Bogotá D.C., 28 de diciembre de 2024

NOVENO 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	AF5 Mercadeo internacional y promoción en mercados externo
Modalidad	Presencial
Grupo	1
Unidad temática	UT2 - Identificación de mercados potenciales y análisis de la competencia internacional
Tipo de evento formativo	Campamento de formación
Lugar de ejecución	Guachaca - Colegio Sede Orinoco, Puerto Nuevo Salón grado primero.
Fecha de visita	27 de noviembre de 2024
Hora de la visita	10:00 am- 12:00 pm
Interventor que realiza la visita	Stephany Osorio Caballero

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 -ASOCAPRESOL se permite presentar el informe de la visita de campo realizada al evento de la referencia.

1. DATOS DE LOS CAPACITADORES:

- Nombre: Claudia Patricia Urquijo Ardila
- Identificación: C.C. 36.720.691

- Nombre: Leonel Moscote Díaz
- Identificación: C.C. 9.237.711

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 la acción de formación:

3. DESARROLLO DE LA VISITA

Detalles de la acción de formación: la acción formativa AF5 “Mercadeo internacional y promoción en mercados externo," en su unidad temática 2 “Identificación de mercados potenciales y análisis de la competencia internacional" se llevó a cabo utilizando una metodología teórico-práctica, apoyada en una cartilla impresa como material de formación. Durante la visita de interventoría, se verificó que el desarrollo del evento estuviera alineado con los parámetros establecidos en la propuesta aprobada y en el procedimiento de visitas a las acciones formativas.

Desde el enfoque metodológico, la acción formativa AF5 “Mercadeo internacional y promoción en mercados externos,” en su unidad temática 2 “Identificación de mercados potenciales y análisis de la competencia internacional,” se desarrolló utilizando una metodología teórico-práctica respaldada por una cartilla impresa como material de formación. Durante la visita de interventoría, se verificó que el desarrollo de las actividades estuviera alineado con los parámetros establecidos en la propuesta aprobada y el procedimiento de visitas a las acciones formativas.

En la fase teórica, se abordaron conceptos clave relacionados con la identificación de mercados potenciales y el análisis competitivo en el ámbito internacional. Los capacitadores explicaron detalladamente métodos de segmentación de mercados, criterios de selección y estrategias de posicionamiento global. Se utilizaron ejemplos reales y estudios de casos que permitieron contextualizar los conceptos presentados, facilitando su comprensión y asimilación por parte de los participantes.

Con relación a la parte práctica, se desarrollaron ejercicios guiados basados en los casos planteados en la cartilla impresa. Los participantes aplicaron técnicas de análisis de la competencia, identificaron oportunidades comerciales y diseñaron estrategias de promoción adaptadas a diferentes entornos internacionales. Esta dinámica permitió el desarrollo de competencias técnicas esenciales para la gestión de proyectos de mercadeo global.

3.1. Uso de imagen institucional del SENA: durante la visita se evidenció el uso de presentaciones en PowerPoint (diapositivas), con el diseño y disposición de las piezas gráficas las cuales corresponden al aprobado por el SENA. Por otro lado, se pudo determinar el uso de la imagen institucional del SENA en la cartilla impresa, el cuaderno y el lapicero entregado a los participantes.

Al inicio del evento formativo se dio cumplimiento a la presentación del jingle del programa y del video de bienvenida.

3.3 Gratuidad de la formación: se evidenció el uso de la frase institucional del SENA *"Las acciones de formación ejecutadas en el marco de la convocatoria DG 001-2024 son gratuitas para los trabajadores beneficiarios"* en la contraportada de la cartilla impresa.

En la presentación por parte de la interventoría en la visita de campo, se indagó a los beneficiarios si el conviniente le había realizado cobro por la participación del evento formativo, manifestando que la capacitación la están recibiendo de manera gratuita.

3.4 Beneficiarios: el número de beneficiarios esperados de acuerdo con el cronograma y la propuesta aprobada es de 25, en la visita se encontraron 20 participantes para la acción de formación y grupo objeto de revisión. 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. La mayoría de estos campesinos tienen un nivel de escolaridad que va desde educación primaria hasta educación secundaria.

3.5 Capacitador: las docentes a cargo de la sesión formativa son: Claudia Patricia Urquijo Ardila y Leonel Moscote Díaz, en la visita se pudo verificar sus documentos de identidad, los cuales corresponde a los aprobados por la interventoría y al registrado en el cronograma de la propuesta aprobada.

Se evidenció que los docentes a cargo de la acción de formación demostraron un manejo adecuado tanto de las temáticas impartidas como de las actividades desarrolladas, evidenciando un sólido dominio de los contenidos relacionados con el mercadeo internacional y promoción en mercados externo.

3.6 Material de formación: El material de formación entregado por el conviniente a los participantes asistentes al evento formativo "Campamento de formación" para el desarrollo de la AF5 ***"Mercadeo internacional y promoción en mercados externo"***, corresponde a una cartilla impresa de tamaño carta, en posición vertical, a full color, en papel bond 75 g, carátula propalcote de 75 g y encuadernada a caballete con grapa, contiene tiene el logo símbolo del SENA y tiene la siguiente indicación "*Las acciones de formación ejecutadas en el marco de la convocatoria DG-0001-2024 son gratuitas para los trabajadores"*, lo cual se encuentra descrito en la parte trasera de la cartilla.

Este material de formación corresponde al aprobado en la propuesta y reúne medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan el desarrollo de la acción de formación.

Durante la visita se evidenció la implementación de recursos didácticos como material de apoyo para facilitar la transmisión de conocimiento, correspondiente a la presentación a través de diapositivas digitales que cumplen con los atributos gráficos aprobados por el SENA.

4. CONDICIONES DEL AMBIENTE DE FORMACIÓN

4.1. Modalidad presencial

Durante la visita realizada por interventoría se observaron las condiciones físicas del espacio en el cual se desarrolló el evento formativo, en el que se pudo evidenciar, buena iluminación, espacio con ventilación, sillas y mobiliario requerido en buenas condiciones y la implementación de herramientas técnicas y digitales como video Beam y computador que permitieron la visualización de los contenidos estudiados.

Durante la visita se evidenció lo siguiente:

4.1.1 Ayudas y equipos para la formación: Durante el evento formativo de la acción de formación 5, se observó la utilización de un computador portátil, video Beam, por parte de los docentes, como herramienta de apoyo a la interlocución con los beneficiarios, para el desarrollo de la capacitación. Por medio de una presentación de diapositivas los docentes desarrollaron la temática respectiva.

4.1.2 Aulas, salones y auditorios: El lugar en el que se desarrolló el evento formativo corresponde a un salón de clases del colegio sede Orinoco en Guachaca, este es un espacio amplio, que cuenta con sillas, tablero y

escritorio, elementos propios de zona rural. Es importante mencionar que el equipo docente trasladó elementos audiovisuales para fortalecer el proceso de capacitación a través de estas ayudas, sin embargo, la falta de fluido eléctrico impidió la implementación de estas herramientas.

5. HALLAZGOS

No se evidenciaron desviaciones por parte de la interventoría que requieran ser abordadas como hallazgos.

6. 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 diplomado sea satisfactorio y oportuno.

7. CONCLUSIONES

- La capacitación de la AF5 ***"Mercadeo internacional y promoción en mercados externo",*** específicamente en la UT2 - Identificación de mercados potenciales y análisis de la competencia internacional, se realizó de acuerdo con el cronograma aprobado del lugar, fecha y horario establecido.
- Se observó la utilización de computador y demás herramientas digitales que permitieron la proyección de la presentación en PowerPoint para facilitar la comprensión de los contenidos para los participantes.
- En visita se observa la entrega y uso de la cartilla impresa, cuaderno y lapicero con la imagen institucional, lo cual corresponde a la aprobada en la propuesta.

8. REGISTRO VISUAL

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

Fachada del lugar donde se ejecuta la acción de formación

Capacitador con interventoría



Cédula del capacitador





El interventor con el capacitador y el grupo visitado





Unidad temática desarrollada en la sesión


Existen diferentes herramientas y metodologías
Análisis PESTEL
Sociales (cultura, religión, creencias).
Demografía, estilo de vida, tendencia, sexo, edad, nivel de educación.
Tecnológicos
Innovación, automatización, tecnologías emergentes, costo de energía, acceso a internet. (IA, au
Ecológicos
Legales


VAMOS A LA PRÁCTICA
¿Cuáles son tus productos?
¿Cuáles son los beneficios de tus productos?
¿Qué diferencia a tus productos de los demás?
¿Qué prácticas realizas para mejorar tus productos?
¿Qué personas consumen más este tipo de productos?


Estudio de la Competencia
Competencia directa: Empresas que venden el mismo tipo de producto o uno muy similar.
Competencia indirecta: Ofrecen productos que pueden satisfacer la misma necesidad o sustituir al original. Ejemplo: té y las infusiones compiten indirectamente con el café.


Producto

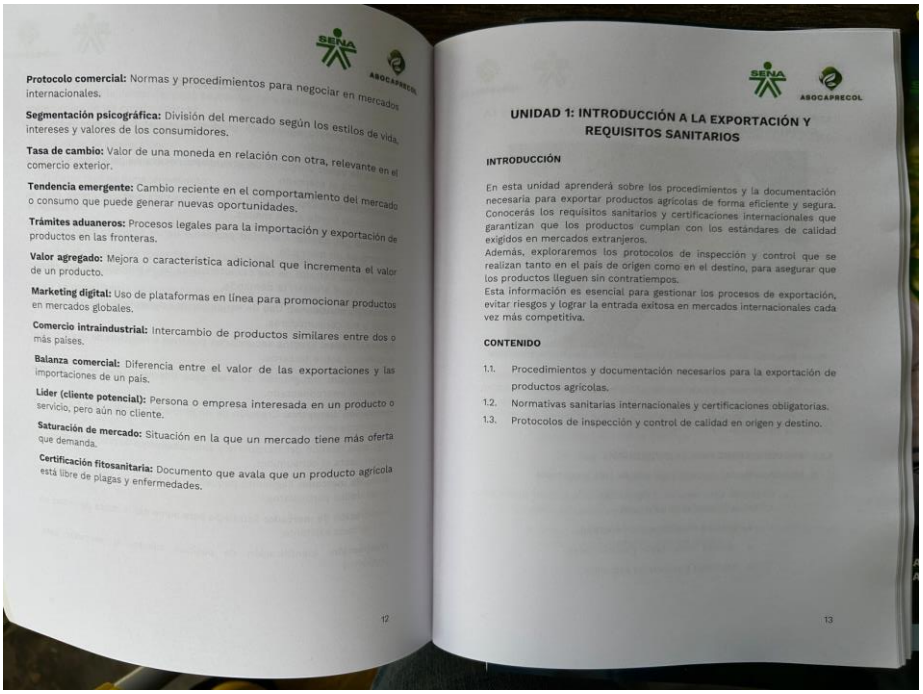


Beneficiarios asistentes a la acción de formación



Material de formación (cubierta – contenido – contracubierta)





Protocolo comercial: Normas y procedimientos para negociar en mercados internacionales.

Segmentación psicográfica: División del mercado según los estilos de vida, intereses y valores de los consumidores.

Tasa de cambio: Valor de una moneda en relación con otra, relevante en el comercio exterior.

Tendencia emergente: Cambio reciente en el comportamiento del mercado o consumo que puede generar nuevas oportunidades.

Trámites aduaneros: Procesos legales para la importación y exportación de productos en las fronteras.

Valor agregado: Mejora o característica adicional que incrementa el valor de un producto.

Marketing digital: Uso de plataformas en línea para promocionar productos en mercados globales.

Comercio intraindustrial: Intercambio de productos similares entre dos o más países.

Balanza comercial: Diferencia entre el valor de las exportaciones y las importaciones de un país.

Líder (cliente potencial): Persona o empresa interesada en un producto o servicio, pero aún no cliente.

Saturación de mercado: Situación en la que un mercado tiene más oferta que demanda.

Certificación fitosanitaria: Documento que avala que un producto agrícola está libre de plagas y enfermedades.

12

ASOCAPRECOL

UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN A LA EXPORTACIÓN Y REQUISITOS SANITARIOS

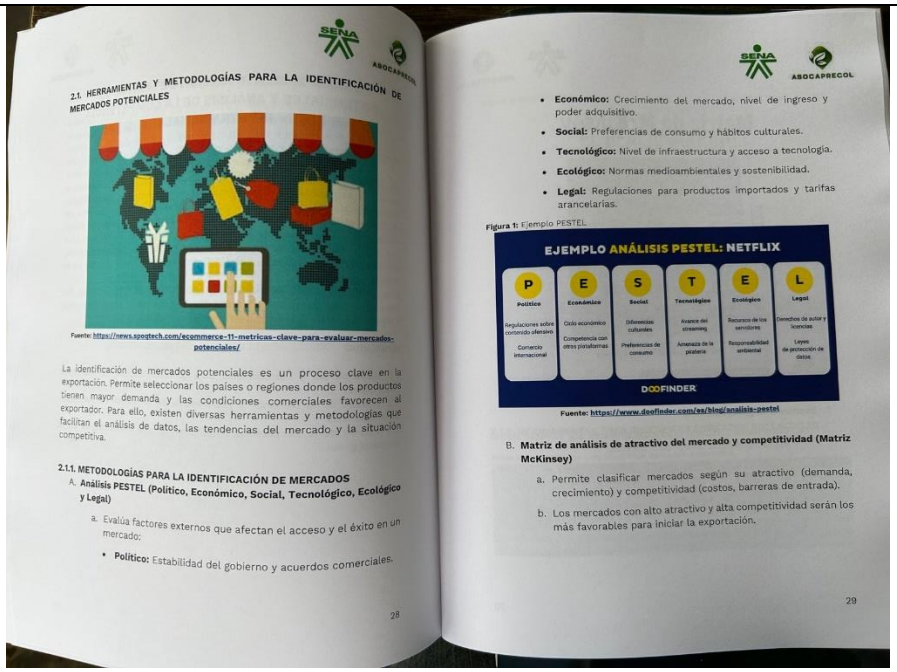
INTRODUCCIÓN

En esta unidad aprenderá sobre los procedimientos y la documentación necesaria para exportar productos agrícolas de forma eficiente y segura. Conocerás los requisitos sanitarios y certificaciones internacionales que garantizan que los productos cumplan con los estándares de calidad exigidos en mercados extranjeros.
Además, exploraremos los protocolos de inspección y control que se realizan tanto en el país de origen como en el destino, para asegurar que los productos lleguen sin contratiempos.
Esta información es esencial para gestionar los procesos de exportación, evitar riesgos y lograr la entrada exitosa en mercados internacionales cada vez más competitiva.

CONTENIDO

1.1. Procedimientos y documentación necesarios para la exportación de productos agrícolas.
1.2. Normativas sanitarias internacionales y certificaciones obligatorias.
1.3. Protocolos de inspección y control de calidad en origen y destino.

13



2.1. HERRAMIENTAS Y METODOLOGÍAS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE MERCADOS POTENCIALES

Fuente: https://news.spoqtech.com/ecommerce-11-metricas-clave-para-evaluar-mercados-potenciales/

La identificación de mercados potenciales es un proceso clave en la exportación. Permite seleccionar los países o regiones donde los productos tienen mayor demanda y las condiciones comerciales favorecen al exportador. Para ello, existen diversas herramientas y metodologías que facilitan el análisis de datos, las tendencias del mercado y la situación competitiva.

2.1.1. METODOLOGÍAS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE MERCADOS

A. **Análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal)**

a. Evalúa factores externos que afectan el acceso y el éxito en un mercado:

- **Político:** Estabilidad del gobierno y acuerdos comerciales.

28

- **Económico:** Crecimiento del mercado, nivel de ingreso y poder adquisitivo.
- **Social:** Preferencias de consumo y hábitos culturales.
- **Tecnológico:** Nivel de infraestructura y acceso a tecnología.
- **Ecológico:** Normas medioambientales y sostenibilidad.
- **Legal:** Regulaciones para productos importados y tarifas arancelarias.

Figura 1: Ejemplo PESTEL

Fuente: https://www.doofinder.com/es/blog/analisis-pestel

B. **Matriz de análisis de atractivo del mercado y competitividad (Matriz McKinsey)**

a. Permite clasificar mercados según su atractivo (demanda, crecimiento) y competitividad (costos, barreras de entrada).

b. Los mercados con alto atractivo y alta competitividad serán los más favorables para iniciar la exportación.

29



Imagen institucional SENA







Ayudas y equipos



Espacio de formación (salón, sillas, etc.)


9. CONCEPTO ACADÉMICO

Desde el ámbito académico, la ejecución de la acción formativa AF5 “Mercadeo internacional y promoción en mercados externos” en la unidad temática 2 “Identificación de mercados potenciales y análisis de la competencia internacional” se llevó a cabo conforme a los estándares definidos en la propuesta aprobada. Durante la visita de interventoría, se constató una adecuada correspondencia entre los contenidos impartidos, las actividades realizadas y las competencias esperadas, lo que evidenció una correcta planificación y ejecución del proceso formativo.

El enfoque pedagógico utilizado integró componentes teóricos y prácticos, asegurando una experiencia de aprendizaje significativa. La fase teórica incluyó exposiciones detalladas sobre metodologías de análisis de mercados internacionales y estrategias de promoción, permitiendo a los participantes adquirir una base conceptual sólida. La parte práctica se centró en el análisis de casos aplicados, utilizando la cartilla impresa como recurso didáctico, lo que fomentó la aplicación directa de los conocimientos adquiridos, además se promovió el trabajo grupal, en la que se discutieron principales escenarios de acuerdo a la unidad temática abordada.

Durante la sesión formativa, se observó una interacción activa entre los capacitadores y los participantes, generando un ambiente de aprendizaje participativo y colaborativo. Las discusiones guiadas y los ejercicios grupales fortalecieron el pensamiento crítico y la toma de decisiones estratégicas basadas en análisis de datos de mercados externos.

En conclusión, la acción formativa se desarrolló de manera académicamente pertinente y metodológicamente adecuada. La combinación de teoría, práctica y recursos didácticos bien seleccionados permitió alcanzar los objetivos de aprendizaje propuestos, desarrollando en los participantes competencias clave para el análisis y la promoción en mercados internacionales.

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

STEPHANY OSORIO CABALLERO
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: Stephany Osorio Caballero – Interventora
Revisó: Martha Cecilia Álvarez Osorio – Coordinadora académica