ナタリア</u> ・アロヨ・パチェコ	カタマルカ州 労働・計画・人的資源省 労働包摂副局
11		<b>Sofía Cardozo</b> <u>ソフィア</u> ・カルドン	チャコ州 ラモン・カリージョ財団 理事会メンバー
12		<b>Emiliano Díaz</b> <u>エミリアーノ</u> ・ディアス	ミシオネス州 副知事顧問
13		<b>Julia López</b> <u>フリア</u> ・ロペス	サルタ州 国際関係分野責任者

## 同行者

1		青木孝	アイ・シー・ネット株式会社 コンサルタント JICA アルゼンチン一村一品事業 総括
2		松井真由美	アイ・シー・ネット株式会社 コンサルタント JICA アルゼンチン一村一品事業 バリューチェーン構築担当
3		菅野喜巳	JICA スペイン語研修監理員（通訳）
4		増澤みゆき	JICA スペイン語研修監理員（通訳）



Un pueblo,  
un producto  
Argentina

添付資料15  
本邦研修 日程表





# OVOP Argentina

Capacitación en Japón 2024

## Objetivos de la capacitación

- **Continuidad de OVOP:** Mejorar la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.
- **Fortalecimiento del sistema:** Reforzar la implementación a nivel local y provincial.
- **Impacto de OVOP:** Incrementar el impacto con un enfoque orientado a objetivos.

## Grupo objetivo

- Representantes oficiales de la MAT provincial/municipal involucrados en iniciativas OVOP.
- Miembros del Proyecto OVOP Argentina a nivel nacional con un rol activo en su implementación.
- Participantes comprometidos con el desarrollo local y la promoción de OVOP en sus comunidades.

## Expectativas, resultados esperados y deberes:

- **Informe inicial:** Presentar el perfil del participante y el plan de acción de la MAT en una sesión virtual previa.
- **Informe final:** Reflexionar sobre el conocimiento adquirido y mostrar cómo se aplicará al plan de acción o trabajo en su región para liderar las iniciativas de OVOP.
- **Transferencia de conocimientos:** Compartir los aprendizajes adquiridos durante la capacitación en Argentina, para fortalecer su propio liderazgo en la promoción de OVOP en sus respectivas regiones.

## Puntos para tener en cuenta

- Hacer una revisión previa del itinerario y los materiales del día siguiente cada día.
- Puntualidad estricta. La hora de encuentro significa la hora de salida.
- Usar calzado cómodo para caminar.

---

## Vuelo a Japón

<b>Nº de vuelo:</b>	EK0248 (Emirates Airlines)
<b>Salida:</b>	Buenos Aires Ezeiza, 22:30pm (23 sep) (hora local)
<b>Llegada:</b>	Dubai International, 00:30am (25 sep) (hora local)
<b>Duración estimada del vuelo:</b>	17h00m
<b>Nº de vuelo:</b>	EK0318 (Emirates Airlines)
<b>Salida:</b>	Dubai International, 02:40am (25 sep) (hora local)
<b>Llegada:</b>	Tokyo Narita, 17:35pm (25 sep) (hora local)
<b>Duración estimada del vuelo:</b>	10h00m

- **Dirección en Japón:** Hotel Via Inn Iidabashi Korakuen (4-11 Shin Ogawa-cho, Shinjuku-ku, Tokyo, 162-0814 Japan) (Es posible que se lo pregunten en inmigración)
- El **Sr. Aoki** y un conductor de autobús con un cartel de **JICA** les estarán esperando en la puerta de llegada.
- Por favor, cambie a **yenés japoneses** y compre una **tarjeta SIM** en el aeropuerto.

## Día 1: jueves 26 de septiembre, Orientación

### Objetivos:

- Realizar orientación del programa general y hacer las presentaciones de los informes iniciales con detalle.

### Asuntos importantes:

- Preparar la presentación del **Informe Inicial**.

Hora	Lugar	Actividad	Conferencista
8:40	Vestíbulo	Encuentro en el vestíbulo del hotel (autobús)	
9:30-12:00	JICA Tokio SR411	<b>Sesión informativa</b>	<b>Responsable</b> (JICA Tokio)
	JICA Tokio	Almuerzo	
13:30		Salida a JICA Ichigaya (autobús)	
14:00-16:30	JICA Ichigaya 202B	<b>Ceremonia de apertura / Presentación del informe inicial / Orientación</b>	<b>Takashi AOKI</b> (OVOP Argentina)
16:40		Salida (autobús)	
16:45		Vuelta al hotel	

## Día 2: viernes 27 de septiembre, Visita al pueblo de Sakai

### Objetivos:

- Visitar y conocer iniciativas en ciudades regionales que tienen una larga historia de diplomacia con Argentina y que han logrado resultados notables en el desarrollo local.

### Asuntos Importantes:

- Vestir ropa adecuada para la **Visita de Cortesía**.
- Hacer el check-out del hotel Via Inn Iidabashi Korakuen por la mañana y enviar una maleta a Kanazawa. A la vuelta, se llegará al lugar de alojamiento de JICA Tokio.

Hora	Lugar	Actividad	Conferencista
7:40	Vestíbulo	Encuentro en el vestíbulo del hotel (autobús)	
9:30-11:00	Ayuntamiento de Sakai	<b>Visita de Cortesía al intendente de Sakai, Historia de la amistad entre Sakai y Argentina</b>	<b>Masahiro HASHIMOTO</b> (Intendente de Sakai)
11:15-12:15		<b>Desarrollo regional dirigido por empresas comerciales locales</b>	<b>Tomitaro NOGUCHI</b> (Director representante, Corporación para el Desarrollo de la Ciudad de Sakai)
12:15-13:00		Almuerzo	
13:10-16:00	Pueblo de Sakai (A definir)	<b>Visitas al pueblo (paseo en autobús automático, visita al centro de control remoto (Senec Co.), Sala Montenegro, instalaciones deportivas, etc., S-Lab (1º - 4º), S-Brand (cafetería de batatas secas), Michi no Eki Sakai)</b>	<b>Hiroki FUJII</b> (Oficial, División de Desarrollo Local, Departamento de Planificación, Pueblo de Sakai)
16:10		Salida (autobús)	
18:30		Vuelta a JICA Tokio	

## Día 3: sábado 28 de septiembre, EXPO Turismo Japón

### Objetivos:

- Visitar y conocer la Expo Turismo Japón, una de las mayores exposiciones del sector turístico en Asia, que atrae a 50,000 visitantes al día en el mayor centro de exposiciones de Japón, con la participación de expositores de ciudades de todo el mundo.

Hora	Lugar	Actividad	Conferencista
8:40	Vestíbulo	Encuentro en el vestíbulo del hotel (tren)	
10:00-12:00	Tokyo BIG SIGHT	<b>EXPO Turismo Japón</b>	-
12:15		Salida (tren)	
13:30		Vuelta a JICA Tokio	

## Cuestionario 1 (Fecha límite: 30 de septiembre)

- <https://forms.gle/HLXzz4tfFktyZYyF6>

## Día 4: domingo 29 de septiembre, Traslado a Kanazawa

Hora	Lugar	Actividad	Conferencista
10:10	Vestíbulo	Salida de JICA Tokio (autobús)	
11:24-14:17		<b>Shinkansen (tren rápido) Hakutaka No. 561 De Tokio a Kanazawa</b>	
14:30		Llegada al Kanazawa Manten Hotel	

## Día 5: lunes 30 de septiembre, Visita a la ciudad de Nanao

### Objetivos:

- Visitar y conocer iniciativas en una ciudad de tamaño medio, rica en productos locales tanto de la montaña como del mar, que también cuenta con una industria textil destacada como parte de su industria local.

Hora	Lugar	Actividad	Conferencista
8:10	Vestíbulo	Encuentro en el vestíbulo del hotel (autobús)	
10:00-12:00	Corporación Misogigawa	<b>Movimiento de desarrollo comunitario dirigido por los ciudadanos de la ciudad de Nanao</b>	<b>Nami MORIYAMA</b> (Directora Representante, Misogigawa Co.)
	Mercado del Festival Gastronómico de Noto	Almuerzo	
13:30-14:45	Museo Satoyama Satoumi de Noto	<b>Museo Satoyama Satoumi de Noto</b>	<b>Mutsumi TOKOBO</b> (Conservadora, Museo Satoyama Satoumi de Noto)
14:50		Salida al laboratorio (autobús)	
15:15-16:30	Laboratorio Textil de Noto	<b>Laboratorio Textil de Noto</b>	<b>Seigo FURUSAWA</b> (Sección de Orientación, Asociación de Promoción Textil de Noto)

Hora	Lugar	Actividad	Conferencista
16:40		Salida a michi no eki (autobús)	
17:10-18:00	Michi no Eki Noto Chirihama	<b>Michi no Eki Noto Chirihama</b>	<b>Responsable</b> (Michi no Eki Noto Chirihama)
18:10		Salida (autobús)	
19:00		Vuelta al hotel	

## Día 6: martes 1 de octubre, Políticas de Ishikawa

### Objetivos:

- Participar en una conferencia sobre el desarrollo de los recursos humanos turísticos en Kanazawa, impartida por un profesor especializado en turismo.
- Escuchar una conferencia sobre las políticas de desarrollo local que utilizan productos locales de Ishikawa, presentada por un funcionario del Gobierno de la Prefectura de Ishikawa.

Hora	Lugar	Actividad	Conferencista
9:00-10:30	Sala de reunión, Kanazawa Manten Hotel	<b>Desarrollo de los recursos humanos del turismo local en la prefectura de Ishikawa</b>	<b>Asami SHIKIDA</b> (Profesor, Escuela de Ciencia y Tecnología Avanzadas, Instituto Avanzado de Ciencia y Tecnología de Japón)
10:30-12:00		<b>Política de desarrollo local de la prefectura de Ishikawa</b>	<b>Hiroki TERANISHI</b> (Director de la División de Política Industrial del Departamento de Comercio, Industria y Trabajo de la Prefectura de Ishikawa)
12:00-12:30		<b>Preparación del plan de acción</b>	<b>Takashi AOKI</b> (OVOP Argentina)

## Cuestionario 2 (Fecha límite: 3 de octubre)

- <https://forms.gle/j5awK9wLeinCVANJ6>

## Día 7: miércoles 2 de octubre, Visita al pueblo de Ikeda

### Objetivos:

- Entender la política de desarrollo local del pueblo de Ikeda, donde aprovecha sus recursos locales y apoyo desarrollo de nuevos productos locales, y varios ejemplos de acciones concretas.

### Asuntos Importantes:

- Vestir ropa adecuada para la **Visita de Cortesía**.
- Se compartan sus habitaciones con 2-3 personas en Hotel tradicional "Kanmuri-so".

Hora	Lugar	Actividad	Conferencista
7:50	Vestíbulo	Encuentro en el vestíbulo del hotel (autobús)	
10:00-11:30	Centro de desarrollo del pueblo de Ikeda	<b>Visita de cortesía al teniente de intendente Ikeda, visión general del pueblo de Ikeda</b>	<b>Jun MIZOGUCHI</b> (Teniente de Alcalde, Ayuntamiento de Ikeda) <b>Hiroshi MIYASHITA</b> (Sección de Administración y Finanzas, Ayuntamiento de Ikeda)
11:30		Camino a machi no eki	
11:40-13:10	Kotte-kote Ikeda	<b>"Machi" no Eki Kotte-kote Ikeda, Almuerzo</b>	<b>Hiroshi MIYASHITA</b> (Sección de Administración y Finanzas, Ayuntamiento de Ikeda)

Hora	Lugar	Actividad	Conferencista
13:10		Camino a la corporación agrícola	
13:20-14:50	Corporación Agrícola Ikeda	<b>Corporación Agrícola de Ikeda</b>	<b>Hiroshi MIYASHITA</b> (Sección de Administración y Finanzas, Ayuntamiento de Ikeda)
14:50		Camino a Shoku-labo	
15:00-16:30	Shoku-kabo	<b>Instalación de la investigación para el procesado de alimentos "Shoku-labo"</b>	<b>Hiroshi MIYASHITA</b> (Sección de Administración y Finanzas, Ayuntamiento de Ikeda)
16:40		Salida (autobús)	
16:50		Llegada al Hotel Kanmuri-so	

## Día 8: jueves 3 de octubre, Visita al pueblo de Ikeda

### Objetivos:

- Entender la política de desarrollo local del pueblo de Ikeda, donde aprovecha sus recursos locales y apoyo desarrollo de nuevos productos locales, y varios ejemplos de acciones concretas.

Hora	Lugar	Actividad	Conferencista
9:00	Vestíbulo	Encuentro en el vestíbulo del hotel (autobús)	
9:30-11:30	Árbol Picnic Aventura Ikeda	<b>Árbol Picnic Aventura Ikeda</b>	<b>Ryoji YAMADA</b> (Encargado de formación, Árbol Picnic Aventura Ikeda)
11:30		Salida a la Granja Komunita (autobús)	
11:40-13:20	Granja Komunita	<b>Granja Komunita, Almuerzo</b>	<b>Mikako SAWAZAKI</b> (Asociación Cooperativa Agrícola Desarrollo de Recursos Rurales Comunidad Granja Komunita)
13:20		Salida a Wood-labo Ikeda (autobús)	
13:30-15:00	Wood-labo Ikeda	<b>Wood-labo Ikeda</b>	<b>Hiroshi MIYASHITA</b> (Sección de Administración y Finanzas, Ayuntamiento de Ikeda)
15:10		Salida a la tienda antena (autobús)	
16:00-16:30	Koppoi-ya	<b>Tienda antena de Ikeda "Koppoi-ya"</b>	<b>Hiroshi MIYASHITA</b> (Sección de Administración y Finanzas, Ayuntamiento de Ikeda)
16:40		Salida (autobús)	
18:10		Llegada al Kanazawa Manten Hotel	

## Cuestionario 3 (Fecha límite: 6 de octubre)

- <https://forms.gle/bE4Y6rhYwCpvCWnx8>

## Día 9: viernes 4 de octubre, Taller de Manejo de Ciclo de Proyecto (PCM)

### Objetivos:

- Entender teoría de PCM (Manejo de Ciclo del Proyecto) / marco lógico del proyecto, para aplicar a planificación y mejoramiento de su plan de acción/trabajo.

### Asuntos Importantes:

- Traer una computadora portátil (laptop).

Hora	Lugar	Actividad	Conferencista
8:15	Vestíbulo	Encuentro en el vestíbulo del hotel (autobús)	
8:30-15:30	Sala 204, Plaza de los Trabajadores de Kanazawa	<b>Sesión de creación del plan de acción (PCM)</b>	<b>Madoka NAKAGAWA</b> (Consultor, IC Net Limited) <b>Takashi AOKI</b> (OVOP Argentina)
15:45		Vuelta al hotel	

## Día 10: sábado 5 de octubre, Traslado a Tokio

Hora	Lugar	Actividad	Conferencista
10:00	Vestíbulo	Salida del Kanazawa Manten Hotel	
10:58-13:52		<b>Shinkansen (tren rápido) Hakutaka No. 560 De Kanazawa a Tokio</b>	
15:00		Llegada a JICA Tokio (tren)	

## Día 11: domingo 6 de octubre, Día libre

## Día 12: lunes 7 de octubre, Visita al barrio de Toshima

### Objetivos:

- Entender una política y actividades para desarrollo local de barrio de Toshima, uno de distritos especiales de la prefectura Tokio, donde se ubica parte urbana de Tokio área.

### Asuntos Importantes:

- Vestir ropa adecuada para la **Visita de Cortesía**.

Hora	Lugar	Actividad	Conferencista
9:10	Vestíbulo	Encuentro en el vestíbulo del hotel (autobús)	
10:00-10:45	Ayuntamiento de Toshima	<b>Administración municipal hacia una ciudad cultural internacional/ciudad modelo de los ODS</b>	<b>A definir</b> (Barrio de Toshima)
10:45-11:30		<b>Ejemplos de desarrollo de ciudades mediante la cooperación público-privada</b>	<b>Akira NAKAJIMA</b> (Director Jefe, Renova Ring Co.)
11:30-13:45	IKEBUS y Nishiike Mart	<b>Paseo en IKEBUS y visita a Nishiike Mart, Almuerzo</b>	<b>Koichi HIKAMIYAMA</b> (Director Representante, Sheena Town Co.)
13:45-15:00	Sheena e Ippei	<b>Casos de iniciativas de desarrollo</b>	

Hora	Lugar	Actividad	Conferencista
		<b>local mediante la vitalidad del sector privado / Casos de utilización de recursos locales</b>	
15:40		Salida a la embajada (autobús)	
16:30-17:30		<b>Visita de cortesía a la Embajada de Argentina</b>	<b>H.E. Rubén Eduardo Miguel Tempone</b> (Embajador, Embajada de Argentina en Japón) <b>Renato Iván Agustín Morales</b> (Secretario, Embajada de Argentina en Japón)
17:30		Salida (autobús)	
18:00		Llegada a JICA Tokio	

## Cuestionario 4 (Fecha límite: 8 de octubre)

- <https://forms.gle/S7f4SdXwqERgU7pT8>

## Día 13: martes 8 de octubre, Presentación de Plan de Acción

### Objetivos:

- Realizar presentaciones de los planes de acción de los participantes del programa y tener comentarios para mejoramiento de sus planes de trabajo/acción.

### Asuntos Importantes:

- Preparar la presentación del **Plan de Acción**.
- Vestir ropa adecuada para la **Entrega de Certificados**.

Hora	Lugar	Actividad	Conferencista
9:00-15:30	Sala SR404, JICA Tokio	<b>Presentación de planes de acción</b>	<b>Takashi AOKI</b> (OVOP Argentina) <b>Asami SHIKIDA</b> (Profesor, Escuela de Ciencia y Tecnología Avanzadas, Instituto Avanzado de Ciencia y Tecnología de Japón)
16:00-16:30		<b>Reunión de evaluación</b>	<b>Responsable</b> (Departamento de Desarrollo Económico, JICA)
16:30-17:00		<b>Ceremonia de entrega de certificados</b>	<b>Keiji ISHIGAME</b> (Jefe, Grupo de Sector Privado, Departamento de Desarrollo Económico, JICA)

## Día 14: miércoles 9 de octubre, Día libre

## Día 15: jueves 10 de octubre, Vuelo de regreso a Argentina

<b>XX:XX</b>	Encuentro en el vestíbulo de JICA Tokio para salida al aeropuerto (autobús)
<b>Nº de vuelo:</b>	EK0319 (Emirates Airlines)
<b>Salida:</b>	Tokyo Narita, 22:30pm (10 oct) (hora local)
<b>Llegada:</b>	Dubai International, 04:50am (11 oct) (hora local)
<b>Duración estimada del vuelo:</b>	10h00m
<b>Nº de vuelo:</b>	EK0247 (Emirates Airlines)
<b>Salida:</b>	Dubai International, 08:05am (11 oct) (hora local)
<b>Llegada:</b>	Buenos Aires Ezeiza, 20:55pm (11 oct) (hora local)

<b>Duración estimada del vuelo:</b>	17h00m
-------------------------------------	--------

## Retroalimentación Virtual: miércoles 30 de octubre

### Objetivos:

- Presentar lo aprendido en la capacitación en Japón a los funcionarios de OVOP Argentina, a los miembros del MAT, a otros funcionarios de su institución, a los productores, etc.
- Presentar y supervisar el progreso del Plan de Acción.

Hora	Actividad	Responsable
<b>Hora de inicio:</b> A definir 10min	<b>Palabras de bienvenida, Introducción</b>	<b>A definir</b> <b>Takashi AOKI (OVOP Argentina)</b>
130min	<b>Progreso del Plan de Acción</b>	<b>13 participantes de la capacitación en Japón</b>
10min	<b>Resumen</b>	<b>A definir</b> <b>Takashi AOKI (OVOP Argentina)</b>



Un pueblo,  
un producto  
Argentina

添付資料16  
コロンビア第三国研修  
研修員リスト

## Participantes

#	Nombre y Apellido	#	Nombre y Apellido
1	 <p><b>Laureano García</b> Dirección General De Proyectos Especiales Y Cooperación Internacional – Ministerio de Desarrollo Social de Nación (MDS)</p>	6	 <p><b>Ademar Galiano</b> Grupo de Productores de El Soberbio (Provincia de Misiones)</p>
2	 <p><b>Paula Elena Leonfanti</b> Secretaría de Economía Social Ministerio de Desarrollo Social de Nación (MDS)</p>	7	 <p><b>Beatriz Ciales</b> Ministerio de Turismo y Deportes (Provincia de Salta)</p>
3	 <p><b>Agustina Miqueo</b> Clúster Quesero Tandil (Provincia de Buenos Aires)</p>	8	 <p><b>Laura Colque</b> Dirección De Producción E Industrias Del Turismo Municipio de Almirante Brown (Provincia BA/GBA)</p>
4	 <p><b>Estefanía Akike</b> Dirección Nacional de Gestión De Centros De Referencia (Provincia de Catamarca)</p>	9	 <p><b>Micaela Escandar</b> Coordinadora de Educación Ambiental y Agroecología Municipio e Marcos Paz (Provincia BA/GBA)</p>
5	 <p><b>Rocío Belén Domínguez</b> Ministerio De Desarrollo Social De La Provincia (Provincia de Chaco)</p>	10	 <p><b>Nora Eliana Maglio</b> Directora de comercialización Asociativa Municipio de San Martín (Provincia BA/GBA)</p>



Un pueblo,  
un producto  
Argentina

添付資料17  
コロンビア第三国研修  
日程表

## Curso para OVOP Argentina basado en las experiencias de OVOP Colombia

Dentro del marco del proyecto de OVOP Argentina

Actualizado: 1 de julio 2023

#	Fecha	Día	Inicio	Fin	Actividad	Contenido	Responsable/Contacto	Observaciones
0	2023/6/29	JUE.	10:00	12:00	Sesión Preliminar	Bienvenida e Introducción del Curso (JICA, MDS) Autopresentación de Participantes Presentación de Informes Iniciales Orientación y Recomendaciones del Curso	Equipo JICA-MDS (Aoki, Diana) (Cynthia-JICA, Marilu-MDS)	Instrucción sobre informes iniciales Presentaciones PPT Programar Sesión Zoom e invitaciones Documento de orientación
1	2023/7/5	MIÉ.	4:00	5:00	Check in	Check in y realización de Proceso de Migración Espera en Sala	Aoki	
			6:50	11:25	Vuelo Buenos Aires - Bogotá	AV 88		
			11:25	12:30	Proceso de Migración Col	Proceso de Migración en Colombia Reclamo de Equipaje de Bodega		
			12:30	13:30	Salida para el Hotel			Vehículo Aeropuerto - Hotel Dann Carlton
			13:30	14:00	Check In en Hotel (Bogotá)	Almuerzo, entrega de material y orientación general	Diana	Coordinar con Restaurante Hotel Dann Carlton Bogotá Paquetes de material listos
2	2023/7/6	JUE.	8:00	9:00	Desayuno			
		JUE.	9:00	9:20	Salida para JICA		Claudia Casas - Operadora	Vehículo Bogotá día completo
		JUE.	9:30	10:15	Sesión introductoria	Bienvenida - Saludos	Ricardo Chiku - JICA Colombia	MC, JICA, SENA
		JUE.	10:15	12:00	Sesión OVOP Colombia	Presentación sobre OVOP Colombia	Sandra - JICA Colombia Marcela Ramos - SENA	Presentación PPT y otros (JICA)
		JUE.	12:00	13:30	Almuerzo			Restaurantes de Referencia cerca de JICA
		JUE.	13:30	15:00	Sesión ADC	Experiencia Artesanías de Colombia: Mejoramiento de producto artesanal de las iniciativas OVOP Colombia	Juan Carlos - ADC	Presentación PPT y otros (ADC)
		JUE.	15:00	17:00	Visita Tienda ADC	Conocer forma de exhibición de ADC y productos artesanales con mejoramiento de diseño	Juan Carlos - ADC	Vehículo para Traslado a Tienda
JUE.	17:00	17:30	Salida para Hotel (Bogotá)	Fin de la jornada		Hotel Dann Carlton Bogotá		
3	2023/7/7	VIE.	6:30	10:00	Salida para Susa	Check out Hotel Bogotá Desayuno en camino		Coordinación de desayuno en camino Vehículo
		VIE.	10:00	14:30	Visita Experiencia Susa	Visita a Productores Almuerzo Presentación OVOP Susa e intercambio en Fundación Arath Sesión de preguntas y respuestas	Angelica - OVOP SUSA	Gastos logísticos Coordinación del Almuerzo Coordinación de recorrido
		VIE.	14:30	17:30	Salida para Paipa			Vehículo
		VIE.	17:30		Check In en Hotel (Paipa)			Hotel Hacienda El Salitre
4	2023/7/8	SÁB.	8:00	9:00	Desayuno	Check out Hotel Paipa		
		SÁB.	9:00	12:00	Visita Experiencia Paipa	Entrevista con Actores de OVOP Paipa: Presentación con el recuento de la experiencia y evolución de OVOP y el Queso Paipa Preguntas y respuestas Cata de Queso Paipa Foto grupal con el mapa de Ruta Turística del Queso Paipa	Elianeh - Dep. Boyaca	Cata de queso
		SÁB.	12:00	13:30	Almuerzo			Coordinación de almuerzo
		SÁB.	13:00	15:00	Visita Productor	Visita a un productor de Queso Paipa para conocer el producto.	Elianeh - Dep. Boyaca	Vehículo Coordinación de recorrido
		SÁB.	15:00	18:00	Salida para Bogotá			Vehículo
		SÁB.	18:00		Check In en Hotel (Bogotá)	Hotel Dann Carlton de Bogotá		Reserva de Hotel
5	2023/7/9	DOM.	6:30	7:30	Salida para el aeropuerto			Vehículo
		DOM.	7:30	8:00	Check in para vuelo			Reservas de vuelos
		DOM.	9:21	10:25	BOG-AXM (Armenia) AV 4887			
		DOM.	11:00	12:00	Traslado a Pijao		Claudia Casas - Operadora	Vehículo
		DOM.	12:00	16:30	Visita de Campo Pijao	Presentación sobre experiencia OVOP en Pijao Almuerzo Intermedio Visita a emprendimientos	Diana Arias, Olga Narváez	Presentación Coordinación del recorrido
		DOM.	17:00	18:00	Traslado a Armenia	Checkin en Hotel Mocawa de Armenia - Fin de la jornada		Reservas de Hotel
6	2023/7/10	LUN.	7:00	7:30	Desayuno			
		LUN.	7:30	8:00	Traslado a La Virginia		Claudia Casas - Operadora	Vehículo
		LUN.	9:00	15:30	Visita Experiencia La Virginia	Intercambio de experiencias comunidad La Virginia Visita a emprendimientos	Asociación Emfoco	Coordinación de Recorrido y presentación
		LUN.	15:30	16:00	Traslado a Armenia		Claudia Casas - Operadora	Vehículo
		LUN.	16:00	17:00	Retroalimentación	Retroalimentación general y orientación sobre informe final	Aoki	Hotel Mocawa
LUN.	18:00	19:30	Encuentro con otros con líderes OVOP	Intercambio entre participantes y con algunos líderes de otras iniciativas	Diana R	Invitados Reserva en Café Quindío		
7	2023/7/11	MAR.	6:30	7:30	Desayuno y check out			
		MAR.	7:30	8:30	Traslado a Filandia		Claudia Casas - Operadora	Vehículo
		MAR.	8:30	17:00	Visita de Campo Filandia I parte	Presentación de experiencia Filandia, OVOP y proceso de certificación de calidad turística Ruta Rural: Amor al campo Ruta Urbana: Plaza principal, calle del tiempo detenido,	Luz Angela Salazar	Presentación Coordinación del recorrido
		MAR.	17:00	18:00	Check in en Hotel	Filandia Hostel		Reserva de Hotel
		MAR.	18:00	20:00	Pre-Clausura	Cena de retroalimentación y cierre del programa	Diana R.	Organización del lugar

8	2023/7/12	MIÉ.	8:00	11:30	Visita de Campo Filandia I parte	Visita al Centro de Interpretación del Canasto y Parque Mirador	Luz Angela Salazar	Coordinación del recorrido
		MIÉ.	13:00	14:00	Salida para Pereira	Almuerzo intermedio	Claudia Casas - Operadora	vehículo
		MIÉ.	16:04	16:59	Vuelo Pereira a Bogota 16:04 Pereira - Bogotá 16:59 (AV8518)			
		MIÉ.	18:30	19:30	Check in para vuelo		Aoki	
		MIÉ.	21:14	5:45	Vuelo Bogota a Buenos Aires 21:14 Bogotá - Buenos Aires 5:45 (AV87)			
9	2023/7/13	JUE.	5:50	6:50	Proceso de Migración Arg			
		JUE.	7:00	7:30	Despedida fin de etapa presencial			



Un pueblo,  
un producto  
Argentina

添付資料18  
広報プロモーション  
マテリアルリスト

Proyecto para el Desarrollo de Cadenas de Valor Inclusivas Orientadas al Mercado bajo el Concepto OVOP Argentina

Registro de Materiales de publicacion del Proyecto OVOP Argentino

Actualizado: 31 de enero, 2025

#	Nombre de material	Contenido-Objetivos-Grupo Meta	Nivel	Final
001	Informe de sistematización 2021	Resultados de avances y experiencias de 5 provincias organizadas, basado en entrevistas y documentaciones por las coordinadores centrales y locales; Acumulación de lecciones aprendidas;	Central	Noviembre 2021
002	Boletin Informativo #1	Avances realizadas durante enero-junio 2022, Compartir informacion de avances de MAT por correo a los miembros de MAT y actores claves.	Central	Agosto 2022
003	Logo del proyecto OVOP Argentina. (Su aplicación en banners, tarjeta de identificación)	Utilizar en todos los materiales y en toda difusión del proyecto	Central	Octubre 2024
004	Banner institucional	Presentación general del logo institucional de OVOP Argentina, elaborado por MDS, Usarse cuando tenga actividades presenciales por el proyecto	Central	Agosto 2024
005	Banner institucional para las 8 jurisdicciones	Los elaborados por MDS - Comunicación	Central	Noviembre 2022
006	Plantilla de documentos Word y PPT	La elaborado por MDS - Comunicación	Central	Noviembre 2022
007	Hojas de introduccion de productos version 1 (8 jurisdicciones)	Explicacion de productos y las actividades de MAT, para personas interesandas generales, cada MAT puede usar para presentacion de su producto y actividades de MAT	Central	Agosto 2022
008	Banners de presentacion de las iniciativas version 1 (8 jurisdicciones)	Presentacion de imagenes de productos y actividades de MAT en Banner, MAT puede usar para presentacion de su productos	Central	Agosto 2022
009	Banners de introducción del proyecto OVOP (3 banners)	3 banners elaborado para introducción del proyecto OVOP en la feria japones de Catamarca	Central	Agosto 2022
010	Folleto de presentacion de OVOP Argentina	Introduccion sobre OVOP Argentina dirigida por el gobierno Argentino, para publico general,	Central	Febrero 2023
011	Folleto de presentacion de JICA - Proyecto OVOP Argentina	Introduccion sobre el proyecto para fortalecimiento de OVOP Argentina implementado por JICA, publico general, uso para difusion de apoyo de JICA	Central - JICA	Octubre 2022
012	Catalogo de Tesoros Locales de Tandil	Presentacion de recursos locales identificados por la comunidad alrededor de productores familiares de Queso Tandil para aumentar orgullo y apropiacion; Distribucion a los actores locales de Tandil, presentado por MAT BA/Tandil	Provincial - Local	Enero 2023
013	Catalogo de Tesoros Locales de El Soberbio	Presentacion de recursos locales identificados por los actores locales de El Soberbio alrededor de esencia de Citronero para aumentar orgullo y apropiacion; Distribucion a los actores locales de El Soberbio; Elaborado y presentado por MAT Local y Provincial.	Provincial - Local	Febrero 2023
014	Catalogo de Tesoros Locales de Marcos Paz	Presentacion de recursos locales identificados por los actores locales de Marcos Paz alrededor de agroecologia para integracion de actores locales bajo de vision comun con orgullo y apropiacion; Distribucion a los actores locales; Elaborado por MAT Local.	Local	Abril 2024
015	Catalogo de Tesoros Locales de Almirante Brown (enfoque Ministerio Revadavia)	Presentacion de recursos locales identificados, principalmente Ministro Revadavia de Almirante Brown, junto con otros potenciales alrededor para integracion y aumento de orgullo de los actores locales; Distribucion a los actores locales; Elaborado por MAT Local.	Local	Marzo 2023
016	Hojas de expeirencias turisticas de la Ruta del Telar, Catamarca, Parte 1	Presentacion de las experiencias y productos turisticos presentables para promocion de la Ruta de Telar como la ruta turistica con posicionamiento encima de la Ruta 40; Distribucion a tours operadores y otros actores turisticos; Elaborado por MAT Provincial.	Provincial - Local	(Febrero 2023)
017	Documentos estrategicos y metodologicos	Marco general, estrategia y metodologia de OVOP Argentina para establecer mecanismo de desarrollo local incluyente; MAT y otros actores locales quien tienen interes de aplicacion y fortalecimiento de OVOP; Elaborado por el equipo MDS-JICA	Central	Febrero de 2025
018	Estudio Linea de Base	Hay 4 componetes, 1. Informacion General, 2. Cadena de Valor de Productos, 3. Cadena de Valor de Turismo, 4. Indicadores por jurisdiccion.	Central	Marzo 2023
019	Informe de sistematización 2022	Resultados de avances y experiencias de 5 provincias organizadas, basado en entrevistas y documentaciones por las coordinadores centrales y locales; Acumulación de lecciones aprendidas;	Central	Diciembre 2022
020	Boletin Informativo #2	Avances realizadas durante julio-diciembre 2022, Compartir informacion de avances de MAT por correo a los miembros de MAT y actores claves.	Central	Enero 2023
021	Catalogo de Tesoros Locales de Departamento de Guachipas	Presentacion de recursos locales identificados, con algunos experiencias y productos turisticos, para posicionamiento interno con vision de la ruta turistica 68; distribucion a los actores locales del Dep. Guachipas y las entidades publico-privada de Salta y Cafayate;	Provincial - Local	Octubre y noviembre 2024
022	Catalogo de Tesoros Locales de Algodon Agroecologica de Chaco (Pampa del Indio, Las Palmas, Castelli, Pdcia Roca )	Presentación de recursos locales identificados a traves de los talleres en Pampa del Indio y Las Palmas, visualización de potenciales de Zona norte de la provincia, particularmente)	Provincial - Local	Octubre 2024
022	Catalogo de Tesoros Locales de Algodon Agroecologica de Chaco (Pampa del Indio y Las Palmas)	Presentación de recursos locales identificados a traves de los talleres, visualización de potenciales de Zona norte de la provincia, particularmente Pampa del Indio y Las Palmas)	Provincial - Local	Septiembre 2024
023	Catalogo de Tesoros Locales del departamento Belen, Catamarca	Elaboracion de un catalogo de tesoros locales con la iniciativa de MAT Catamarca	Provincial - Local	Julio 2023
024	Hojas de experiencias impeditibles de Guachipas y Alemania, Salta, Parte 1	Primera parte de visualizacion de las ofertas de experiencias de Guachipas (3 experiencias)	Provincial - Local	Febrero 2023
025	Hojas de productores (protagonistas) y productos de Guachipas, Salta, Parte 1	Presentacion de los productores y productos de artesanias de Guachipas para mejoramiento de su presentacion en stand de la estacion de Alemania y otras ferias.	Local	Febrero 2023
026	Hojas de productores (protagonistas) y productos de El Soberbio, Misiones	Presentacion de los productores y productos de emprendedores de El Soberbio relacionado con Esencia de Citronela para mejoramiento de su presentacion.	Local	Junio 2023
027	Hojas de productores (protagonistas) y productos de Tandil	Presentacion de los productores y productos de Queso Tandil para mejoramiento de su presentacion	Local	febrero 2023
028	Hojas de productores (protagonistas) y productos de Marcos Paz, Parte 1	Presentacion de los productores y productos de empededores de Agroecologia de Marcos Paz para mejoramiento de su presentacion	Local	(febrero 2023)

Proyecto para el Desarrollo de Cadenas de Valor Inclusivas Orientadas al Mercado bajo el Concepto OVOP Argentina

Registro de Materiales de publicacion del Proyecto OVOP Argentino

Actualizado: 31 de enero, 2025

#	Nombre de material	Contenido-Objetivos-Grupo Meta	Nivel	Final
029	Hojas de productores (protagonistas) y productos de Almirante Brown, Parte 1	Presentacion de los productores y productos de Ministro de Rivadavia para mejoramiento de su presentacion	Local	(febrero 2023)
030	Hojas de productores (protagonistas) y productos de Chaco, Parte 1	Presentacion de los productores y productos basado en el cadena de valor de algodón agroecológico y cultura QOM, y otros servicios y productos rurales, para mejoramiento de su presentacion	Local	Sep-23
031	Ficha de Resultados de la Fiesta del Queso Tandilero 2022	Folleto para difundir los resultados de la Fiesta 2022 y promocionar el queso de Tandil. Público: productores, participantes de la fiesta, turistas y tandilenses.	Local	Marzo 2023
032	Boletin Especial 2023	Boletin especial para compartir los logros realizados durante del seminario nacional en feb-2023,	Central	Febrero 2023
033	Posters de presentacion de las iniciativas de OVOP Argentina (8 jurisdicciones) Tamaño A0	Ajuste de los banners de las iniciativas elaborados anteriormente para presentacion de estand en el seminario nacional	Provincial	Febrero 2023
034	Posters OVOP Argentina, proyecto y estrategia, version 1 (8 paneles tecnicos) Tamaño A0	Paneles explicativos sobre el proyecto, OVOP Argentina, Estrategia, Metodología, Visiones, etc.	Central	Febrero 2023
035	Banners de Mesa para las iniciativas para el seminario (8 jurisdicciones)	Paneles de letras para presentacion de estand de MAT/Iniciativa	Provincial	Febrero 2023
036	Página WEB de OVOP Argentina	Elaboración de un base para página de WEB del Proyecto OVOP Argentina para mostrar avances y resultados.	Central - JICA	(Febrero 2023)
037	Catalogo de productos OVOP Argentina	Presentacion de muestras de productos OVOP Argentina para aumento de conciencia de productos y sus valores; Actores locales y nacionales; Elaborado por el equipo central como muestra general de productos identificados y apoyados.	Central	Marzo 2023
038	Experiencias y aprendizajes de desarrollo local en el programa de capacitación en Japón 2022	Los participantes del programa de capacitación	Central, JICA	Marzo 2023
039	Hojas de productores (protagonistas) y productos de Belén, Catamarca, Parte 1	Presentacion de los productores y productos basado en el cadena de valor de la Ruta del Telar	Local	Julio 2023
040	Boletin Informativo #3	Avances realizadas durante ,marzo-julio 2023, Compartir informacion de avances de MAT por correo a los miembros de MAT y actores claves.	Central	Agosto 2023
041	Hojas de cooperativas (protagonistas) y productos de San Martín Parte 1	Presentacion de los productores y productos basado en el cadena de valor de la Red Textil	Local	Apr-23
042	Catálogo de los productos derivados de citroneras de El Soberbio	Presentacion de variedad de los productos derivados de aceite de citronera de El Soberbio.	Local	Agosto 2023
043	Hoja de productores (protagonistas) y productos de Belén, Catamarca, Parte 2	Presentacion de los productores y productos basado en el cadena de valor de la Ruta del Telar	Local	Julio 2024
044	Hoja de productores (protagonistas) y productos de Belén, Santa María y Antofagasta de la Sierra, Catamarca, Parte 3	Presentacion de los productores y productos basado en el cadena de valor de la Ruta del Telar	Local	Diciembre 2024
045	Catálogos de productos de la Ruta del Telar, Catamarca	Presentación de los productos de la Ruta del Telar en los departamentos Belén, Santa María y Antofagasta de la Sierra.	Local	Diciembre 2024
046	Ficha de Resultados de la Fiesta del Queso Tandilero 2023	Folleto para difundir los resultados de la Fiesta 2023 y promocionar el queso de Tandil. Público: productores, participantes de la fiesta, turistas y tandilenses.	Local	Marzo 2024
047	Banner Programa Provincial OVOP PBA	3 banners elaborados para el Lanzamiento del Programa Provincial OVOP PBA	Provincial	Octubre 2024
048	Folleto tríptico OVOP Almirante Brown	Presentación del proyecto OVOP Almirante Brown y dos recorridos modelos	Local	Agosto 2024
049	Folleto tríptico OVOP Provincia de Buenos Aires	Presentación del programa provincial, sus objetivos, pilares y municipios	Provincial	Octubre 2024
050	Fichas de Productores de Miel de Tandil	Elaboración de 10 Fichas de Productores de Miel de Tandil para potenciar a los productores	Local	Septiembre 2024
051	Catálogo de Productores de Miel de Tandil	Elaboración de un Catálogo de 20 páginas A4 con información sobre la Miel y Tandil, y los productores	Local	Enero 2025

Proyecto para el Desarrollo de Cadenas de Valor Inclusivas Orientadas al Mercado bajo el Concepto OVOP Argentina

Registro de Materiales de publicación del Proyecto OVOP Argentino

Actualizado: 31 de enero, 2025

#	Nombre de material	Contenido-Objetivos-Grupo Meta	Nivel	Final
052	Cuadernillo de fichas de iniciativas (Junio 2024)	Fichas de iniciativas en forma cuadernillo con Plan de Acción actualizado.	Central	Junio 2024
053	Banners de iniciativas (2024)	Banners de las 8 iniciativas con fotos actualizadas.	Provincial	Junio 2024
054	Banners de 14 municipios de Belén	Banners de los 14 municipios con fotos actualizadas.	Local	Junio 2024
055	Banners para mesa	Banners horizontales para decoración de las mesas de exhibición.	Provincial	Junio 2024
056	Posters de Estrategia OVOP Argentina	Posters informativos sobre la estrategia OVOP Argentina	Central	Junio 2024
057	Posters de Metodología Japonesa de OVOP	Posters informativos sobre las metodologías Japonesas de OVOP	Central	Junio 2024
058	Tarjetas de Productos para la Exhibición	Tarjetas blancas con logo y color de cada iniciativa para llenar y transmitir los detalles de cada producto	Central	Junio 2024
059	Reconocimiento a las 8 iniciativas de OVOP Argentina	Reconocimiento del trabajo de 8 iniciativas emitido por MCH, Cancillería, JICA Argentina y el Equipo Técnico de OVOP.	Central, Provincial	Junio 2024
060	Boletín especial: Seminario Nacional en Belén Catamarca	Segundo Seminario Nacional	Central	Octubre 2024
061	Material para lanzamiento CTL Salta: flyer, actualización de banner y QR	Lanzamiento de Catálogo de Tesoros Locales en Guachipas y Salta	Salta	Noviembre 2024
062	Hojas de productores (protagonistas) y productos de Chaco, Parte 2	Presentación de los productores y productos basado en el cadena de valor de algodón agroecológico y cultura QOM, y otros servicios y productos rurales, para mejoramiento de su presentación	Local	Diciembre 2024
063	Catálogo de Tesoros Locales de Tandil (actualización)	Presentación de recursos locales identificados por la comunidad alrededor de productores familiares de Queso Tandil para aumentar orgullo y apropiación; Distribución a los actores locales de Tandil, presentado por MAT BA/Tandil	Provincial - Local	Enero 2025
064	Folleto de Turismo en Ministro Rivadavia (edición 2025)	Presentación del proyecto OVOP Almirante Brown y dos recorridos modelos	Local	Enero 2025
065	Catálogo de Tesoros Locales de Almirante Brown (actualización)	Presentación de recursos locales identificados, principalmente Ministro Revadavia de Almirante Brown, junto con otros potenciales alrededor para integración y aumento de orgullo de los actores locales; Distribución a los actores locales; Elaborado por MAT Local.	Local	Enero 2025
066	Banner Ruta del Telar-Catamarca	Banner de iniciativa	Local	Enero 2025
067	Fichas de Tours municipales de Catamarca	Tours de todas las localidades de los tres departamentos: Belén, Antofagasta de la Sierra y Santa María	Local	Diciembre 2024
068	Hojas de Productores de San Martín	Presentación de las cooperativas y productos de la Red Textil para mejoramiento de su presentación	Local	Mayo 2024
072	Tarjetas de negocios Red Textil	Tarjetas de presentación	Local	Abril 2024
073	Flyer infotmativo Red Textil	Información para público general	Local	Abril 2024
074	Folleto de presentación de JICA - Proyecto OVOP Argentina	Introducción sobre el proyecto para fortalecimiento de OVOP Argentina implementado por JICA, público general, uso para difusión de apoyo de JICA	Central - JICA	Octubre de 2024
075	Tarjetones Programa OVOP PBA	Tarjetones para cada municipio del Programa OVOP PBA	Provincial	Enero 2025
076	Banners Turismo Municipio de Azul	Banners para promocionar los atractivos turísticos histórico-culturales del municipio de Azul	Provincial/Local	Enero 2025
077	Banners Turismo Municipio de Laprida	Banners para promocionar los atractivos turísticos del municipio de Laprida	Provincial/Local	Enero 2025
078	Banners Turismo Municipio de Suipacha	Banners para promocionar los atractivos turísticos del municipio de Suipacha	Provincial/Local	Enero 2025
079	Stickers Municipio de Almirante Brown	Stickers de promoción turística con código QR del municipio de Almirante Brown	Local	Enero 2025
080	Folleto tríptico OVOP Provincia de Buenos Aires (actualización)	Presentación del programa provincial, sus objetivos, pilares y municipios	Provincial	Enero 2025
081	Triptico turístico Municipio de Suipacha	Folleto tríptico de turismo en Suipacha	Provincial/Local	Enero 2025
082	Catálogo de Tesoros Locales de El Soberbio (actualización)	Actualización del catálogo de tesoros locales de El Soberbio	local	Enero 2025
083	Tarjetas de negocio El Soberbio	Tarjetas de negocios para ser utilizados en ferias y encuentros	local	Noviembre 2022



Un pueblo,  
un producto  
Argentina

## 添付資料19 地域の宝カタログ

- |             |                  |
|-------------|------------------|
| 1. 地域の宝カタログ | カタマルカ州           |
| 2. 地域の宝カタログ | チャコ州             |
| 3. 地域の宝カタログ | ミシオネス州           |
| 4. 地域の宝カタログ | サルタ州             |
| 5. 地域の宝カタログ | Tandil市          |
| 6. 地域の宝カタログ | Almirante Brown市 |
| 7. 地域の宝カタログ | Marcos Paz市      |

The logo for OVOP (Organismo de Valoración y Promoción de Productos) features the letters 'OVOP' in a blue, sans-serif font. The letter 'O' is stylized with a yellow sunburst icon inside it.

Un pueblo. Un producto  
Argentina

# RUTA DEL TELAR

*Catálogo de Tesoros Locales*

**DEPARTAMENTO BELÉN**  
**Provincia de Catamarca**



OVOP CATAMARCA  
NUESTRA TIERRA. NUESTRO TESORO. NUESTRO FUTURO



CATAMARCA  
HERMOSA POR NATURALEZA



Ministerio de Trabajo,  
Planificación y Recursos Humanos  
Catamarca Gobierno



Catamarca  
Gobierno

Junio 2023



## Un pueblo. Un producto Argentina

OVOP (One Village, One Product, por sus siglas en inglés "Un Pueblo, Un Producto") es un concepto de desarrollo comunitario que busca aprovechar los recursos locales, agregarles nuevos valores y diferenciación a los productos, y promover su venta. OVOP se originó en 1979 en la prefectura de Oita, Japón, y desde entonces ha sido implementado en más de 70 países en todo el mundo, a través de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA).

En Argentina, se lleva a cabo el Proyecto para el Desarrollo de Cadenas de Valor Inclusivas Orientadas al Mercado bajo el Concepto OVOP Argentina, en colaboración con el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (MDS), el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto (MRECIC) y JICA. Este proyecto se está ejecutando desde 2019 y se extenderá hasta 2025.

En Catamarca el Proyecto OVOP-Ruta del Telar es desarrollado por el gobierno provincial a través del Ministerio de Trabajo Planificación y Recursos Humanos, en articulación todos los municipios de las localidades que integran la Ruta del Telar.



# DEPARTAMENTO BELÉN

En la provincia de Catamarca, se desarrolla actualmente un proyecto denominado OVOP CATAMARCA - RUTA DEL TELAR cuyo objetivo principal es impulsar el desarrollo local y fortalecer las cadenas de valor en la región. Esta iniciativa busca crear un producto integral que combine la riqueza natural, arqueológica, cultural y productiva de la zona, incorporando además un componente turístico que ofrecerá diversas experiencias y servicios a lo largo de la Ruta del Telar.

El proyecto busca integrar y destacar la diversidad y singularidad de cada municipio a lo largo de la ruta, resaltando sus características propias y fomentando la participación de la comunidad local en el proceso. La intención es que los visitantes puedan sumergirse en la riqueza cultural y productiva de la región, al tiempo que contribuyan al desarrollo económico y social de las comunidades locales.



**O V O P  
CATAMARCA**

## INDICE

- 4. Ruta del Telar
- 5. Estaciones de la Ruta
- 6. Cadena de Valor
- 8. Estación Londres
- 10. Estación Belén
- 12. Estación Cóndor Huasi
- 14. Estación Puerta de San José
- 15. Estación San Fernando
- 16. Mapa de Tesoros Locales
- 18. Estación Hualfín
- 19. Estación El Durazno
- 20. Estación Corral Quemado
- 22. Estación Villa Vil
- 24. Estación Laguna Blanca
- 26. Artesanos del Telar
- 28. Turismo Ruta 40
- 30. Calendario de eventos
- 31. Directorio Institucional

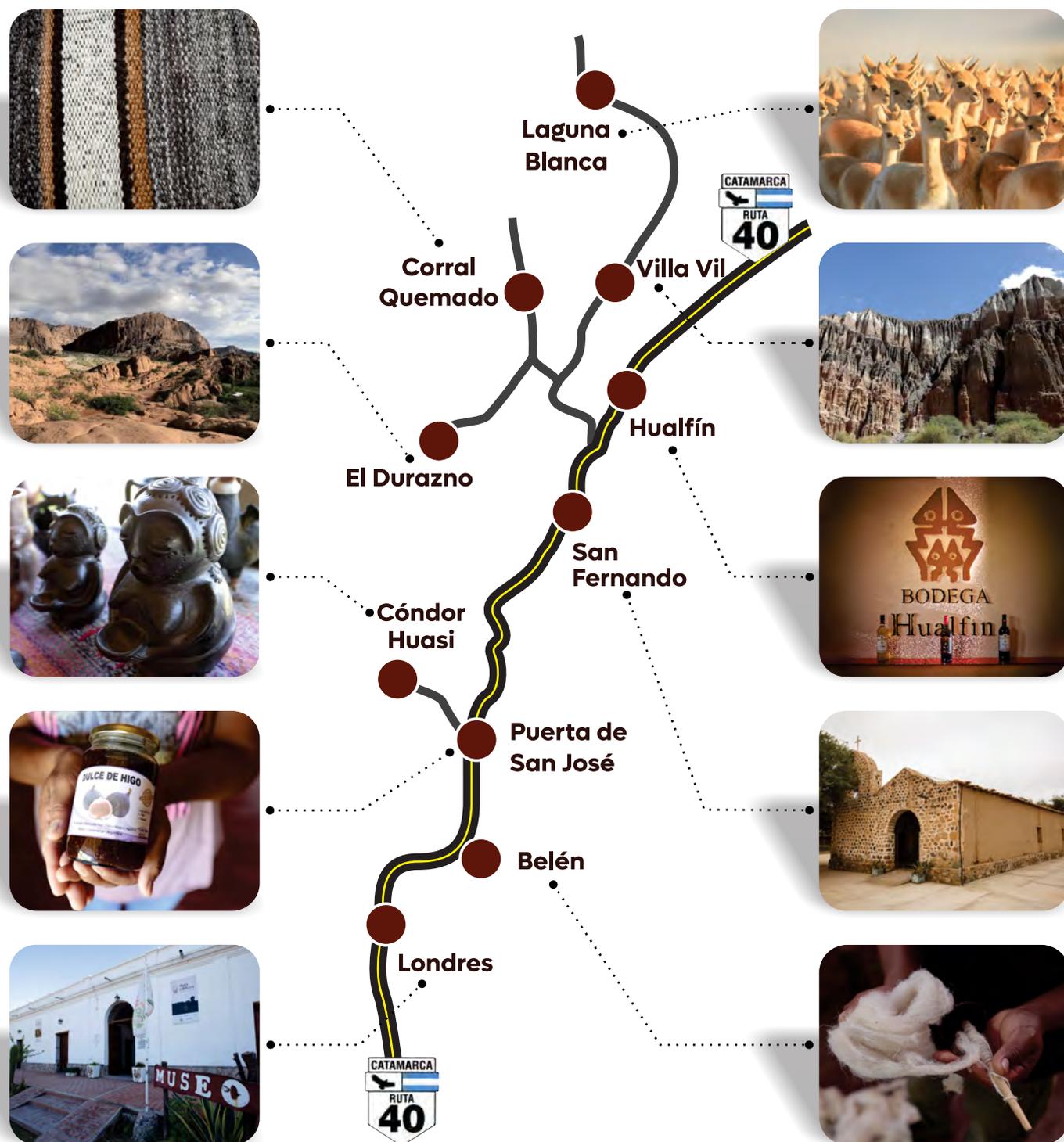




# ||| RUTA DEL ||| TELAR

La Ruta del Telar abarca, desde las singularidades del territorio, favorables para la cría de llamas, ovejas y la captura y esquila de vicuñas (animales en silvestría) de las que se extraen fibras de alta calidad; la reivindicación de los rituales culturales en torno a ella, la revalorización de las técnicas ancestrales en el proceso de transformación artesanal, hasta la comercialización de productos de alto valor material y cultural, al ser un proyecto inclusivo se suman otras actividades productivas y de servicios con el objetivo de conformar un producto turístico sustentable.

# Estaciones de la Ruta del Telar



El objetivo de las diez estaciones de la Ruta del Telar es crear un corredor turístico completo con la infraestructura necesaria para ofrecer servicios de alta calidad.

Estos servicios incluyen información cartográfica, alojamiento, actividades recreativas, información detallada sobre la Ruta y sus artesanos, espacios para exhibir productos (para facilitar la promoción y venta), opciones gastronómicas, servicios sanitarios y atención al público. Cada estación será la puerta de entrada a cada localidad y una ventana para mostrar su potencial natural y su desarrollo comunitario.

# CADENA DE VALOR

## GENÉTICA Y MANEJO

## LANA Y FIBRAS

### CRIANZA

La Vicuña es una especie en peligro de extinción, que crece en silvestría y se encuentra protegida por convenios internacionales. Sus fibras son ultra finas siendo reconocidas como unas de las más finas y suaves del mundo.

También se crían ovejas y llamas para la obtención de su lana y fibra. La llama es el camélido autóctono doméstico criado en puestos en el semi-desierto andino; los ovinos predominantes son los criollos y algunas cruza con otras razas.

### OBTENCIÓN DE LANA Y FIBRA

La fibra de vicuña es obtenida a través de un ritual comunitario en Laguna Blanca conocido como Chaku. El mismo consiste en encerrar las vicuñas para su esquila y posterior liberación a su hábitat natural. Los sitios de encierro son alrededor de 20, están supervisados por el Estado Provincial bajo el concepto de "vicuña esquilada, vicuña que no será cazada".

La esquila es un proceso mediante el cual se obtiene el vellón del animal utilizando tijeras especiales eléctricas o mecánicas. En el trabajo se tienen en cuenta las buenas prácticas de esquila y especialmente el bienestar animal. (Protocolo Prolana).

### TERMINADO

Los textiles belenistas se componen de elementos nacidos de la fusión del pasado con el presente, de lo práctico con lo simbólico y de lo técnico con lo estético, características que le brindan desarrollos técnicos y artísticos pocas veces vistos. Los matices de colores, formas, diseños y texturas recorrieron todos los tiempos y se transmitieron a través de la memoria.

### CONFECCIÓN

Entre las creaciones más reconocidas de la región se encuentra el poncho, pero, además, los artesanos confeccionan chales y chalinás, pullos, ruanas, corbatines, bufandas, entre otros tantos tejidos de gran calidad y excelencia, cada vez más apreciados en el país y en el mundo.

### TEJIDO

Mediante el uso del telar criollo o de peine se obtienen tejidos planos, que son aquellos resultante del del entrecruzamiento de hilos en sentido vertical (o de Urdimbre) y en sentido horizontal (o de Trama).

## PRENDAS

## HILOS

### LAVADO Y PREPARACIÓN DE LA LANA

Se realiza un acondicionamiento a campo, donde se separa el vellón en función de su finura y color, la limpieza y clasificación se realiza en una "mesa de tizado" que tiene una malla abierta de alambre que permite que caigan al suelo las impurezas. En la misma mesa se procede a formar tiras de lana o "choricitos" con mucho cuidado para que no se corte y se va enrollando en la mano sin tensionar formando un "cadejo".

### TEÑIDO

El teñido se realiza con tintes naturales que pueden ser materiales secos como el nogal, la yerba mate, el algarrobo; o con materiales húmedos o frescos como los frutos de remolacha; plantas como el molle y la jarilla, y tintes animales como el obtenido de la cochinilla.

### HILADO Y TORCIDO

Para obtener el hilo para los tejidos, tradicionalmente se retuerce la lana de manera manual con un huso que posee una muyuna o tortero en la parte inferior para darle peso y así pueda girar de manera pareja.

### ENLISADO

Su función es la de cruzar las hebras para permitir el paso de la trama generando la pieza textil. De acuerdo a la cantidad de juego del enlizado, se obtiene el diseño de barracanes, caranchaos y otros que son los puntos o técnicas propias de los tejidos ancestrales de origen pre hispanos.

### URDIDO

Consiste en extender el hilo, cruzando las hebras entre la pintuna y el tirador, dando origen al diseño de la prenda, el largo y el ancho que después se unirá en el proceso del tejido con la trama.

### MADEJADO OVILLADO

Una vez obtenido el hilo de una hebra se forma una madeja o un ovillo. En el caso de querer obtener un hilo de dos hebras se realiza el torcido y ovillado de dos de ellas.



# Estación Londres

## *Cuna de la Nuez*

Londres es la segunda ciudad más antigua del país, fundada en 1558, su nombre homenajea a la reina María Tudor de Inglaterra. Fue trasladada de lugar 7 veces debido a la fuerte resistencia de los pueblos calchaquíes.

La principal producción de Londres es la nuez. En esta pintoresca ciudad, las plantaciones dominan el paisaje. En los meses de marzo y abril las manos de quienes la cosechan aparecen manchadas por la tinta de las cáscaras, lo cual demuestra que aún hoy se pelan de a una. Esta labor se adueña del centro de las actividades para los londrinos.



El aceite de nuez es un producto que gana muchos consumidores debido a sus beneficios para la salud. Se utiliza en la cocina, el cuidado de la piel, el cabello e incluso en el tratamiento de la madera. Se obtiene mediante un proceso de prensado y se ofrece en su forma más pura.

Es rico en vitamina B y ácidos grasos poliinsaturados y monoinsaturados, que ayudan a depurar nuestro organismo. Puede utilizarse para acompañar ensaladas, postres y otros platos, y también sirve como tratamiento natural para la piel, el cabello y las uñas.

José Carrizo es el único productor de aceite en la localidad. Empezó el emprendimiento con ayuda de sus hijos y hoy en día es él mismo quien realiza la producción. Ofrece su aceite "Finca Quimivil" en su casa ubicada en el ingreso al pueblo sobre la ruta 40.





# El Shincal

El Sitio Arqueológico “El Shincal del Quimivil” es un centro administrativo, político y ceremonial de los Incas considerado Monumento Histórico Nacional y el más importante en el país. El nombre Shincal proviene del shinki ( *Mimosa farinosa* ) un arbusto que crece de manera abundante en la zona y Quimivil hace referencia al río homónimo que proviene del idioma kakán quimilo=cardón y vil=lugar, siendo entonces “lugar de los cardones.

Rosita Ramos es una nativa de la comunidad originaria Diaguita del Quimivil. Actualmente, se desempeña como guía en este sitio arqueológico. El Shincal de Quimivil es un lugar único en Catamarca y digno de ser visitado. Este sitio nos conecta con el testimonio vivo de nuestros pueblos originarios, donde se respira la esencia y la sabiduría de las comunidades que nos antecedieron.

Rosita se llena de orgullo al poder transmitir un poco de su cultura a cada visitante. En cada paso por este mágico lugar, siente la fuerza y la sabiduría de su sangre Diaguita. Está profundamente agradecida a sus abuelos, quienes le enseñaron con tanto respeto el amor por su cultura.



# Estación Belén

## *Cuna del Poncho*

Desde su fundación, en el año 1681, el tejido fue la primera actividad económica que consolidó el desarrollo comunitario. De los departamentos del Oeste es el único que no tiene influencia directa de otras provincias, podríamos decir que es el más "catamarqueño" de la región, aquí la identidad del belicho sustenta las profundas raíces del ser provinciano.

El poncho es la prenda emblema de Belén, numerosas artesanas y artesanos lo realizan siendo reconocidos a nivel internacional. En la tercera semana de julio se realiza el festival Cuna del Poncho que convoca a personas de distintas localidades y artistas de renombre.



## Virgen de Belén

La Virgen de Belén es la advocación que se venera en la ciudad. Su histórica imagen se encuentra en el Santuario frente a la plaza "Olmos y Aguilera". Además, en las estribaciones de la Sierra de Belén, a 300 metros de altura, se encuentra el monumento dedicado a la "Reconciliación Nacional", obra del escultor marplatense Hidelberg Ferrino. Esta obra se construyó in situ entre 1979 y 1982 a través de un emprendimiento comunitario. Los "belichos", impulsados por la fe, transportaron todos los materiales necesarios para su construcción. El 6 de enero se celebra el día de la Virgen de Belén, y en esta fecha, tanto el pueblo como los peregrinos que llegan del norte del departamento y de Londres, celebran las fiestas patronales. Entre las actividades destacadas se encuentran los misachicos, una ceremonia religiosa realizada por las familias de cada localidad.

