Bogotá D.C., 27 de diciembre de 2024

TERCER INFORME DE VISITA A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN
INFORMACIÓN GENERAL DEL CONVENIO

Conviniente	ASOCIACIÓN CAMPESINA PARA LA PRESERVACIÓN AMBIENTAL Y EL DESARROLLO AGRARIO DE COLOMBIA- **ASOCAPRECOL**
Convenio n.°	CO1.PCCNTR.6915557 DE 2024
Nombre de la acción formativa	AF2-MERCADEO Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS SOSTENIBLES.
Modalidad	Virtual
Grupo	1
Unidad temática	UT1 - PRINCIPIOS DE MARKETING PARA EL AGRO.
Tipo de evento formativo	Curso
Lugar de ejecución	Cesar la Paz
Fecha de visita	23/11/2024
Hora de la visita	8:00 am a 10:00 am
Interventor que realiza la visita	María Angélica Rojas Bravo

La Interventoría de la Universidad de Antioquia, en cumplimiento del objeto del **contrato de interventoría n.° C01.PCCNTR. 6836437 de 2024,** el cual consiste en prestar los servicios de interventoría técnica, administrativa, jurídica, financiera, contable de los convenios suscritos como resultado de la convocatoria **DSNFT – 0001 – FEEC – 2024,** del Programa de Formación Especializada para la Economía Campesina, al convenio suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA y ASOCIACION CAMPESINA PARA LA PRESERVACION AMBIENTAL Y EL DESARROLLO AGRARIO DE COLOMBIA- **ASOCAPRECOL**, se permite presentar el informe de la visita de campo realizada al evento de la referencia.

1. DATOS DEL CAPACITADOR

- Nombre: Hailyn Ercilia Barrera Ariza
- Identificación: C.C. 57.465.419

2. OBJETIVOS DE LA VISITA

- Verificar el cumplimiento de las actividades de capacitación programadas en los cronogramas aprobados por la Interventoría.

- Verificar las condiciones y los recursos, físicos o digitales, empleados en el desarrollo de la (s) actividad (es) de capacitación.

A continuación, se presentan los resultados de la visita de campo efectuada a las acciones de formación:

3. DESARROLLO DE LA VISITA

3.1. Detalles de la acción de formación: La acción de formación visitada es la **AF2-MERCADEO Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS SOSTENIBLES** en su unidad temática 1 **PRINCIPIOS DE MARKETING PARA EL AGRO**, la cual se imparte con metodología teórico-práctica, atendiendo a que la didáctica como método y estrategia de enseñanza está orientada a partir de fundamentos teóricos los cuales se ejecutan mediante procedimientos y mecanismos que requieren situaciones experienciales y en contexto.

Con respecto a la intencionalidad pedagógica, se observa que la acción de formación busca capacitar a los campesinos colombianos en áreas clave como el marketing y la promoción de productos agrícolas, el acceso a financiamiento, y la adopción de tecnologías innovadoras, con el fin de mejorar su capacidad competitiva en mercados globales, para el incremento la productividad y rentabilidad del sector agrícola, y promoción de prácticas sostenibles.

Ahora bien, al revisar el contenido dispuesto en la plataforma virtual, respecto a los temas objetos de la visita, se evidenció de la unidad temática número 1 **PRINCIPIOS DE MARKETING PARA EL AGRO**, el material con conceptos esenciales para el desarrollo de la acción de formación tales como: Fundamentos del marketing agrícola, investigación de mercado en el sector agrícola, identificación de oportunidades, diferenciación de productos agrícolas: técnicas y estrategias comerciales en el agro. Temas expuestos y registrados en los recursos de trabajo correspondientes a la UT1.

Por otra parte, se corroboró que el curso ha sido estructurado a través de módulos que contienen los temas explícitos y la información correspondiente a lo establecido en el proyecto aprobado, a través de una metodología que ofrece una visión completa y holística de la realidad estudiada, lo que permite a los participantes y beneficiarios una mejor comprensión de los conocimientos adquiridos mediante la interactividad eficiente y oportuna.

Por último, teniendo en cuenta que el evento formativo es en modalidad virtual, se evidencia el espacio “Foro” para establecer comunicación asincrónica. Está definido y disponible para la interacción, encuentro y enriquecimiento colectivo de experiencias, opiniones y aprendizajes.

3.2. Beneficiarios: El número de beneficiarios esperados de acuerdo con el cronograma y la propuesta aprobada es de 30, en la visita se encontraron 36 personas matriculadas para la acción de formación y participantes en el grupo objeto de revisión.

- Los beneficiarios se encuentran registrados y asignados a los diferentes grupos de los eventos formativos de forma individual y/o masiva.

- Los beneficiarios registrados no se encontraron duplicados.

- Los beneficiarios de esta formación son campesinas y campesinos colombianos dedicados a actividades agrícolas, como el cultivo de alimentos, el manejo de ganado y la producción de bienes rurales. A menudo, asumen roles de productores, comercializadores y gestores de pequeñas fincas y parcelas. Estos beneficiarios se caracterizan por su compromiso con el desarrollo rural y su disposición para adoptar nuevas técnicas y conocimientos en administración efectiva para unidades agrícolas que les permitan mejorar su calidad de vida y la de sus comunidades.

3.3. Capacitador o tutor: La docente a cargo de la sesión formativa es la profesional Hailyn Ercilia Barrera Ariza, identificada con cedula de ciudadanía N° 57.465.419 la cual fue aprobada por la interventoría y coincide con el nombre registrado en el cronograma del proyecto.

3.4. Centro de atención al usuario (CAU)

Durante la visita de interventoría se verificó que la plataforma cuenta con un centro de atención que proporciona soporte técnico, mantiene la infraestructura tecnológica, atiende y resuelve las consultas, dudas e incidentes técnicos de los usuarios, dando una respuesta oportuna a todas estas situaciones que se presentan en el desarrollo de la AF, lo que permite que no se afecte el progreso de las unidades temáticas.

4. VALIDACIÓN DE ASPECTOS VERIFICADOS Y APROBADOS

Aspecto	Validación durante la visita
Uso de imagen institucional del SENA	Se valida el uso de las piezas graficas aprobadas por el SENA y el uso de la imagen institucional. Se verifica que en la página principal de la plataforma virtual se encuentran cargados y disponibles para ser reproducidos el video de bienvenida del SENA y el JINGLE.

Aspecto	Validación durante la visita
	 Jingle SENA 
Gratuidad de la formación:	Todos los procesos de formación del SENA son GRATUITOS, de conformidad a lo señalado en el artículo 7 del Acuerdo 0003 de 2023.  
Material de formación	El material de formación de la **AF2-MERCADEO Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS SOSTENIBLES**, se encuentra disponible para consulta y descarga en la plataforma educativa virtual, conforme fue aprobado por la Interventoría. No se encontraron diferencias entre el material aprobado y el consultado durante la visita.
Condiciones del ambiente de formación	El ambiente de formación en modalidad virtual, conforme a lo aprobado, se encuentra en el enlace https://gydvirtual.com.co/ La plataforma virtual tuvo un desempeño apropiado durante la visita, dado que el ingreso fue rápido y de fácil acceso, esta se encontró disponible y en funcionamiento durante el desarrollo de las acciones de verificación, la parte grafica se carga de manera ágil y sin ningún inconveniente.

Aspecto	Validación durante la visita
	La acción de formación y las unidades temáticas se encuentran organizadas y referenciadas adecuadamente. Las diferentes opciones de navegación funcionaron sin inconveniente y la generación de consultas de beneficiarios matriculados y avance académico se pudo efectuar con facilidad. Está en funcionamiento y con óptima capacidad de rendimiento las 24 horas, los 7 días de la semana bajo condiciones ideales.

5. SEGUIMIENTO ACADÉMICO

5.1. Sesiones sincrónicas: A la fecha de esta visita no se ha almacenado programación, ni grabación de sesiones sincrónicas en la plataforma virtual, tal como se evidencia en la siguiente imagen, dado que los encuentros sincrónicos inician el 27 de noviembre.

Sesión	Aspectos verificados
Inicial: apertura del evento de formación	**En el módulo denominado "Clic para ver cronogramas de encuentros virtuales". No se encuentra ningún registro.** Los encuentros sincrónicos inician el 27 de noviembre
Explicativa: al inicio de cada unidad temática	
Dudas e inquietudes	

Por lo anterior, la Interventoría no pudo verificar el reporte de la asistencia correspondiente.



6. HALLAZGOS

No se encontraron hallazgos.

7. RECOMENDACIONES

Subir a la plataforma educativa, en el módulo correspondiente a: “Sesiones sincrónicas”, la programación y grabación de las videoconferencias que se desarrollan con y para los beneficiarios participantes. Lo anterior, teniendo en cuenta el anexo 14 que refiere que debe programarse y registrarse al menos un encuentro virtual durante el desarrollo de la acción de formación.

Dar uso a la carpeta FORO, dado que es un espacio importante de socialización y aprendizaje asincrónico.

8. CONCLUSIONES

- El uso del espacio virtual permite un buen desempeño en el cumplimiento de las actividades propuestas en el proyecto.
- La estructura de diseño de la plataforma facilita un trabajo organizado y categórico, de tal forma que los participantes se ubiquen teóricamente en el espacio.
- La acción de formación, así como la unidad temática respectiva, corresponden a lo registrado en el cronograma detallado, remitido por el Conviniente.
- El material de formación se encuentra dispuesto y organizado para los beneficiarios y participantes en el escenario virtual, excepto el link y las grabaciones de los encuentros sincrónicos.
- Los temas dispuestos son afines y acertados de acuerdo a lo indicado y sugerido en el proyecto aprobado previo a la visita de formación.
- El capacitador que está moderando la formación virtual corresponde al programado por el Conviniente y es el aprobado por la Interventoría.

9. REGISTRO VISUAL

A continuación se detalla el registro visual recolectado durante la visita:

Capacitadores de la acción de formación



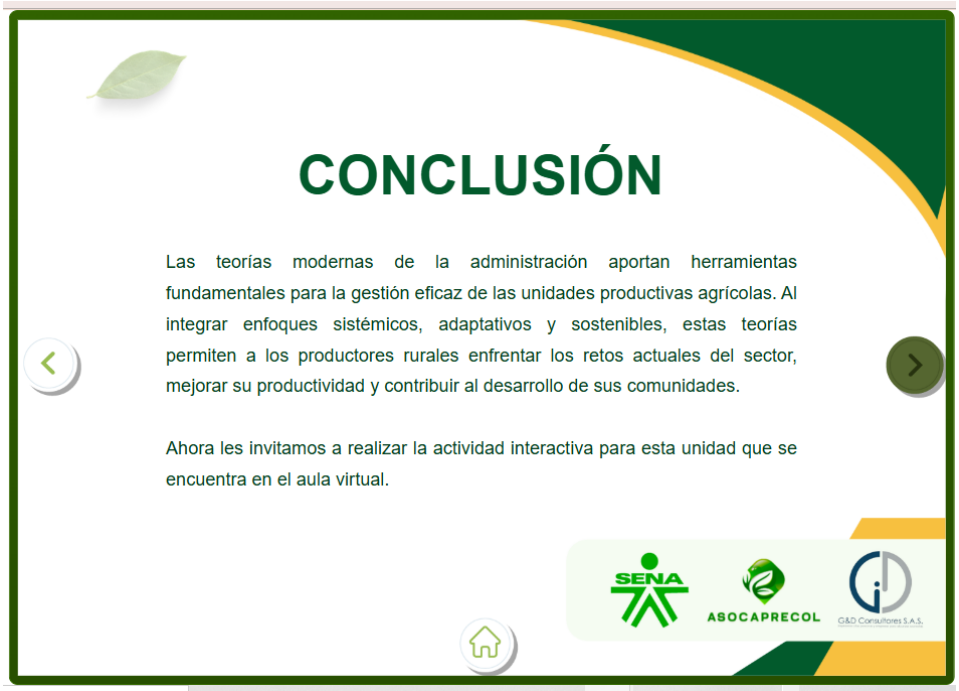
Soporte técnico - Centro de Atención al Usuario (CAU)



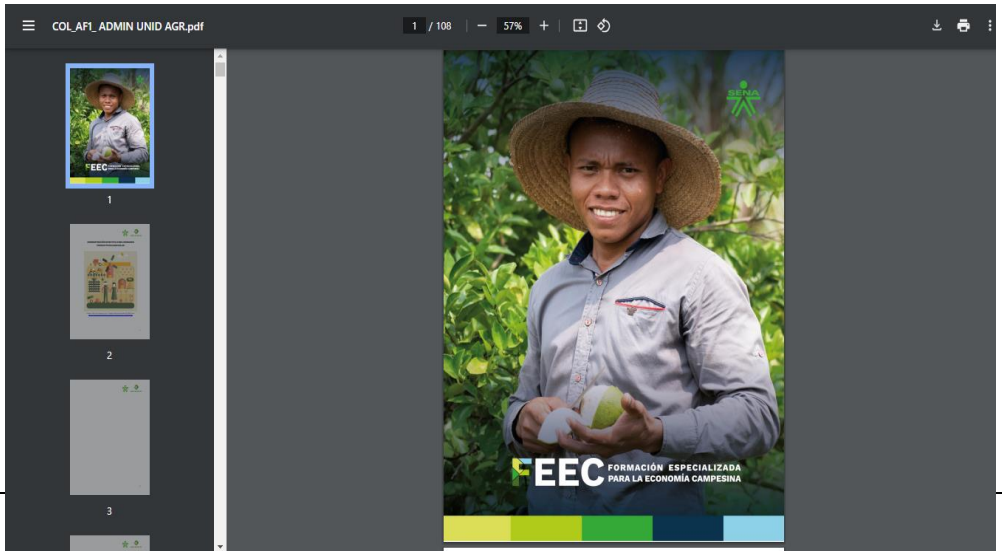
Unidad temática visitada



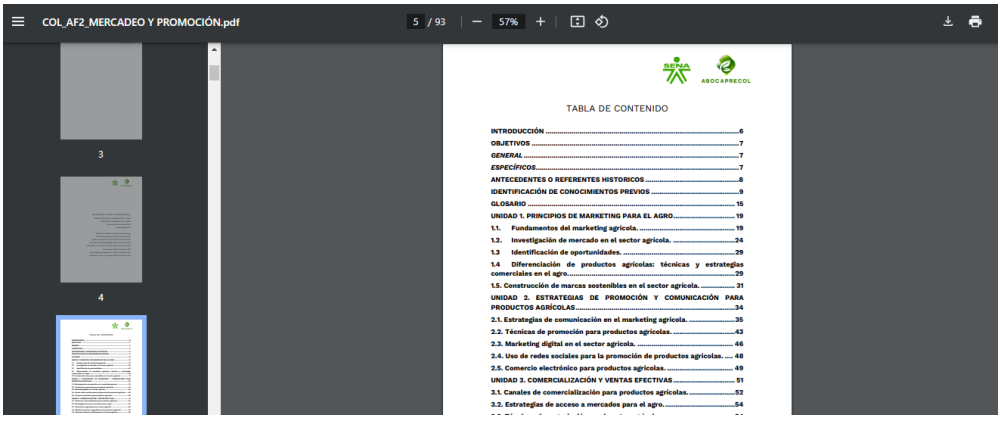




Material de formación

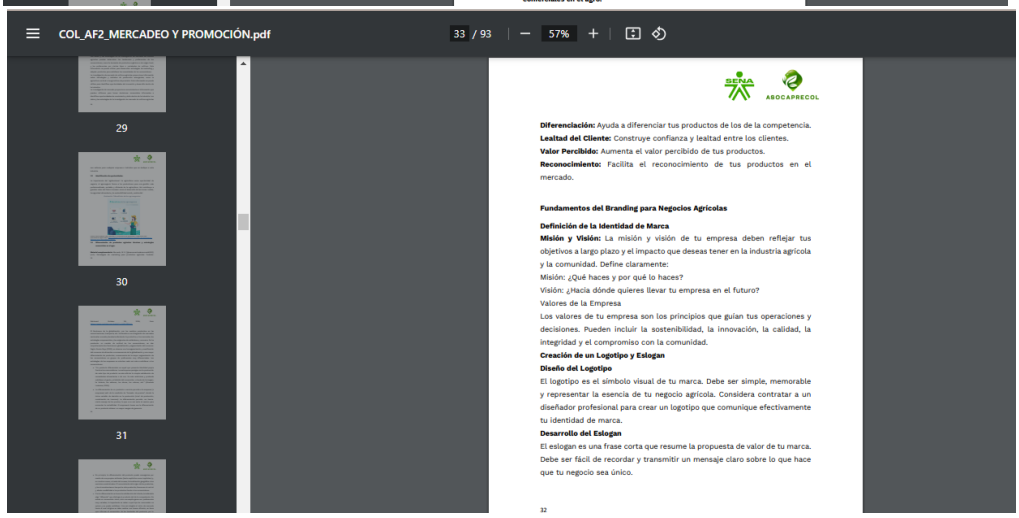



COL_AF2_MERCADEO Y PROMOCIÓN.pdf
2 / 93
57%
MERCADEO Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS SOSTENIBLES
FARM PRODUCE


COL_AF2_MERCADEO Y PROMOCIÓN.pdf
5 / 93
57%
TABLA DE CONTENIDO
INTRODUCCIÓN 6
OBJETIVOS 7
GENERAL 7
ESPECÍFICOS 7
ANTECEDENTES O REFERENTES HISTORICOS 8
IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS PREVIOS 9
GLOSARIO 15
UNIDAD 1. PRINCIPIOS DE MARKETING PARA EL AGRO 19
1.1. Fundamentos del marketing agrícola. 19
1.2. Investigación de mercado en el sector agrícola. 24
1.3 Identificación de oportunidades. 29
1.4 Diferenciación de productos agrícolas: técnicas y estrategias comerciales en el agro. 29
1.5. Construcción de marcas sostenibles en el sector agrícola. 31
UNIDAD 2. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN PARA PRODUCTOS AGRÍCOLAS 34
2.1. Estrategias de comunicación en el marketing agrícola. 35
2.2. Técnicas de promoción para productos agrícolas. 43
2.3. Marketing digital en el sector agrícola. 46
2.4. Uso de redes sociales para la promoción de productos agrícolas. 48
2.5. Comercio electrónico para productos agrícolas. 49
UNIDAD 3. COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS EFECTIVAS 51
3.1. Canales de comercialización para productos agrícolas. 52
3.2. Estrategias de acceso a mercados para el agro. 54


COL_AF2_MERCADEO Y PROMOCIÓN.pdf
20 / 93
57%
UNIDAD 1. PRINCIPIOS DE MARKETING PARA EL AGRO
El mercadeo en el sector agro estudia las aplicaciones de las técnicas de mercado en los sectores agrícolas y pecuarios, con la finalidad de maximizar sus ventas y reducir sus costos de producción y planificar estrategias tanto publicitarias como promocionales, acorde con la naturaleza del producto.
Las empresas agropecuarias poseen características especiales, que han sido objeto de tratamiento en diversos trabajos, y que no es objeto del presente a desarrollar, pero si debemos marcar cuales de estas características pueden ser determinantes en el marketing aplicable.
1.1. Fundamentos del marketing agrícola.



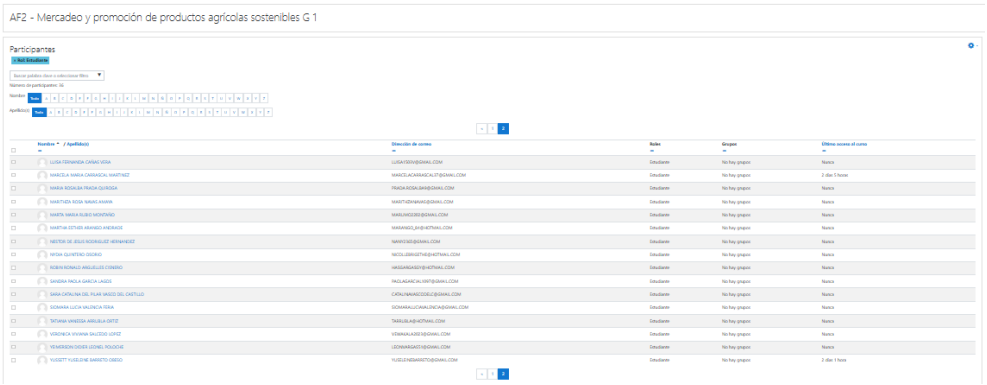


Asistencia a las sesiones sincrónicas

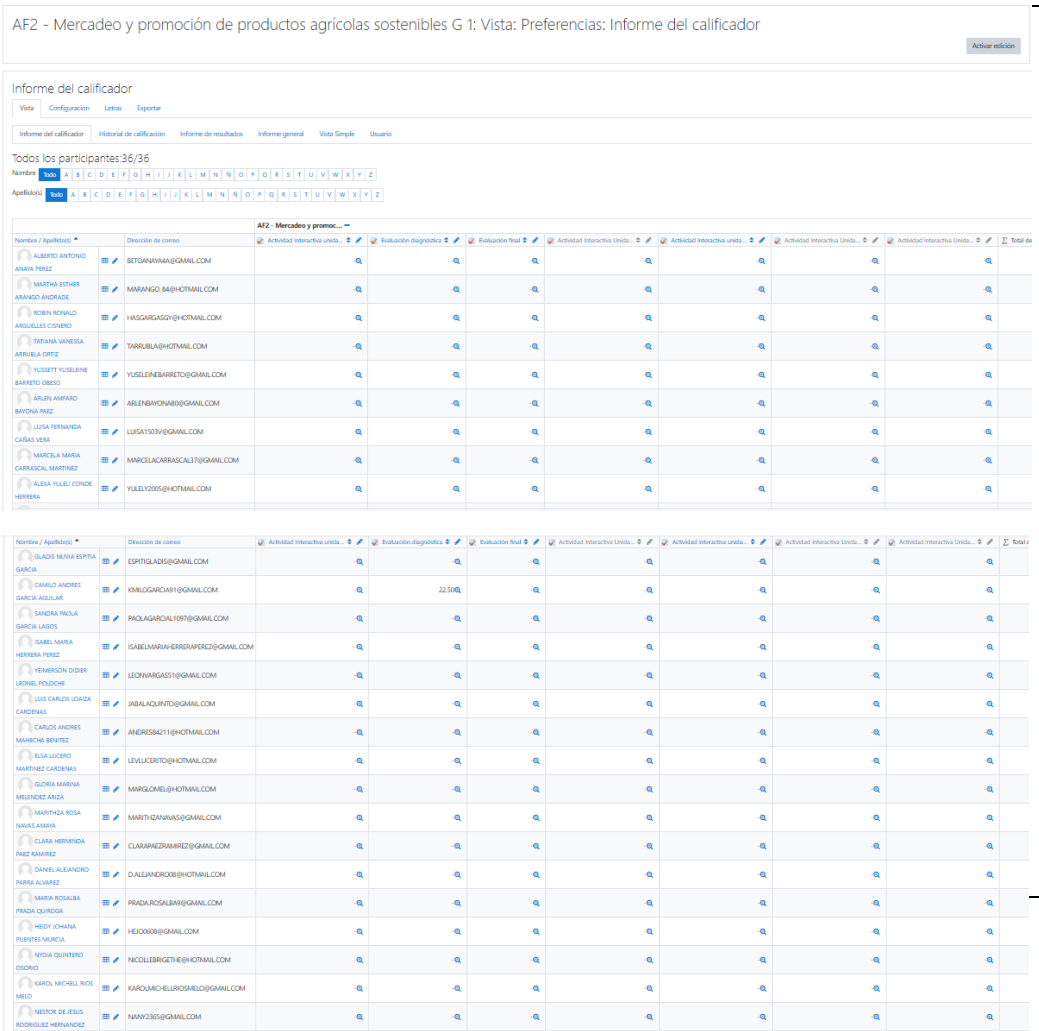
A la fecha de este informe, no se evidencia en la plataforma virtual información al respecto. Los encuentros sincrónicos inician el 27 de noviembre

Beneficiarios participantes de la acción de formación (rol estudiante)





Progreso académico de los beneficiarios





MARTA MARIA RUBIO MONTAÑO	MARUMO2202@GMAIL.COM							
CAMILA ISABEL SALAS RIVAS	CAMILSA126@GMAIL.COM							
VERONICA VIVIANA SALCEDO LOPEZ	VEVAKALA2023@GMAIL.COM							
ALLEX TETTE RODRIGUEZ	FINCAARTECAN@GMAIL.COM							
FRANCISCO JAVIER TORRES ACONCHA	JABIERTORRES94@GMAIL.COM	8.00	10.00					
LUIS FERNANDO TORRES NUÑEZ	LUISFERNANDO.TORRES191@GMAIL.COM							
SIOMARA LUCIA VALENCIA FERIA	SIOMARALUCIAVALENCIA@GMAIL.COM							
EDINSON VARGAS RAMIREZ	EDIXROCK717@GMAIL.COM							
SARA CATALINA DEL PILAR VASCO DEL CASTILLO	CATALINAVASCODELC@GMAIL.COM							
LILIA VELA ROBAYO	LIVERO25@HOTMAIL.COM							
	Promedio general	8.00	16.25					

Interacciones capacitador y beneficiarios



10. CONCEPTO ACÁDEMICO

Este escenario de formación virtual como ambiente de aprendizaje, señala varios elementos relacionados con la colocación, organización y estructuración de los contenidos temáticos, diseño de actividades pedagógicas y eficiencia en la operatividad. Lo anterior, debido a que los recursos preparados y las actividades programadas están planeadas de manera que los beneficiarios y participantes tienen la posibilidad de acceder de forma práctica, interactiva y fácil a la UT1 - PRINCIPIOS DE MARKETING PARA EL AGRO. , dada la acción de formación AF2-MERCADEO Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS SOSTENIBLES. Así mismo, se evidencia que aporta

instrumentos útiles para la innovación educativa, cuenta con soporte, asesoramiento y se adapta a los objetivos del proyecto.

Con respecto a los contenidos temáticos relacionados y situados en la plataforma virtual y que corresponden a las nociones que establecen y conducen en la profundización de la información relacionada con: Fundamentos del marketing agrícola, investigación de mercado en el sector agrícola, identificación de oportunidades, diferenciación de productos agrícolas: técnicas y estrategias comerciales en el agro. Es oportuno reseñar que se hallan fijos a través de los recursos que la misma plataforma proporciona para el montaje y que se pueden abordar a través de cuestionarios, infografías, videos, foros, chat.

No obstante, es necesario y un requisito que los beneficiarios puedan participar y acceder a sesiones sincrónicas en la que a través de un análisis crítico y reflexivo, expongan sus puntos de vista y se involucren en el proceso de aprendizaje autónomo, continuo, individual y/o colectivo.

De otro lado, es evidente la correspondencia conceptual y la aplicación de las temáticas en cada una de las acciones ejecutadas, lo que contribuye a que los beneficiarios adquieran diversas competencias que les permiten reconocer las herramientas significativas mediante el cual una empresa identifica, anticipa y satisface las necesidades del consumidor a través de la creación, promoción y distribución de productos y servicios del agro.

Por lo anterior, la acción de formación visitada y la unidad temática detallada, cumple y es integral en su contenido con el objetivo y temas del proyecto aprobado.

MARTHA CECILIA ÁLVAREZ OSORIO
Coordinador académico
Proyecto Interventoría SENA
Universidad de Antioquia

GALICIA GÓMEZ GOENAGA
Interventor Académico
Proyecto Interventoría SENA
Universidad de Antioquia

Copia: Dra. Lady Beatriz Quevedo Cantor – Coordinadora del Grupo de Gestión para la Productividad y Competitividad

Proyectó: María Angélica Rojas – Interventora
Revisó: Martha Álvarez – Coordinadora académica