Bogotá D.C., 05 de diciembre de 2024

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

Conviniente	ASOCIACIÓN CAMPESINA PARA EL FOMENTO AGROPECUARIO NACIONAL- ASOCAFAN.
Convenio n.°	CO1.PCCNTR.6914085 de 2024
Nombre de la acción formativa	AF3- Técnicas y estrategias para el posicionamiento y la diferenciación de productos en el mercado agrícola.
Modalidad	Virtual
Grupo	2
Unidad temática	UT2 - Características distintivas de los productos agrícolas.
Tipo de evento formativo	Curso
Lugar de ejecución	Bogotá D.C
Fecha de visita	25/11/2024
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 ASOCIACIÓN CAMPESINA PARA EL FOMENTO AGROPECUARIO NACIONAL- ASOCAFAN, se permite presentar el informe de la visita de campo realizada al evento de la referencia.

1. DATOS DEL CAPACITADOR

- Nombre: Ángela Liliana Colmenares Cajamarca
- Identificación: C.C. 52.450.677

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 actividad 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 AF3-Técnicas y estrategias para el posicionamiento y la diferenciación de productos en el mercado agrícola, en su unidad temática 2 Características distintivas de los productos agrícolas**,** 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.

En cuanto a la intencionalidad pedagógica, se observa que la acción de formación busca desarrollar los conocimientos y capacidades de los campesinos y campesinas sobre las características y signos distintivos de sus productos, de acuerdo con las particularidades de sus productos y del mercado al que se dirigen, con el fin de aprovecharlas al máximo, mediante el diseño e implementación de técnicas y estrategias de marketing efectivas.

Además, al revisar el contenido dispuesto en la plataforma virtual, respecto a los temas objetos de la visita, se evidenció de la unidad temática número 2 Características distintivas de los productos agrícolas, el material con conceptos esenciales para el desarrollo de la acción de formación tales como: Tipos de características distintivas, proceso de identificación y registro de características distintivas, valor agregado de las características distintivas en el mercado agrícola, estrategias para proteger y promover las características distintivas de los productos agrícolas y casos de éxito de productos agrícolas con características distintivas en el mercado global. Evidencias conceptuales expuestas y registradas en cada uno de los recursos de trabajo virtual, correspondientes a la UT2.

A su vez, 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 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 la profesional Ángela Liliana Colmenares Cajamarca, identificada con cedula de ciudadanía N° 52.450.677, 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

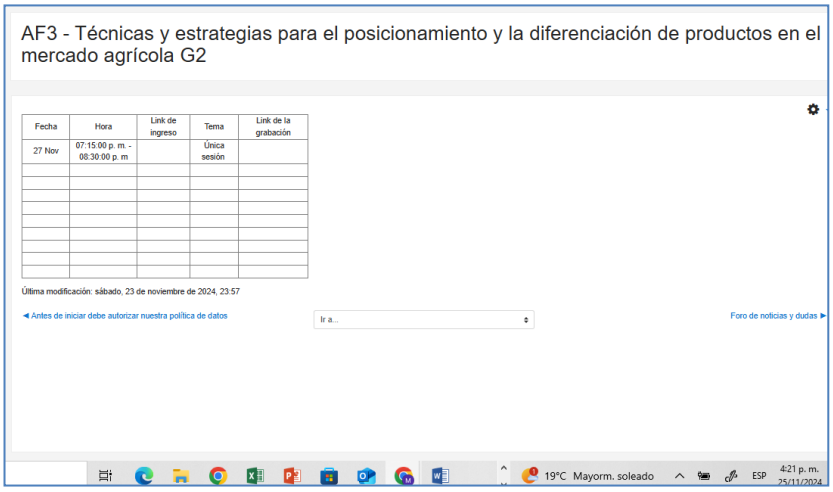
Aspecto	Validación durante la visita
Uso de imagen institucional del SENA	Se valida el uso de las piezas graficas aprobadas por el SENA y el uso de la imagen institucional. Se verifica que en la página principal de la plataforma virtual se encuentran cargados y disponibles para ser reproducidos el video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

Aspecto	Validación durante la visita
Material de formación	El material de formación de la AF3- Técnicas y estrategias para el posicionamiento y la diferenciación de productos en el mercado agrícola, 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://aulavirtualasodesing.org/ 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. 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: Al término de esta visita se indica fecha de única programación para el 27 de noviembre, tal como se evidencia en la siguiente imagen.

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 registra link de acceso**.
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

Continuar orientando de forma dinámica y presta, los procesos de acompañamiento y formación VIRTUAL a todos los participantes y beneficiarios desde la coordinación de las actividades y propuestas metodológicas interactivas, asegurando que el avance y culminación del curso sea satisfactorio y oportuno, según lo programado estructuralmente en su contenido programático.

Luego de la sesión sincrónica programada para el 27 de noviembre- 2024, subir el video de evidencia.

8. CONCLUSIONES

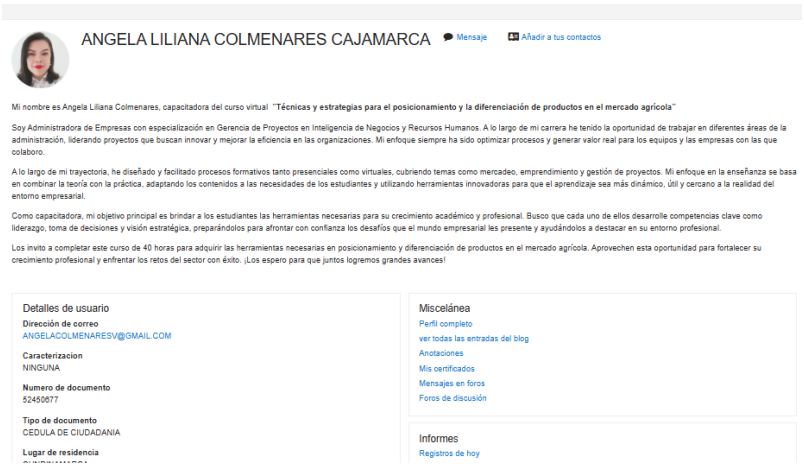
- El uso del espacio virtual permite un buen desempeño en el cumplimiento de las actividades propuestas en el proyecto.
- La estructura de diseño de la plataforma facilita un trabajo organizado y categórico, de tal forma que los participantes se ubiquen teóricamente en el espacio.
- La acción de formación, 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 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.
- La capacitadora que está moderando la formación virtual corresponde a la programada por el Conviniente y es la aprobada por la Interventoría.

9. REGISTRO VISUAL

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

Capacitadores de la acción de formación

AF3 - Técnicas y estrategias para el posicionamiento y la diferenciación de productos en agrícola G2



ANGELA LILIANA COLMENARES CAJAMARCA Mensaje Añadir a tus contactos

Mi nombre es Angela Liliana Colmenares, capacitadora del curso virtual "**Técnicas y estrategias para el posicionamiento y la diferenciación de productos en el mercado agrícola**"

Soy Administradora de Empresas con especialización en Gerencia de Proyectos en Inteligencia de Negocios y Recursos Humanos. A lo largo de mi carrera he tenido la oportunidad de trabajar en diferentes áreas de la administración, liderando proyectos que buscan innovar y mejorar la eficiencia en las organizaciones. Mi enfoque siempre ha sido optimizar procesos y generar valor real para los equipos y las empresas con las que colaboro.

A lo largo de mi trayectoria, he diseñado y facilitado procesos formativos tanto presenciales como virtuales, cubriendo temas como mercadeo, emprendimiento y gestión de proyectos. Mi enfoque en la enseñanza se basa en combinar la teoría con la práctica, adaptando los contenidos a las necesidades de los estudiantes y utilizando herramientas innovadoras para que el aprendizaje sea más dinámico, útil y cercano a la realidad del entorno empresarial.

Como capacitadora, mi objetivo principal es brindar a los estudiantes las herramientas necesarias para su crecimiento académico y profesional. Busco que cada uno de ellos desarrolle competencias clave como liderazgo, toma de decisiones y visión estratégica, preparándolos para afrontar con confianza los desafíos que el mundo empresarial les presente y ayudándolos a destacar en su entorno profesional.

Los invito a completar este curso de 40 horas para adquirir las herramientas necesarias en posicionamiento y diferenciación de productos en el mercado agrícola. Aprovechen esta oportunidad para fortalecer su crecimiento profesional y enfrentar los retos del sector con éxito. ¡Los espero para que juntos logremos grandes avances!

Detalles de usuario
Dirección de correo
ANGELACOLMENARESV@GMAIL.COM
Caracterizacion
NINGUNA
Numero de documento
52450677
Tipo de documento
CEDULA DE CIUDADANIA
Lugar de residencia

Miscelánea
Perfil completo
ver todas las entradas del blog
Anotaciones
Mis certificados
Mensajes en foros
Foros de discusión

Informes
Registros de hoy

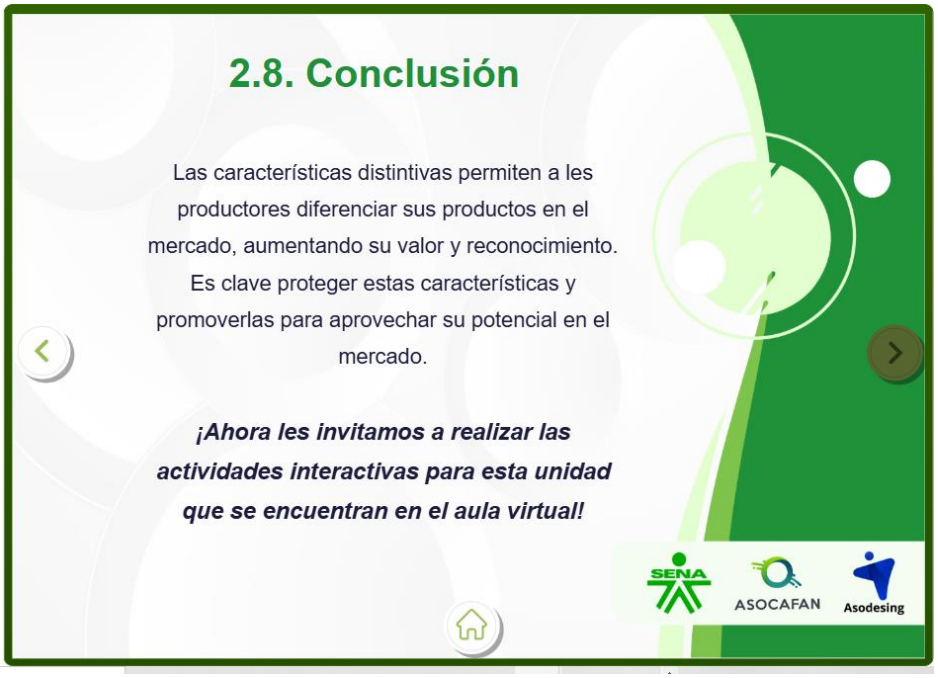
Soporte técnico - Centro de Atención al Usuario (CAU)



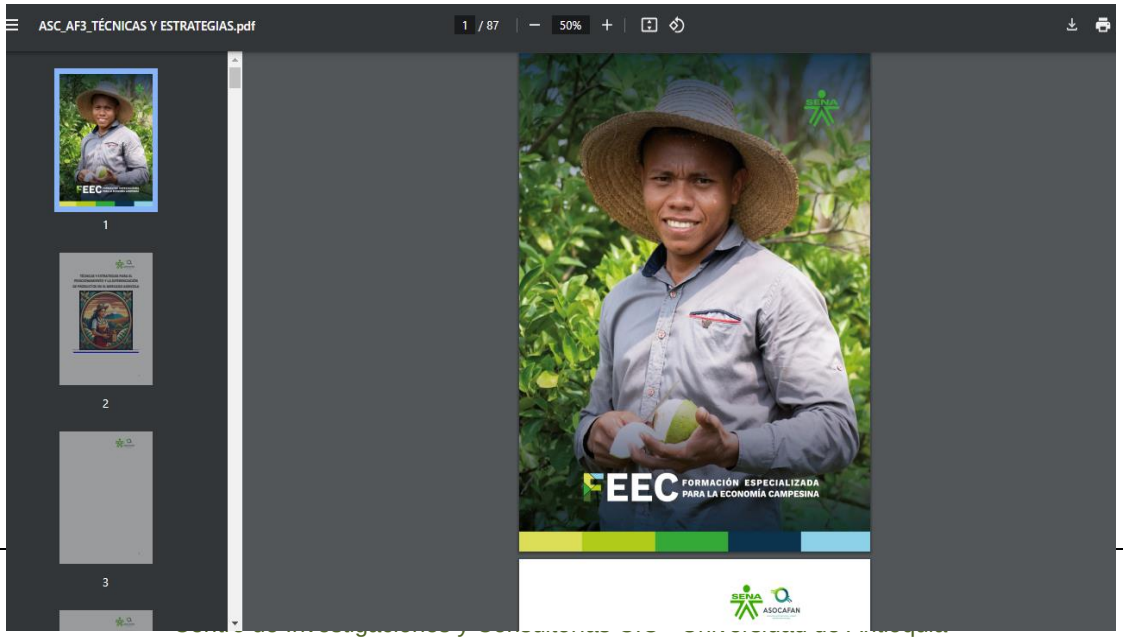
Unidad temática visitada

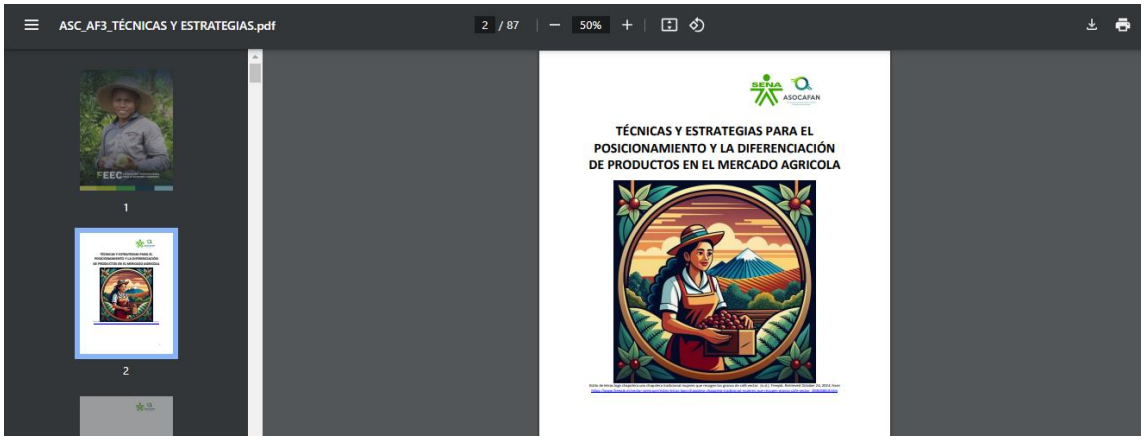


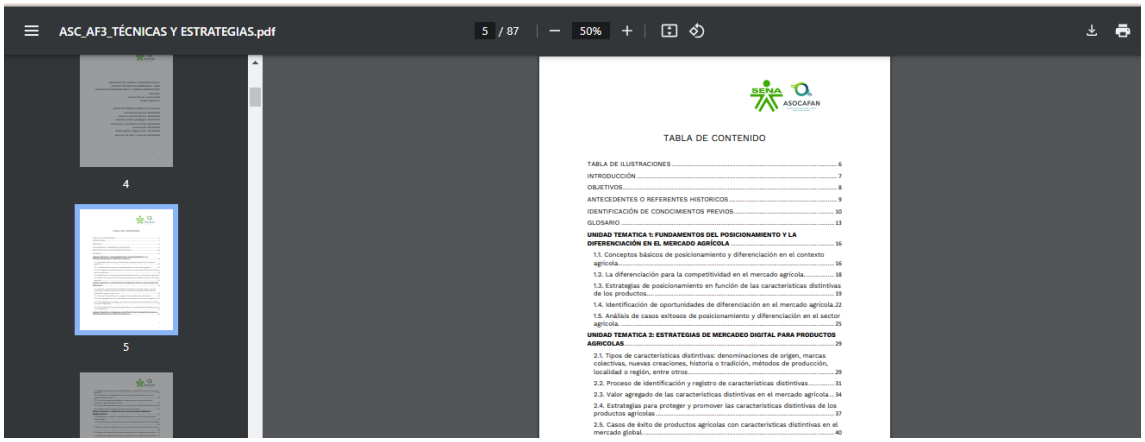


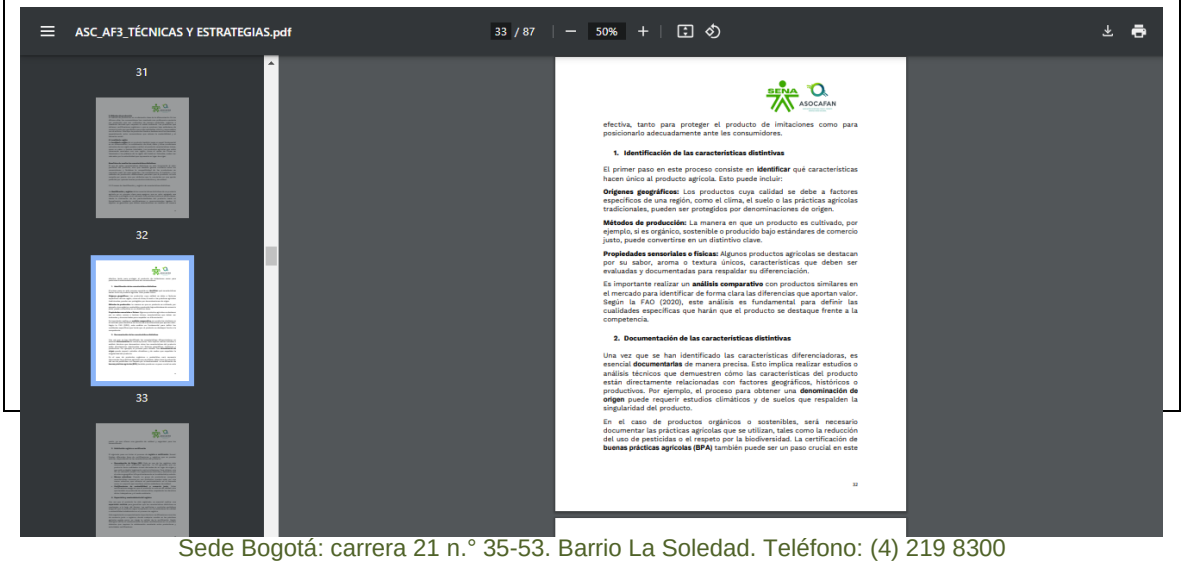


Material de formación

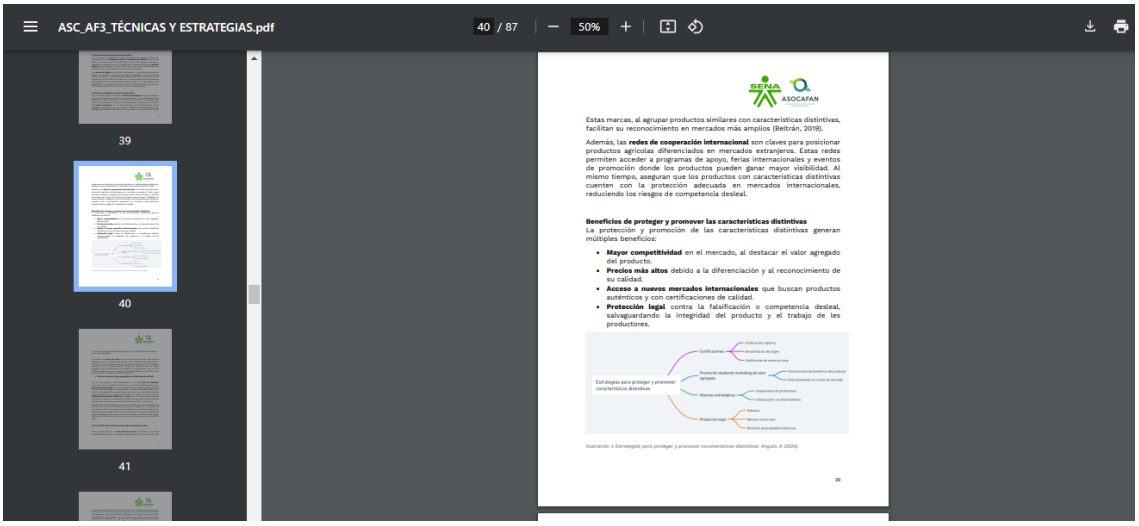


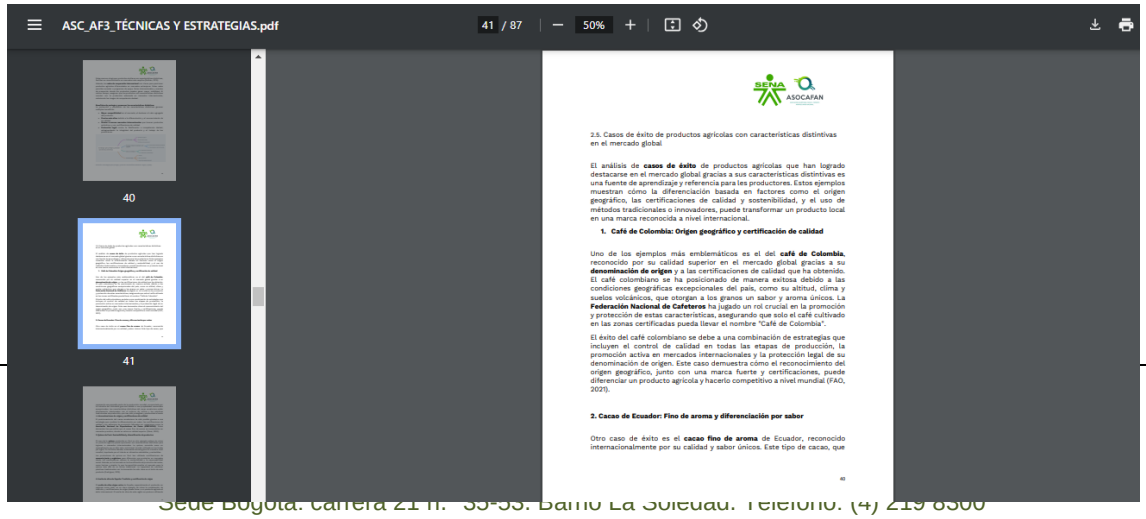

ASC_AF3_TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS.pdf
2 / 87
50%
TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO Y LA DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS EN EL MERCADO AGRICOLA


ASC_AF3_TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS.pdf
5 / 87
50%
TABLA DE CONTENIDO

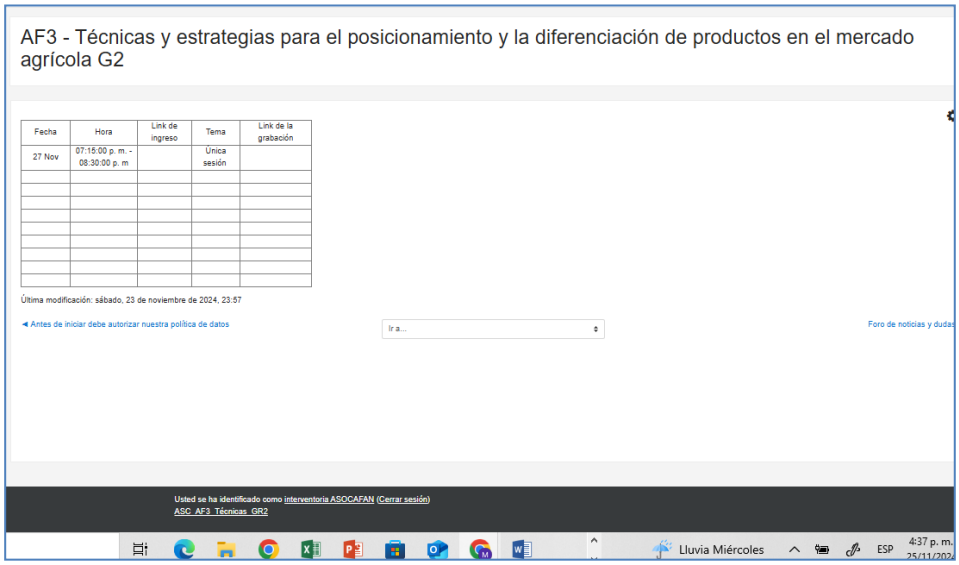

ASC_AF3_TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS.pdf
33 / 87
50%


ASC_AF3_TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS.pdf
36 / 87
50%
35
36
ASOCAFAN
denominaciones de origen permiten a los productores "diferenciar sus productos en el mercado y aumentar su valor" (p. 21). El café de Colombia y el queso Roquefort de Francia son ejemplos de productos que han logrado incrementar su valor en el mercado global gracias a su denominación de origen.
Además de las denominaciones de origen, las certificaciones de calidad, como las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) o las certificaciones orgánicas, son herramientas poderosas que incrementan la confianza de los consumidores en la calidad y seguridad de un producto. Estos sellos de garantía son especialmente importantes en mercados internacionales, donde los compradores buscan productos que cumplan con normas estrictas de seguridad alimentaria y sostenibilidad (FAO, 2021).
2. Sostenibilidad y responsabilidad social: un enfoque valorado
El enfoque en la sostenibilidad y la responsabilidad social ha cobrado gran relevancia en los últimos años, agregando un valor significativo a los productos agrícolas. Los consumidores, cada vez más conscientes de los impactos ambientales y sociales de sus compras, tienden a preferir productos que respeten los ecosistemas y promuevan el bienestar de los trabajadores agrícolas. Los productos certificados bajo el sello de comercio justo (Fair Trade), por ejemplo, garantizan que los productores han recibido un pago justo por su trabajo y que se han respetado estándares sociales y medioambientales.
Estos productos no solo son percibidos como de alta calidad, sino que también generan una conexión emocional con los consumidores, quienes están dispuestos a pagar más por productos que reflejan sus valores éticos y medioambientales. De hecho, el mercado global de productos sostenibles

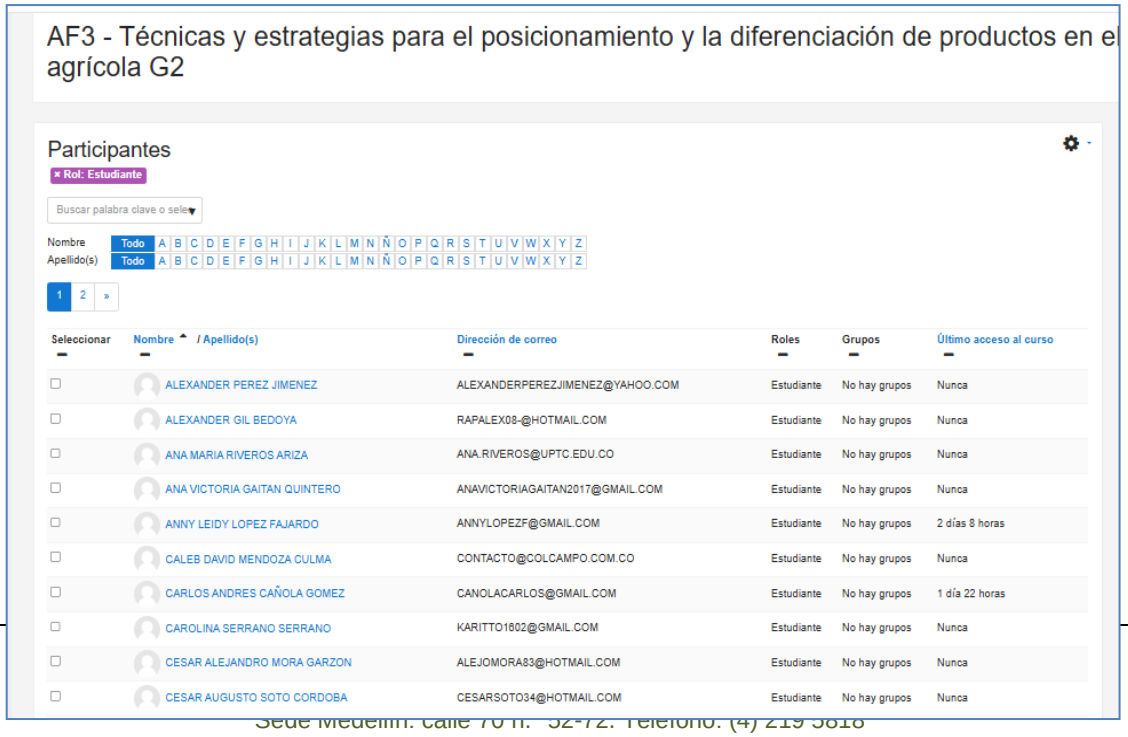

ASC_AF3_TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS.pdf
40 / 87
50%
39
40
41
ASOCAFAN
Estas marcas, al agrupar productos similares con características distintivas, facilitan su reconocimiento en mercados más amplios (Beltrán, 2019).
Además, las redes de cooperación internacional son claves para posicionar productos agrícolas diferenciados en mercados extranjeros. Estas redes permiten acceder a programas de apoyo, ferias internacionales y eventos de promoción donde los productos pueden ganar mayor visibilidad. Al mismo tiempo, aseguran que los productos con características distintivas cuenten con la protección adecuada en mercados internacionales, reduciendo los riesgos de competencia desleal.
Beneficios de proteger y promover las características distintivas
La protección y promoción de las características distintivas generan múltiples beneficios:
Mayor competitividad en el mercado, al destacar el valor agregado del producto.
Precios más altos debido a la diferenciación y al reconocimiento de su calidad.
Acceso a nuevos mercados internacionales que buscan productos auténticos y con certificaciones de calidad.
Protección legal contra la falsificación o competencia desleal, salvaguardando la integridad del producto y el trabajo de los productores.
Estrategias para proteger y promover características distintivas
Certificaciones
Promoción mediante marketing de valor agregado
Alianzas estratégicas
Protección legal
Ilustración 2 Estrategias para proteger y promover características distintivas. Angulo, A (2024).


ASC_AF3_TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS.pdf
41 / 87
50%
40
41
ASOCAFAN
2.5. Casos de éxito de productos agrícolas con características distintivas en el mercado global
El análisis de casos de éxito de productos agrícolas que han logrado destacarse en el mercado global gracias a sus características distintivas es una fuente de aprendizaje y referencia para los productores. Estos ejemplos muestran cómo la diferenciación basada en factores como el origen geográfico, las certificaciones de calidad y sostenibilidad, y el uso de métodos tradicionales o innovadores, puede transformar un producto local en una marca reconocida a nivel internacional.
1. Café de Colombia: Origen geográfico y certificación de calidad
Uno de los ejemplos más emblemáticos es el del café de Colombia, reconocido por su calidad superior en el mercado global gracias a su denominación de origen y a las certificaciones de calidad que ha obtenido. El café colombiano se ha posicionado de manera exitosa debido a las condiciones geográficas excepcionales del país, como su altitud, clima y suelos volcánicos, que otorgan a los granos un sabor y aroma únicos. La Federación Nacional de Cafeteros ha jugado un rol crucial en la promoción y protección de estas características, asegurando que solo el café cultivado en las zonas certificadas pueda llevar el nombre "Café de Colombia".
El éxito del café colombiano se debe a una combinación de estrategias que incluyen el control de calidad en todas las etapas de producción, la promoción activa en mercados internacionales y la protección legal de su denominación de origen. Este caso demuestra cómo el reconocimiento del origen geográfico, junto con una marca fuerte y certificaciones, puede diferenciar un producto agrícola y hacerlo competitivo a nivel mundial (FAO, 2021).
2. Cacao de Ecuador: Fino de aroma y diferenciación por sabor
Otro caso de éxito es el cacao fino de aroma de Ecuador, reconocido internacionalmente por su calidad y sabor únicos. Este tipo de cacao, que

Asistencia a las sesiones sincrónicas



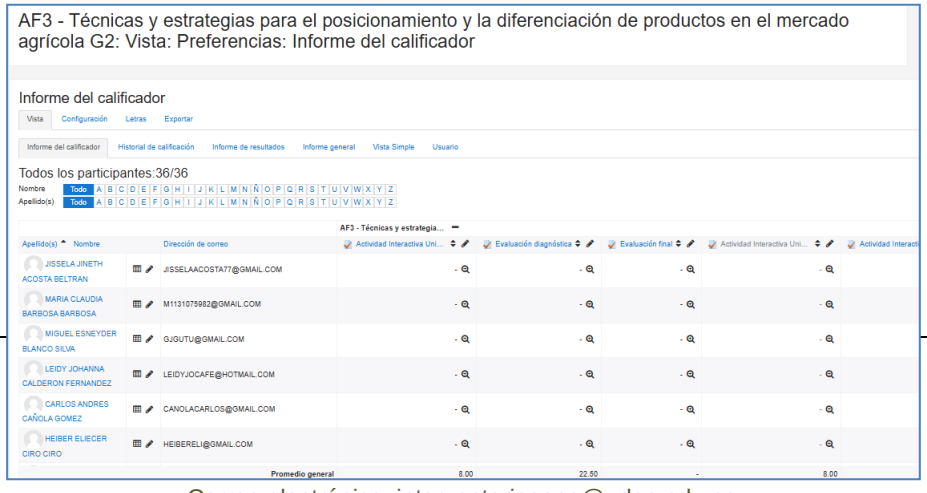
Beneficiarios participantes de la acción de formación (rol estudiante)



DAYANA MICHEL HERNANDEZ OYOLA	MICHELHERNANDEZ.BIOL@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
ELVER QUINTERO SANCHEZ	JGI357@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
ERNESTO HOYOS HINCAPIE	ERNESTOHOYOSHINCAPIE@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	1 hora 29 minutos
GINA PATRICIA VASQUEZ MONTERO	TATIAN20813@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
GLORIA ESPERANZA OSORIO SOGAMOSO	GLORIAOSORIOSOGAMOSO@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	2 días 2 horas
HECTOR YADIR RAMOS GUARNIZO	HEYA99RAMOSG@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
HEIBER DANILO JARAMILLO PARRA	HEIBERJARAMILLO32@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
HEIBER ELIECER CIRO CIRO	HEIBERELI@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
JAIRO HERNANDO NAVARRETE GALINDO	JAIRO.ACCIONESESTRATEGICAS@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
JISSELA JINETH ACOSTA BELTRAN	JISSELAACOSTA77@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	1 día 21 horas

JOSE EDWARD WILSON TELLEZ RODRIGUEZ	WILSONTELLEZ@YAHOO.ES	Estudiante	No hay grupos	Nunca
JOSE ERNESTO RIVEROS REY	JOSE.ERNESTO.RIVEROS.REY@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
JUAN JOSE OSPINA BERMUDEZ	JJOSPINABERMUDEZ@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
KELLY JOHANA SANJUAN BALAGUERA	KELLYSANJUAN41@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
LEIDY ESMERALDA ESPITIA SOSA	ESPITIALEIDY05@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
LEIDY JOHANNA CALDERON FERNANDEZ	LEIDYJOCAFE@HOTMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
MARIA CLAUDIA BARBOSA BARBOSA	M1131075982@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
MARIA ENITH OSPINA RUIZ	MARIEN198191@HOTMIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
MARIANO SALAZAR CABRERA	MSALAZAR150@MISENA.EDU.CO	Estudiante	No hay grupos	Nunca
MIGUEL ESNEYDER BLANCO SILVA	GJGUTU@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
NELLY MARTINEZ SANCHEZ	NELLYMARSA@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
OSCAR CAMILO RAMIREZ CORTES	COMDEAGRO@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	1 hora 3 minutos
RAFAEL ANGEL SEPULVEDA NIÑO	RAFIS881@HOTMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
WILSON ENRIQUE CORDOBA RENTERIA	WIENCORE1975@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca
XIOMARA GARCIA CRUZ	X.IOMY0717@HOTMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	2 días 21 horas
YERIKA VIVIANA MORA JAIME	YERIKAMORA0@GMAIL.COM	Estudiante	No hay grupos	Nunca

Progreso académico de los beneficiarios





Apellido(s)	Nombre	Dirección de correo	Actividad Interactiva Uni...	Evaluación diagnóstica	Evaluación final	Actividad Interactiva Uni...	Actividad Inte
WILSON ENRIQUE	CORDOBA RENTERIA	WIENCORE1975@GMAIL.COM	-	-	-	-	
LEIDY ESMERALDA	ESPITIA SOSA	ESPITIALEIDY05@GMAIL.COM	-	-	-	-	
ANA VICTORIA	GAITAN QUINTERO	ANAVICTORIAGAITAN2017@GMAIL.COM	-	-	-	-	
XIOMARA GARCIA	CRUZ	X.IOMY0717@HOTMAIL.COM	-	-	-	-	
ALEXANDER GIL	BEDOYA	RAPALEX08-@HOTMAIL.COM	-	-	-	-	
DAYANA MICHEL	HERNANDEZ OYOLA	MICHELHERNANDEZ.BIOL@GMAIL.COM	-	-	-	-	
ERNESTO HOYOS	HINCAPIE	ERNESTOHOYOSHINCAPIE@GMAIL.COM	8.00	22.50	-	8.00	
HEIBER DANILO	JARAMILLO PARRA	HEIBERJARAMILLO32@GMAIL.COM	-	-	-	-	
ANNY LEIDY LOPEZ	FAJARDO	ANNYLOPEZF@GMAIL.COM	-	-	-	-	
NELLY MARTINEZ	SANCHEZ	NELLYMARSA@GMAIL.COM	-	-	-	-	
CALEB DAVID	MENDOZA CULMA	CONTACTO@COLCAMPO.COM.CO	-	-	-	-	
CESAR ALEJANDRO	MORA GARZON	ALEJOMORA83@HOTMAIL.COM	-	-	-	-	
YERIKA VIVIANA	MORA JAIME	YERIKAMORA0@GMAIL.COM	-	-	-	-	
JAIRO HERNANDO	NAVARRETE GALINDO	JAIRO.ACCIONESESTRATEGICAS@GMAIL.COM	-	-	-	-	
GLORIA ESPERANZA	OSORIO SOGAMOSO	GLORIAOSORIOSOGAMOSO@GMAIL.COM	-	-	-	-	
JUAN JOSE OSPINA	BERMUDEZ	JJOSPINABERMUDEZ@GMAIL.COM	-	-	-	-	
MARIA ENITH OSPINA	RUIZ	MARIEN198191@HOTMIL.COM	-	-	-	-	
ALEXANDER PEREZ	JIMENEZ	ALEXANDERPEREZJIMENEZ@YAHOO.COM	-	-	-	-	
ELVER QUINTERO	SANCHEZ	JGI357@GMAIL.COM	-	-	-	-	
OSCAR CAMILO	RAMIREZ CORTES	COMDEAGRO@GMAIL.COM	-	-	-	-	
HECTOR YADIR	RAMOS GUARNIZO	HEYA99RAMOSG@GMAIL.COM	-	-	-	-	
ANA MARIA	RIVEROS ARIZA	ANA.RIVEROS@UPTC.EDU.CO	-	-	-	-	
JOSE ERNESTO	RIVEROS REY	JOSE.ERNESTO.RIVEROS.REY@GMAIL.COM	-	-	-	-	
MARIANO SALAZAR	CABRERA	MSALAZAR150@MISENA.EDU.CO	-	-	-	-	
KELLY JOHANA	SANJUAN BALAGUERA	KELLYSANJUAN41@GMAIL.COM	-	-	-	-	
RAFAEL ANGEL	SEPULVEDA NIÑO	RAFIS881@HOTMAIL.COM	-	-	-	-	
CAROLINA SERRANO	SERRANO	KARITTO1602@GMAIL.COM	-	-	-	-	
CESAR AUGUSTO	SOTO CORDOBA	CESARSOTO34@HOTMAIL.COM	-	-	-	-	
JOSE EDWARD WILSON	TELLEZ RODRIGUEZ	WILSONTELLEZ@YAHOO.ES	-	-	-	-	
GINA PATRICIA	VASQUEZ MONTERO	TATIAN20813@GMAIL.COM	-	-	-	-	
		Promedio general	8.00	22.50	-	8.00	

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 UT2 - Características distintivas de los productos agrícolas, dada la acción de formación AF3- Técnicas y estrategias para el posicionamiento y la diferenciación de productos en el mercado agrícola. Aparte, 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: Tipos de características distintivas, proceso de identificación

y registro de características distintivas, valor agregado de las características distintivas en el mercado agrícola, estrategias para proteger y promover las características distintivas de los productos agrícolas y casos de éxito de productos agrícolas con características distintivas en el mercado global. Es acertado referir 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 y sesiones sincrónicas.

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 permite identificar las características distintivas de sus productos agrícolas, proponer estrategias efectivas para posicionar sus productos en el mercado agrícola, teniendo en cuenta sus características distintivas y la segmentación del mercado, reconocer las técnicas de diferenciación para destacar sus productos en un mercado competitivo, utilizando herramientas propias del marketing, comprender la importancia de la gestión de la calidad y la seguridad alimentaria en la cadena de producción y comercialización de sus productos agrícolas, asegurando que cumplan con los estándares requeridos e identificar los factores claves para la negociación y establecimiento de relaciones comerciales con intermediarios y compradores, que aseguren la distribución y venta efectiva de sus productos diferenciados. Conocimientos significativos para poder aplicarlos en su contexto laboral

Por consiguiente, 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

INGRID SULBARAN RODRÍGUEZ
Interventor Académico
Proyecto Interventoría SENA
Universidad de Antioquia

Copia: Dra. Rusby Cecilia Vargas Almeida – Coordinadora del Grupo de Gestión para la Productividad y Competitividad

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