Bogotá D.C., 28 de diciembre de 2024

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

Conviniente	ASOCIACION CAMPESINA PARA LA PRESERVACION 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	2
Unidad temática	UT2 Estrategias de promoción y comunicación para productos agrícolas
Tipo de evento formativo	Curso
Lugar de ejecución	Cesar Valledupar
Fecha de visita	25/11/2024
Hora de la visita	8:00 a 10 am
Interventor que realiza la visita	Galicia Germayne Gómez Goenaga

La Interventoría de la Universidad de Antioquia, en cumplimiento del objeto del **contrato de interventoría n.° CO1.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 2 - *Estrategias de promoción y comunicación para productos agrícolas*, la cual se imparte con metodología teórico-práctica.

El evento formativo 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.

Al revisar el contenido dispuesto en la plataforma y lo impartido en la sesión sincrónica que tuvo lugar con el docente entorno a la temática objeto de la visita, se evidenció en materia la unidad temática número 2 - Estrategias de promoción y comunicación para productos agrícolas.

Así las cosas, se constató que el curso ha sido estructurado en módulos sobre los temas determinados, con la información correspondiente a lo establecido en la propuesta aprobada bajo una metodología teórica y práctica para estimular la adquisición y desarrollo de conocimientos de forma dinámica y flexible. Cada unidad temática proporciona conocimientos prácticos y herramientas aplicables a las particularidades del entorno rural, promoviendo un desarrollo integral y sostenible de las unidades productivas agrícolas.

Teniendo en cuenta que el evento formativo es en modalidad virtual se evidenció que se encuentra definido y disponible para interacción en la plataforma, el foro como un espacio de encuentro y enriquecimiento colectivo de experiencias y aprendizaje.

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 37 personas matriculadas para la acción de formación y 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 campesinos y campesinas, particularmente trabajadores, productores agrícolas y emprendedores rurales que potencialmente requieren desarrollar sus capacidades para la gestión eficaz de recursos y habilidades financieras que les permitan garantizar la sostenibilidad económica de sus actividades agrícolas y la mejora de su calidad de vida, tomar decisiones informadas, identificar oportunidades de crecimiento y desarrollo, y mejorar su resiliencia frente a los desafíos del sector agrícola.

  En concordancia con el proyecto estos beneficiarios están involucrados en una variedad de actividades agrícolas como el cultivo de café, plátano, arroz, cacao, yuca y maíz, entre otros muchos; además de la ganadería en pequeña escala, la pesca artesanal, la producción láctea y la avicultura.

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

3.4. Centro de atención al usuario (CAU)

Durante la visita de la Interventoría, se identificó el espacio dispuesto para soporte técnico denominado Centro de Atención al Usuario (CAU)

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, el uso de su la imagen institucional del SENA además de esto se encuentra cargados y disponibles para ser reproducidos el video de bienvenida del SENA y el JINGLE
Gratuidad de la formación:	En cumplimiento de lo establecido en la convocatoria y el convenio la leyenda “Las acciones de formación ejecutadas en el marco de la convocatoria DSNFT 0001 FEEC 2024 del Programa de Formación Especializada para la Economía Campesina FEEC son gratuitas para los trabajadores beneficiarios.” se evidenció en la página de inicio de la plataforma, al ingresar a la acción de formación objeto de la visita debajo del jingle del FEEC y antes del video de bienvenida del SENA. Adicionalmente, en el material de formación en la contraportada de la cartilla descargable dispuesta en la plataforma y en la presentación utilizada por el docente en los encuentros sincrónicos.

Aspecto	Validación durante la visita
	
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 encuentra disponible y en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana bajo condiciones apropiadas para el acceso de los beneficiarios, el tiempo de respuesta es corto, la parte grafica se carga de manera ágil y sin ningún inconveniente. Durante la visita de la Interventoría, se identificó el espacio dispuesto para soporte técnico denominado Centro de Atención al Usuario (CAU), en el margen izquierdo de la pantalla principal. El ambiente virtual de aprendizaje es agradable, intuitivo y diseñado a la medida, en él se identificaron herramientas informáticas adicionales que permiten interactuar con el contenido, por ejemplo, videos introducción y desarrollo de la unidad temática, actividades, talleres, evaluaciones

5. SEGUIMIENTO ACADÉMICO

5.1. Sesiones sincrónicas: durante la visita se verificó que el conviniente almacenó en la plataforma virtual las grabaciones de las siguientes sesiones sincrónicas realizadas por el capacitador:

Sesión	Aspectos verificados
Inicial: apertura del evento de formación	**Encuentro programado para el 27 de noviembre. A la fecha de la visita aún no se habilita el link de acceso**

Sesión	Aspectos verificados
	AF2 - Mercadeo y promoción de productos agrícolas sostenibles G 2 Fecha: 27/11/2024 | Hora: 07:00:00 p. m. | Link de ingreso: https://meet.google.com/mep-rwpx-efv | Link de la grabación: Última modificación: miércoles, 27 de noviembre de 2024, 13:54

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

6. HALLAZGOS

No se evidencian hallazgos

7. RECOMENDACIONES

Dar continuidad a las labores de acompañamiento y apoyo a los beneficiarios que se brindan desde la coordinación de los eventos formativos, asegurando que el avance y culminación del curso sea satisfactorio y oportuno.

8. CONCLUSIONES

- El uso del espacio virtual permite un buen desempeño en el cumplimiento de las actividades propuestas en la propuesta.
- La plataforma está diseñada de manera práctica y pedagógica de tal forma que los participantes puedan realizar la capacitación de manera eficiente.
- 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 disponible para los beneficiarios en plataforma.
- La temática tratada fue pertinente de acuerdo con lo indicado en la propuesta aprobada para la formación visitada.

9. REGISTRO VISUAL

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

Capacitadores de la acción de formación

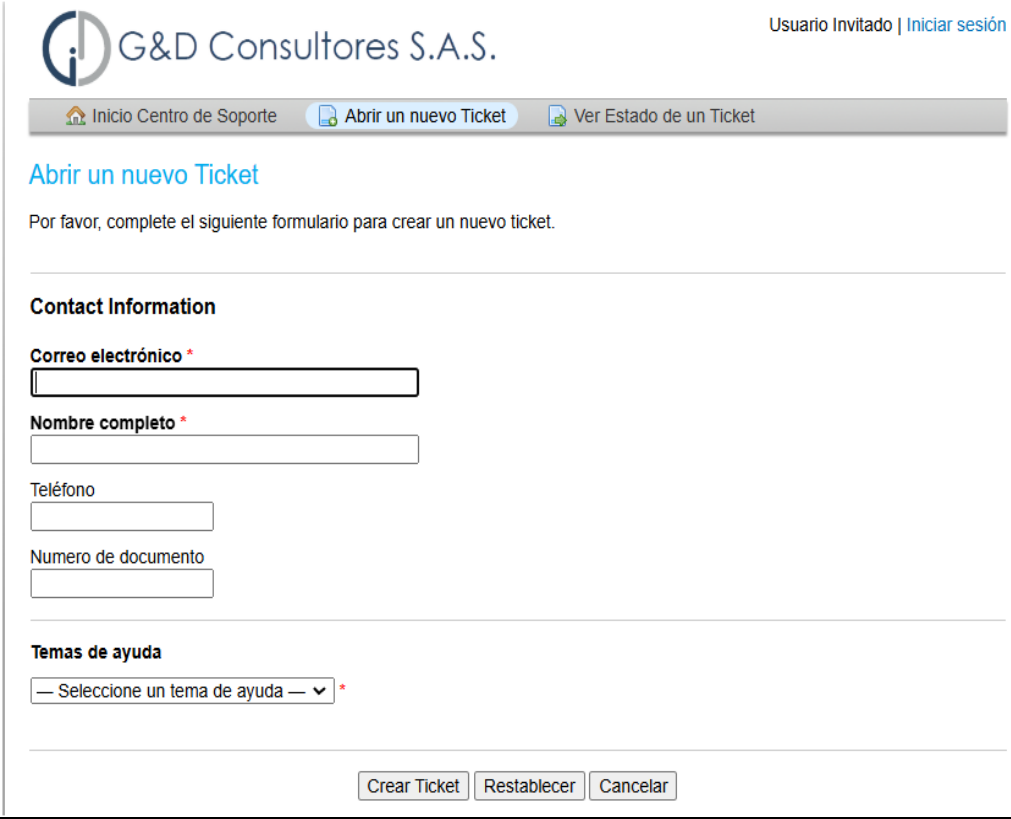


HAILYN ERCILIA BARRERA ARIZA

Mensaje Añadir a contactos

Ingeniera especialista en gerencia de proyectos con experiencia en formulación y ejecución de programas de crecimiento empresarial, búsqueda y consecución de nuevas oportunidades de negocio a través de la presentación estratégica de productos y servicios; apertura de nuevos mercados y consecución de distribuidores y proveedores estratégicos; elaboración de análisis de precios unitarios y asignación de tarifas de comercialización; y desarrollo de planes para la consecución de recursos de apalancamiento para ideas de negocios.

Soporte técnico - Centro de Atención al Usuario (CAU)



Unidad temática visitada


ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN PARA PRODUCTOS AGRÍCOLAS
Comenzar
SENA
ASOCAPRECOL
G&D Consultores S.A.S.


CONTENIDO
Estrategias de comunicación en el marketing agrícola
Técnicas de promoción para productos agrícolas
Marketing digital en el sector agrícola
Uso de redes sociales para la promoción de productos agrícolas
Comercio electrónico para productos agrícolas
SENA
ASOCAPRECOL

2.1. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL MARKETING AGRÍCOLA

El marketing agrícola que se caracteriza por estar enfocado en el agro, el campo y la agricultura en todas sus formas. El mundo del marketing abarca distintos sectores en la actualidad. Todos, o casi todos los rubros, se destacan por contar con estrategias muy bien definidas. Y el sector agropecuario no es la excepción. Al igual que en cualquier empresa que busque expandirse, vender más y alcanzar todos sus objetivos, el mundo agrícola busca conseguir beneficios y captar clientes. Una buena manera de hacerlo es mediante estrategias de marketing específicamente diseñadas para llegar al público de este sector. Y es que la digitalización también ha llegado al campo. Tener presencia online y perfiles en redes sociales también ayudan a las empresas del sector agrícola a mejorar la relación con sus clientes. Actualmente, existen muchas estrategias eficaces para mejores los números entorno a este sector.



Salva el concepto del planeta con personas que cuidan la tierra. (s/f). Freepik. Recuperado el 22 de octubre de 2024, de https://www.freepik.es/vector-gratis/salva-concepto-planeta-personas-que-cuidan-tierra_7824979.htm

SENA ASOCAPRECOL G&D Consultores S.A.S.

Características del marketing agrícola

La planificación estratégica del proyecto comercial de un negocio dedicado a la agricultura es un paso muy importante si se quiere vender más, tener más alcance y crecer como industria. En el marketing agrícola es imprescindible contar con una buena integración de todos los departamentos internos relacionados.



Fuente: Marketing agrícola, estrategia para vender más en el primer sector. (2021, julio 9). Antevenio. https://www.antevenio.com/blog/2021/07/marketing-agricola/

SENA ASOCAPRECOL G&D Consultores S.A.S.


Tipos de estrategias de marketing agrícola para mejorar las ventas
Venta por teléfono
Marketing en el punto de venta
Ferias comerciales
CLICK!
Ventanas emergentes
Clic en cada botón
SENA
ASOCAPRECOL
G&D Consultores S.
Web de comercio electrónico
Los mercados tradicionales son reemplazados gradualmente por plataformas de comercio electrónico. Un sitio web de comercio electrónico es la mejor manera de conseguir mayores ventas en su sector, ya que tus clientes potenciales pueden explorar y comprender tu negocio sin salir de casa.
SENA
ASOCAPRECOL
G&D Consultores S.A.S.


IA y chatbots
El continuo desarrollo de la inteligencia artificial (IA) también ha traído chatbots a nuestras vidas. Esta tecnología cada vez recopila más datos y conocimientos a lo largo del tiempo, proporcionándole más información sobre los clientes y alimentando otra tendencia clave de la que hablaremos más adelante.
SENA
ASOCAPRECOL
G&D Consultores S.A.S.
Marketing por email en agromarketing
¿Te preguntas qué estrategia de comercialización digital pueden proporcionarte el mejor rendimiento de inversión? Una de las respuestas es marketing por correo electrónico. Creando un boletín informativo por email, puedes mantener el contacto con tus clientes actuales y potenciales. El boletín proporciona a tus clientes más información sobre tu negocio, familiarizándoles más con tu empresa agrícola.
SENA
ASOCAPRECOL
G&D Consultores S.A.S.


Marketing de contenidos
La promoción de contenidos es la más destacada y eficaz forma del marketing online. Su objetivo es contar historias y cuanto mejores sean esas historias, más audiencia obtendrá. No obstante, no basta con crear un sitio web, mantener canales de redes sociales y proporcionar historias informativas sobre tu negocio, prácticas y servicios.
SENA
ASOCAPRECOL
G&D Consultores S.A.S.


2.5. COMERCIO ELECTRÓNICO PARA PRODUCTOS AGRÍCOLAS
La importancia del ecommerce para profesionales en el sector agrícola
Hace apenas dos años, apenas el 28% utilizaba el comercio electrónico con alguna frecuencia. Ahora este medio supera a las llamadas telefónicas y el email, convirtiéndose así en el canal más habitual dentro del sector agrícola.
La digitalización de la agricultura se ha llevado a cabo de manera sólida y firme. Sin embargo, para hacer crecer tu negocio en el entorno online, es fundamental solucionar los puntos débiles de las empresas de agricultura.
SENA
ASOCAPRECOL
G&D Consultores S.A.S.



Material de formación





Beneficiarios participantes de la acción de formación (rol estudiante)

AF2 - Mercadeo y promoción de productos agrícolas sostenibles G 2

Participantes

× Rol: Estudiante

Buscar palabra clave o seleccionar filtro

Número de participantes: 37

Nombre Todo A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

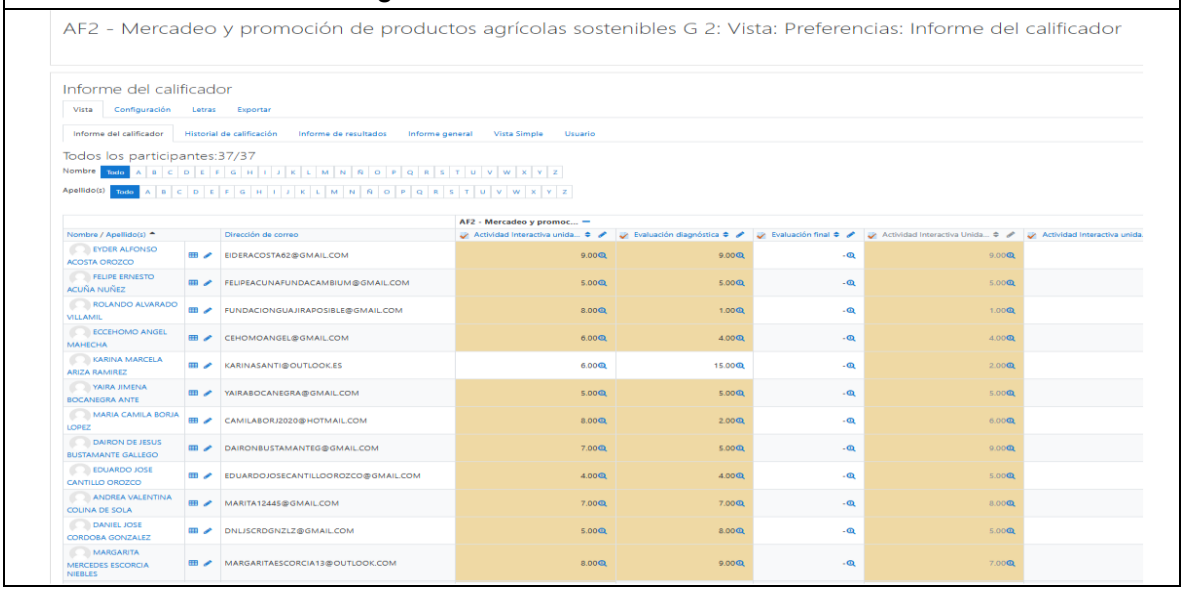
Apellido(s) Todo A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 »

Nombre / Apellido(s)	Dirección de correo	Roles	Grupos	Último acceso
ANA ESTHELLA FONTALVO JULIO	ANAESTHELLA.161997@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	6 días 6 horas
ANDREA VALENTINA COLINA DE SOLA	MARITA12445@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
ANYILIS MARCELA MERIÑO PALMA	IDALMISPALMA66@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
BELISARIO ANTONIO RODRIGUEZ DIAZ	BELISARIOANTONIO12@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
CECILIA MARIA POLO GUTIERREZ	KEINERMENDOZAPOLO59@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
DAIRON DE JESUS BUSTAMANTE GALLEGO	DAIRONBUSTAMANTEG@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	5 días 5 horas
DANIEL JOSE CORDOBA GONZALEZ	DNLJSCRDGNZLZ@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
DIANA ISABEL PATERNINA ESCORCIA	DPATERNINAVILLEGAS@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
DIEGO FERNANDO MOJICA MIRANDA	DIEGOMOJICA1983@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca

DORA INES FUENTES LUQUEZ	DORAFUENTESLUQUEZ@HOTMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
ECCEHOMO ANGEL MAHECHA	CEHOMOANGEL@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
EDUARDO JOSE CANTILLO OROZCO	EDUARDOJOSECANTILLOOROZCO@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	6 días 7 horas
ERNESTO FIDEL TOVAR HERNANDEZ	ERNESTO7106@HOTMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
EYDER ALFONSO ACOSTA OROZCO	EIDERACOSTA62@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
FELIPE ERNESTO ACUÑA NUÑEZ	FELIPEACUNAFUNDACAMBIUM@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
GLADYS ZORAIDA RODRIGUEZ CELIS	GRINGASPORT36@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
JHONN RICHARD MERCADO MERCADO	JHORIMER@HOTMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
JOSE JAVIER PAREJO GERONIMO	MAR2024GAREAZUL@HOTMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
JUAN CARLOS QUIÑONES ANGULO	JUANCAOK75@HOTMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
JULIO CESAR RUIZ GUERRERO	JULIORUIZGUERRERO2005@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	4 días 1 hora
KAREN LORENA JIMENEZ IBARRA	KARENJIMENEZ112000@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
KARINA MARCELA ARIZA RAMIREZ	KARINASANTI@OUTLOOK.ES	Estudiante	No hay grupos	48 segundos
LAURA ESTELA GOMEZ GIRALDO	LAURAEGOMEZG13@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	4 días 1 hora
MARGARITA MERCEDES ESCORCIA NIEBLES	MARGARITAESCORCIA13@OUTLOOK.COM	Estudiante	No hay grupos	4 días 21 horas
MARIA CAMILA BORJA LOPEZ	CAMILABORJ2020@HOTMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
MARIA ISABEL NOVOA OROZCO	MARINO19691@HOTMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
MARLENE MARIN SASTRE	MARLENMARIN043@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	1 día
MARTHA ISABEL ZABALA RUBIO	MARTHAZABALA97@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	1 día 12 horas
NAILEN CAROLINA JUVINAO MOLINA	NAYLENJUVINAO@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	6 días 7 horas
ORINSON PADILLA BORBON	OPADILLABORBON@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
RICARDO ADOLFO DE JESUS GARZON CRUZ	PARTICIPACIONCIUDADANA@PIEDRAS-TOLIMA.GOV.CO	Estudiante	No hay grupos	Nunca
ROLANDO ALVARADO VILLAMIL	FUNDACIONGUAJIRAPOSIBLE@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	24 minutos 6 segundos
SANTIAGO JOSE LOPEZ GONZALEZ	LOPESGONZA7@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	12 horas 53 minutos
SINDY PATRICIA LOPEZ ALMANZA	DELAROSADANNA828@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	6 días 4 horas
YAIRA JIMENA BOCANEGRA ANTE	YAIRABOCANEGRA@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	6 días 6 horas
YEINER DAVID SANCHEZ REATICA	SANCHEZYEINER56@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	11 horas 8 minutos
YEISON HERNANDEZ MORALES	DIANISSOTO40@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca

Progreso académico de los beneficiarios



Nombre / Apellido(s)	Dirección de correo	Actividad Interactiva unida...	Evaluación diagnóstica	Evaluación final	Actividad Interactiva Unida...
ANA ESTHELLA FONTALVO JULIO	ANAESTHELLA.161997@GMAIL.COM	5.00	2.50	15.00	4.00
DORA INES FUENTES LUQUEZ	DORAFUENTESLUQUEZ@HOTMAIL.COM	4.00	6.00	-	8.00
RICARDO ADOLFO DE JESUS GARZON CRUZ	PARTICIPACIONCIUDADANA@PIEDRAS-TOLIMA.GOV.CO	7.00	5.00	-	5.00
LAURA ESTELA GOMEZ GIRALDO	LAURAEGOMEZG13@GMAIL.COM	5.00	17.50	-	4.00
YEISON HERNANDEZ MORALES	DIANISSOTO40@GMAIL.COM	4.00	4.00	-	7.00
KAREN LORENA JIMENEZ IBARRA	KARENJIMENEZ112000@GMAIL.COM	7.00	2.00	-	5.00
NAILEN CAROLINA JUVINAO MOLINA	NAYLENJUVINAO@GMAIL.COM	6.00	5.00	-	8.00
SINDY PATRICIA LOPEZ ALMANZA	DELAROSADANNA828@GMAIL.COM	5.00	4.00	-	5.00
SANTIAGO JOSE LOPEZ GONZALEZ	LOPESGONZA7@GMAIL.COM	4.00	2.00	-	8.00
MARLENE MARIN SASTRE	MARLENMARIN043@GMAIL.COM	7.00	1.00	-	5.00
JHONN RICHARD MERCADO MERCADO	JHORIMER@HOTMAIL.COM	8.00	4.00	-	9.00
ANYILIS MARCELA MERIÑO PALMA	IDALMISPALMA66@GMAIL.COM	5.00	5.00	-	6.00
DIEGO FERNANDO MOJICA MIRANDA	DIEGOMOJICA1983@GMAIL.COM	8.00	2.00	-	5.00
MARIA ISABEL NOVOA OROZCO	MARINO19691@HOTMAIL.COM	5.00	5.00	-	8.00
ORINSON PADILLA BORBON	OPADILLABORBON@GMAIL.COM	9.00	4.00	-	4.00
JOSE JAVIER PAREJO GERONIMO	MAR2024GAREAZUL@HOTMAIL.COM	6.00	5.00	-	7.00
DIANA ISABEL PATERNINA ESCORCIA	DPATERNINAVILLEGAS@GMAIL.COM	5.00	8.00	-	5.00
CECILIA MARIA POLO GUTIERREZ	KEINERMENDOZAPOLO59@GMAIL.COM	8.00	6.00	-	8.00
JUAN CARLOS QUIÑONES ANGULO	JUANCAOK75@HOTMAIL.COM	5.00	5.00	-	5.00
GLADYS ZORAIDA RODRIGUEZ CELIS	GRINGASPORT36@GMAIL.COM	4.00	4.00	-	4.00
BELISARIO ANTONIO	BELISARIOANTONIO12@GMAIL.COM	7.00	7.00	-	7.00

Comunicación con los beneficiarios



10. CONCEPTO ACÁDEMICO

En esta plataforma virtual, cabe resaltar de manera positiva la organización y presentación de los contenidos y el diseño de las actividades pedagógicas para los beneficiarios y la Acción de Formación “Mercadeo y promoción de productos agrícolas sostenibles”.

La formación especializada en mercadeo y promoción de productos agrícolas sostenibles es fundamental para empoderar a los campesinos y mejorar su capacidad de competir en

mercados nacionales e internacionales. Esta acción de formación proporcionará herramientas y conocimientos específicos para que los agricultores implementen prácticas sostenibles, accedan a financiamiento y mercados, y adopten tecnologías avanzadas. Así, se promoverá un desarrollo agrícola sostenible, se fortalecerá la economía rural y se mejorará la calidad de vida de los campesinos.

Cada unidad temática proporciona capacitar a los campesinos colombianos en áreas clave como el marketing y la promoción de productos agrícolas, Comercialización y ventas efectivas, Marketing social y responsabilidad empresarial en el agro, y Enfoque transversal de sostenibilidad 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. Estos se encuentran organizados a través de los recursos que la misma plataforma provee para el montaje de contenidos, como cuestionarios, videos, foro además de la posibilidad de acceder a las secciones sincrónicas y enlaces a información interna y externa, que involucran de manera activa a los beneficiarios en su proceso de aprendizaje.

La acción de formación visitada y unidad temática analizada 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: Diego Hernán Rivera Flórez – Interventor
Revisó: Martha Álvarez – Coordinadora académica