Bogotá D.C., 28 de diciembre de 2024

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

Conviniente	ASOCIACIÓN CAMPESINA PARA EL FOMENTO AGROPECUARIO NACIONAL - ASOCAFAN.
Convenio n.°	C01.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	3
Unidad temática	UT3 - DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA DIFERENCIACIÓN EN EL MERCADO AGRÍCOLA.
Tipo de evento formativo	Curso
Lugar de ejecución	Cundinamarca Guachetá
Fecha de visita	29/11/2024
Hora de la visita	8:00 a.m. a 10:00 a.m.
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.º 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 la 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 (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 AF3- "*TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO Y LA DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS EN EL MERCADO AGRÍCOLA*", en su unidad temática 3 "*DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA DIFERENCIACIÓN EN EL MERCADO AGRÍCOLA"*, la cual se ejecuta a partir del método de modelación teórico-práctico y organiza la comunicación didáctica en diversos niveles de concreción, teniendo en cuenta que las actividades como técnicas y estrategias de enseñanza aprendizaje, se direccionan a de partir elementos teóricos que se establecen mediante instrucciones y componentes definidos para cumplir con el objeto social de la asociación.

Con respecto al objetivo pedagógico, se evidencia que la acción de formación pretende 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.

Ahora bien, al inspeccionar el contenido dispuesto en la plataforma virtual, con relación a los temas objetos de la visita, se constató en materia de la unidad temática número 3 "DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA DIFERENCIACIÓN EN EL MERCADO AGRÍCOLA", material con información básica encaminada a ahondar en los siguientes aspectos: Segmentación de mercado: identificación y análisis de nichos de mercado agrícola, posicionamiento de productos agrícolas en el mercado global, desarrollo de estrategias de promoción y publicidad para productos agrícolas diferenciados, uso de herramientas digitales y redes sociales en la promoción de productos agrícolas diferenciados y diseño de experiencias de marca para productos agrícolas diferenciados. Explicaciones definidas y demostrables en los recursos de trabajo correspondiente a la UT3.

Del mismo modo, se corroboró que el curso ha sido organizado a través de módulos con contenidos temáticos explícitos y datos que corresponden a lo establecido en el proyecto aprobado. Utilizando una didáctica que facilita una visión integral y sistémica de la realidad estudiada, lo que contribuye a que los

participantes y beneficiarios tengan una mejor comprensión de los conocimientos logrados mediante la interacción sincrónica y asincrónica.

Por último, atendiendo a que el evento formativo es en modalidad virtual, se evidencia el espacio "Foro" para permitir comunicación asincrónica entre los participantes y beneficiarios. Un espacio determinado 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 No. 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.

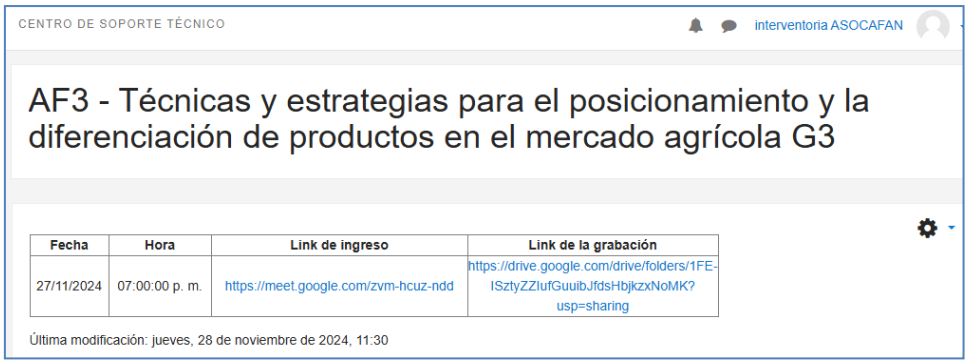
4. VALIDACIÓN DE ASPECTOS VERIFICADOS Y APROBADOS

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: 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	La presentación utilizada por el capacitador como apoyo para impartir la formación abordó los siguientes temas: a) Saludo de bienvenida. b) Explicación de las herramientas básicas de manejo e interacción con la plataforma virtual de aprendizaje. c) Las unidades y contenidos temáticos que serán abordados. d) Los resultados de aprendizaje esperados. e) Las evidencias de aprendizaje. f) Cronograma de aprendizaje: sesiones sincrónicas y entrega de actividades por parte del beneficiario para aprobar la acción de formación.

Sesión	Aspectos verificados
Explicativa: al inicio de cada unidad temática	De acuerdo con el cronograma del proyecto, se corrobora que a la fecha de la presente visita han iniciado las 3 unidades temáticas correspondientes a la AF3. Asimismo, se verificó que en la plataforma se encuentra disponible para consulta una única grabación: La capacitadora explica sobre la dinámica de trabajo autónomo que corresponde a la modalidad de formación, expone que es un único encuentro sincrónico, contextualiza sobre su formación académica, presenta el contenido de la sesión, realiza una exploración por el aula virtual y da una explicación básica para descargar el material, y revisar las actividades. Socializa sobre el objetivo del curso, los contenidos temáticos, el cronograma de ejecución de cada módulo, nombre y fechas de inicio y finalización de los mismos, comunica sobre la importancia de las evidencias y cuáles son los resultados de aprendizaje esperados. Puntualiza sobre el tratamiento de datos y la gratuidad de la formación. Además, permite un espacio para que los beneficiarios se presenten, comuniquen su intención de participación, compartan sus experiencias, habilidades y conocimientos en el área y pregunten sobre dudas o inquietudes respecto al desarrollo del curso en general. Fue un encuentro de dialogo, que concluye e invita a los participantes a aprovechar el espacio para aprender y actualizarse.
Dudas e inquietudes	Se realiza verificación en el momento en que se efectúa la visita y como resultado de la revisión se evidencia que el capacitador realizo una sesión sincrónica (en tiempo real con los beneficiarios), en esta se hallan elementos que dan apertura al curso y que permite la aclaración de dudas e inquietudes.

La Interventoría verificó adicionalmente para cada sesión el reporte de la asistencia correspondiente.

6. HALLAZGOS

No se encontraron hallazgos.

7. RECOMENDACIONES

Garantizar que la culminación del curso sea satisfactorio y oportuno, según lo programado estructuralmente en su contenido programático.

8. CONCLUSIONES

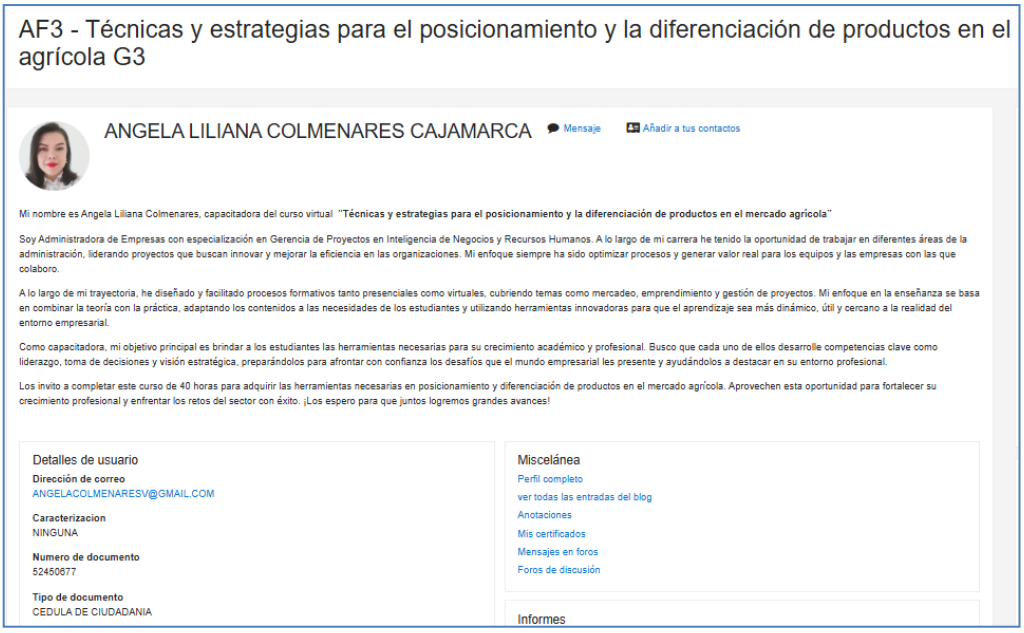
- La actividad formativa se llevó a cabo a través de la plataforma virtual con un momento sincrónico según la programación del cronograma general, facilitando a los beneficiarios y participantes comprender detalladamente el uso del espacio de aprendizaje, según cada sección que la compone.

- La didáctica metodológica ejecutada en el encuentro sincrónico y en la navegación del curso se desarrolló en su componente teórico-práctico.
- La disposición del curso en el espacio virtual, permite a los participantes consultar al detalle sobre los temas correspondientes a las unidades temáticas, según cada elemento que la compone.
- La plataforma educativa consiente un buen ejercicio en el cumplimiento de las actividades propuestas a la fecha.
- La estructura de diseño de la plataforma favorece a realizar un trabajo dinámico y categórico, de tal manera que los participantes reciban una formación integral.
- 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 ordenadamente para los beneficiarios y participantes en el escenario virtual.
- Los temas abordados 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.

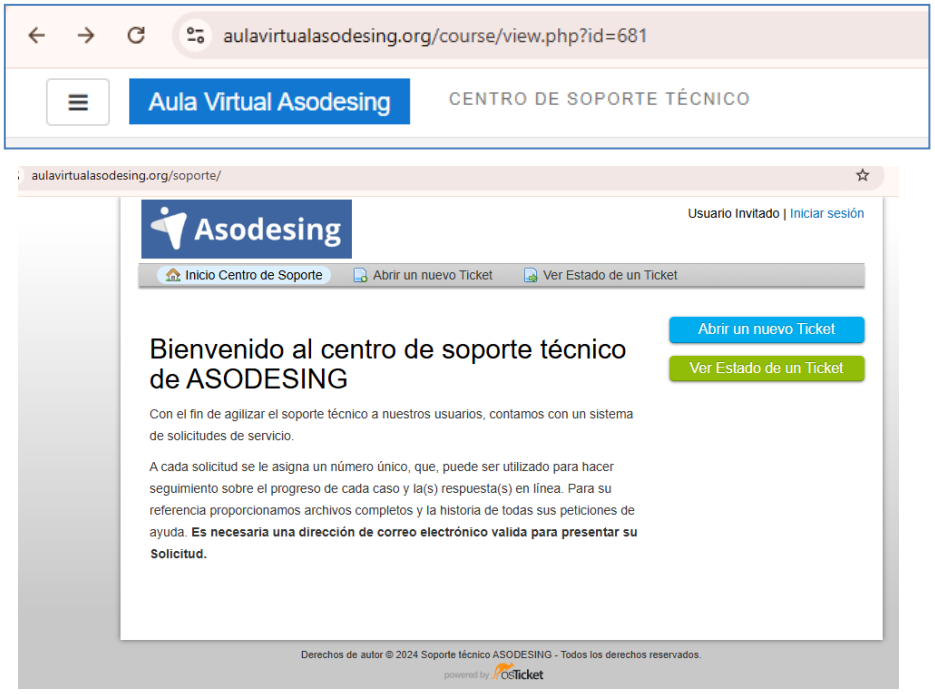
9. REGISTRO VISUAL

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

Capacitadores de la acción de formación



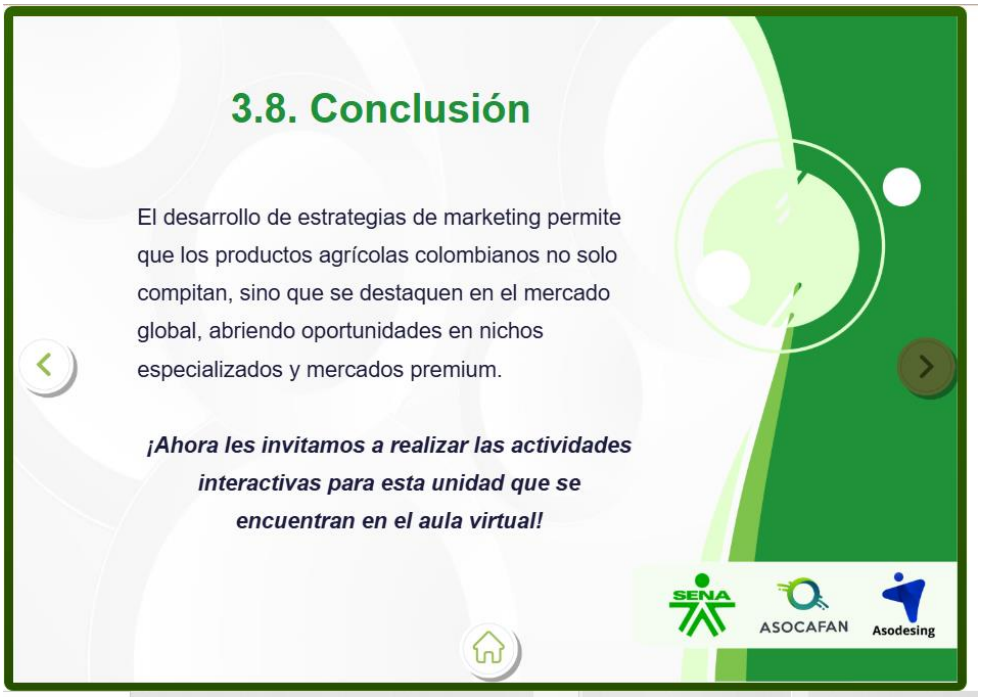
Soporte técnico - Centro de Atención al Usuario (CAU)



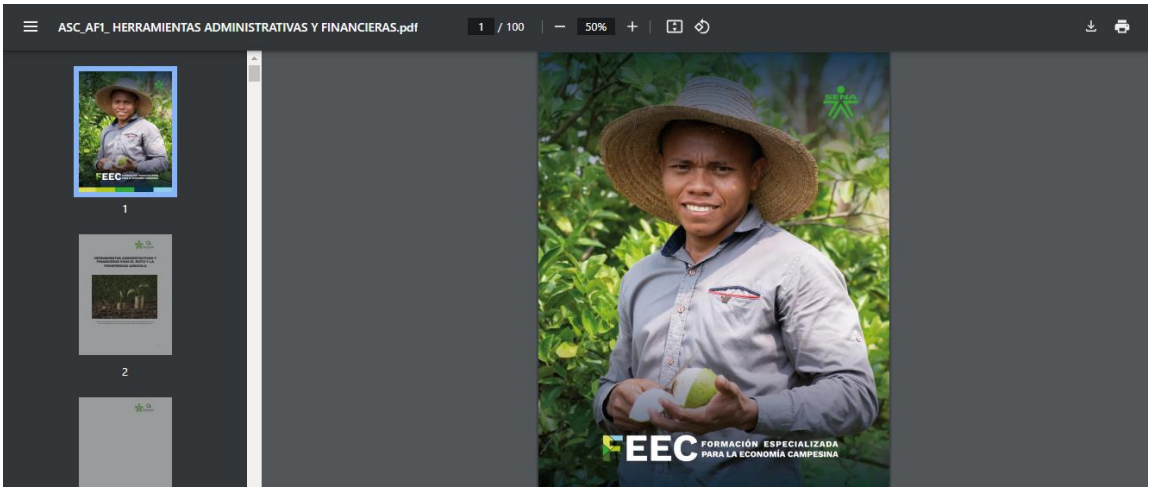
Unidad temática visitada



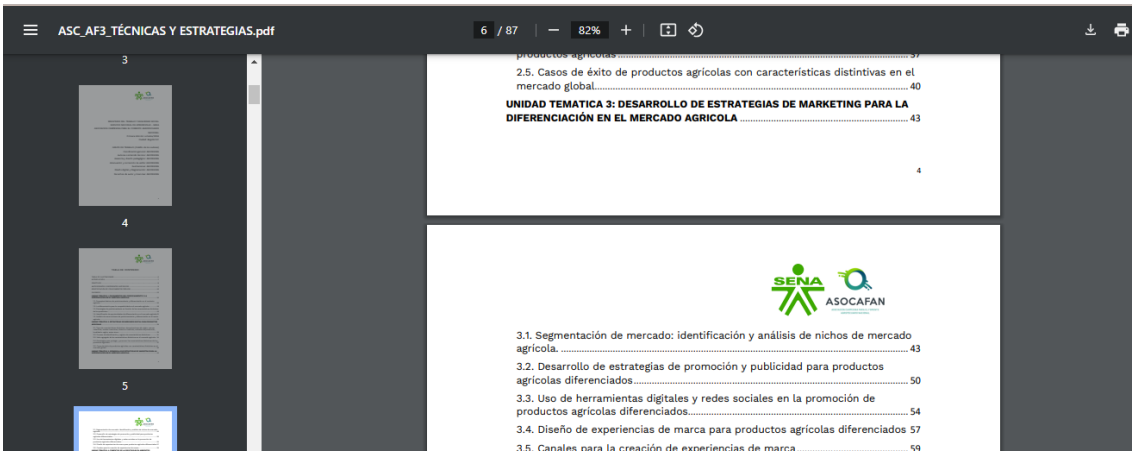

Introducción
En esta unidad se explorarán estrategias clave de marketing que permiten diferenciar productos agrícolas en el mercado. Se aprenderá sobre la segmentación de mercado, promoción, uso de redes sociales y herramientas digitales.
Angulo, A (2024).
SENA
ASOCAFAN
Asodesing

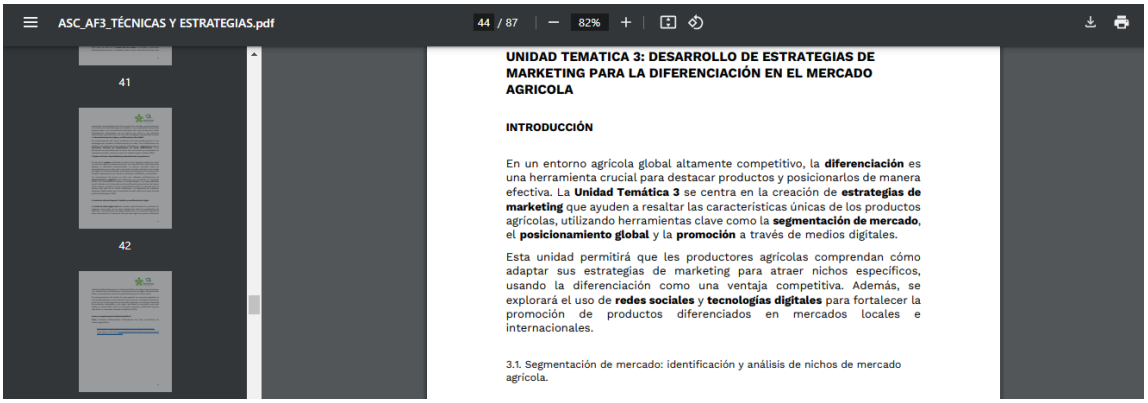

3.8. Conclusión
El desarrollo de estrategias de marketing permite que los productos agrícolas colombianos no solo compitan, sino que se destaquen en el mercado global, abriendo oportunidades en nichos especializados y mercados premium.
¡Ahora les invitamos a realizar las actividades interactivas para esta unidad que se encuentran en el aula virtual!
SENA
ASOCAFAN
Asodesing

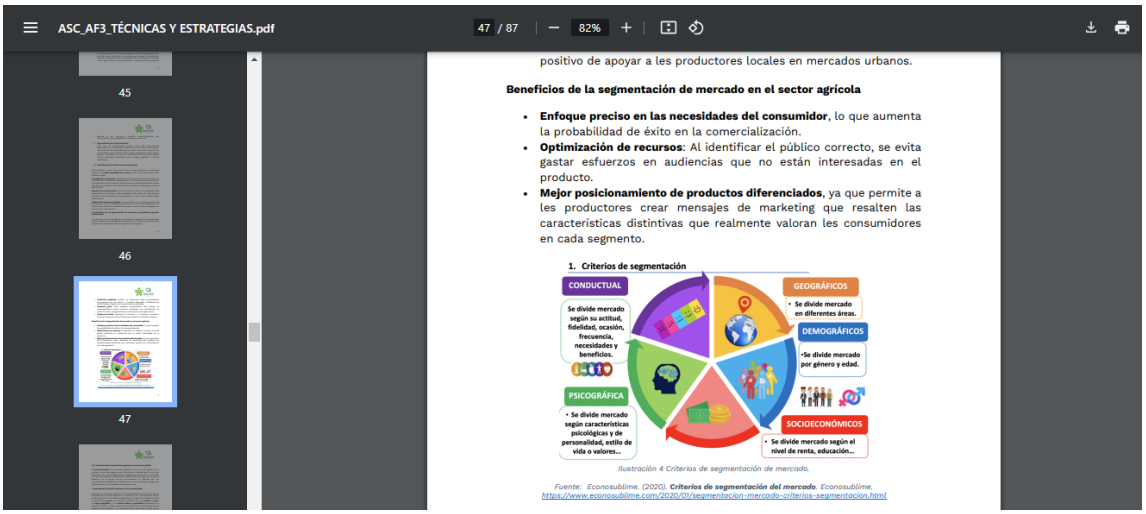
Material de formación

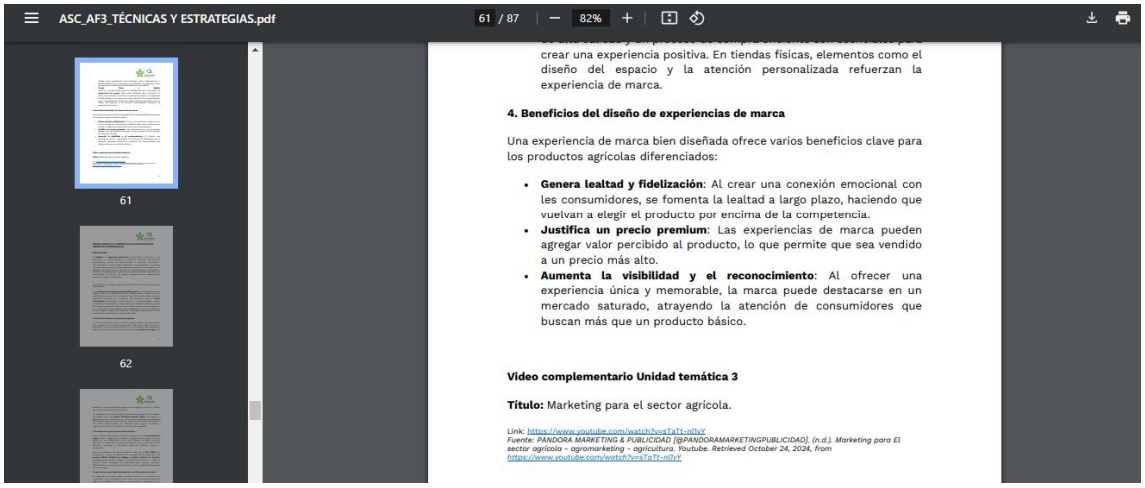




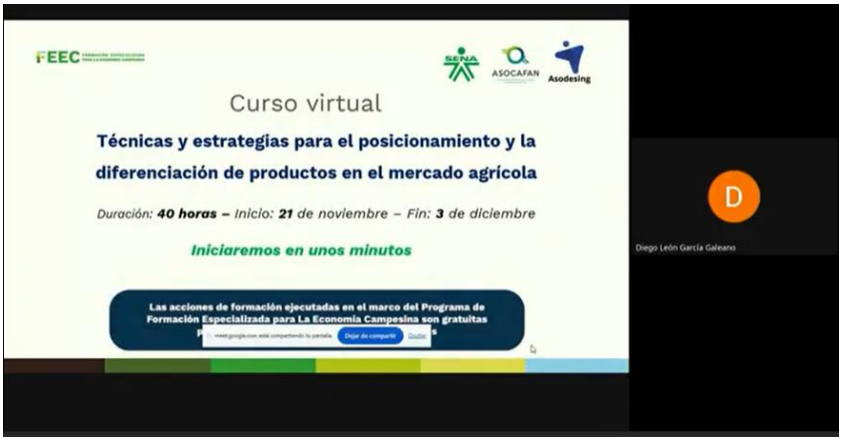



ASC_AF3_TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS.pdf
44 / 87
82%
41
42
UNIDAD TEMATICA 3: DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA DIFERENCIACIÓN EN EL MERCADO AGRICOLA
INTRODUCCIÓN
En un entorno agrícola global altamente competitivo, la diferenciación es una herramienta crucial para destacar productos y posicionarlos de manera efectiva. La Unidad Temática 3 se centra en la creación de estrategias de marketing que ayuden a resaltar las características únicas de los productos agrícolas, utilizando herramientas clave como la segmentación de mercado, el posicionamiento global y la promoción a través de medios digitales.
Esta unidad permitirá que les productores agrícolas comprendan cómo adaptar sus estrategias de marketing para atraer nichos específicos, usando la diferenciación como una ventaja competitiva. Además, se explorará el uso de redes sociales y tecnologías digitales para fortalecer la promoción de productos diferenciados en mercados locales e internacionales.
3.1. Segmentación de mercado: identificación y análisis de nichos de mercado agrícola.

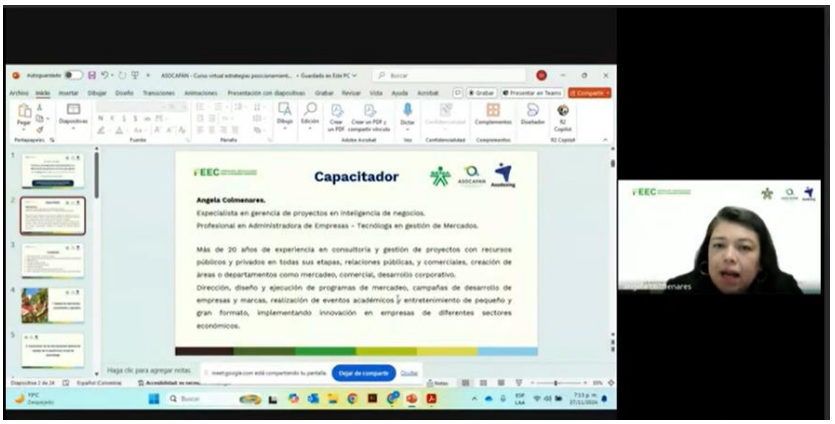

ASC_AF3_TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS.pdf
47 / 87
82%
45
46
47
positivo de apoyar a les productores locales en mercados urbanos.
Beneficios de la segmentación de mercado en el sector agrícola
Enfoque preciso en las necesidades del consumidor, lo que aumenta la probabilidad de éxito en la comercialización.
Optimización de recursos: Al identificar el público correcto, se evita gastar esfuerzos en audiencias que no están interesadas en el producto.
Mejor posicionamiento de productos diferenciados, ya que permite a les productores crear mensajes de marketing que resalten las características distintivas que realmente valoran les consumidores en cada segmento.
1. Criterios de segmentación
CONDUCTUAL
Se divide mercado según su actitud, fidelidad, ocasión, frecuencia, necesidades y beneficios.
GEOGRÁFICOS
Se divide mercado en diferentes áreas.
DEMOGRÁFICOS
Se divide mercado por género y edad.
PSICOGRÁFICA
Se divide mercado según características psicológicas y de personalidad, estilo de vida o valores...
SOCIOECONÓMICOS
Se divide mercado según el nivel de renta, educación...
Ilustración 4 Criterios de segmentación de mercado.
Fuente: Econosublime. (2020). Criterios de segmentación del mercado. Econosublime. https://www.econosublime.com/2020/01/segmentacion-mercado-criterios-segmentacion.html


ASC_AF3_TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS.pdf
61 / 87
82%
61
62
crear una experiencia positiva. En tiendas físicas, elementos como el diseño del espacio y la atención personalizada refuerzan la experiencia de marca.
4. Beneficios del diseño de experiencias de marca
Una experiencia de marca bien diseñada ofrece varios beneficios clave para los productos agrícolas diferenciados:
Genera lealtad y fidelización: Al crear una conexión emocional con les consumidores, se fomenta la lealtad a largo plazo, haciendo que vuelvan a elegir el producto por encima de la competencia.
Justifica un precio premium: Las experiencias de marca pueden agregar valor percibido al producto, lo que permite que sea vendido a un precio más alto.
Aumenta la visibilidad y el reconocimiento: Al ofrecer una experiencia única y memorable, la marca puede destacarse en un mercado saturado, atrayendo la atención de consumidores que buscan más que un producto básico.
Video complementario Unidad temática 3
Título: Marketing para el sector agrícola.
Link: https://www.youtube.com/watch?v=aTaTt-nlhY
Fuente: PANDORA MARKETING & PUBLICIDAD [@PANDORAMARKETINGPUBLICIDAD]. (n.d.). Marketing para El sector agrícola - agromarketing - agricultura. Youtube. Retrieved October 24, 2024, from https://www.youtube.com/watch?v=aTaTt-nlhY

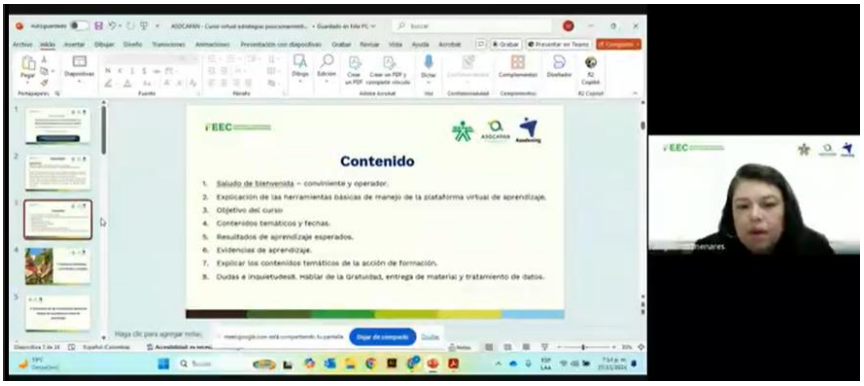
Sesión sincrónica- Única sesión 27 de noviembre-2024



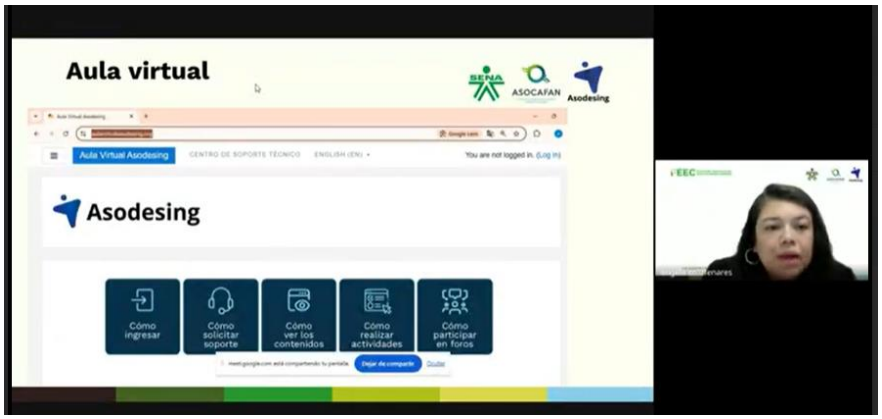
Presentacion capacitador



Socializacion contenido desarrollo encuentro sincrónico

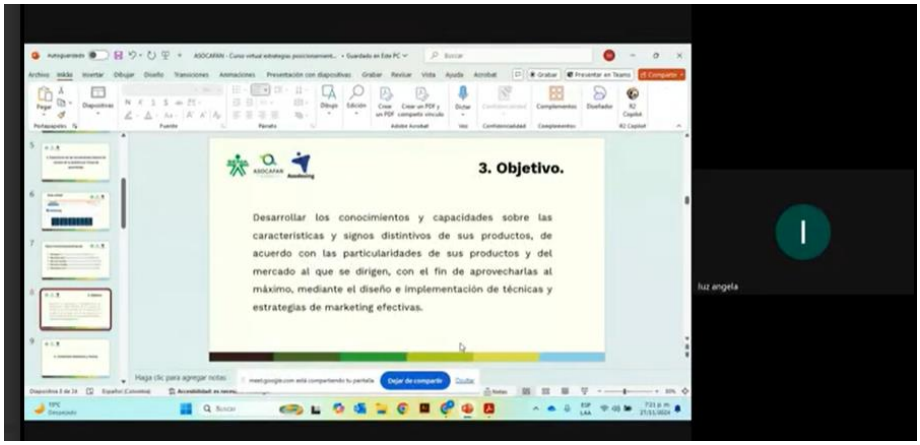


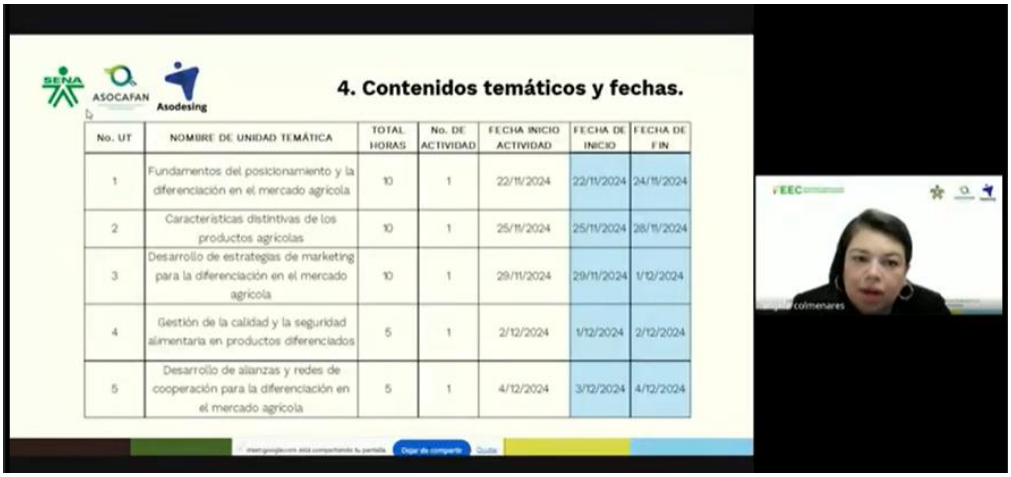
Explicación de las herramientas basicas del aula virtual



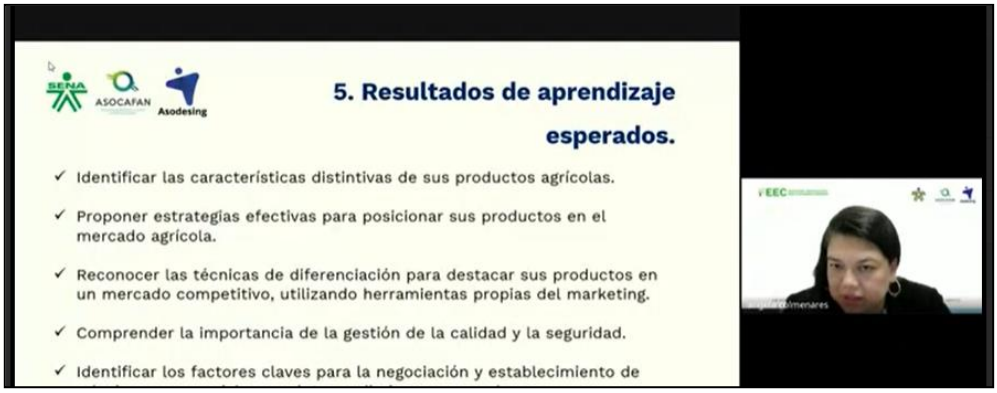


Explicación del objetivo y contenido tematico de la AF



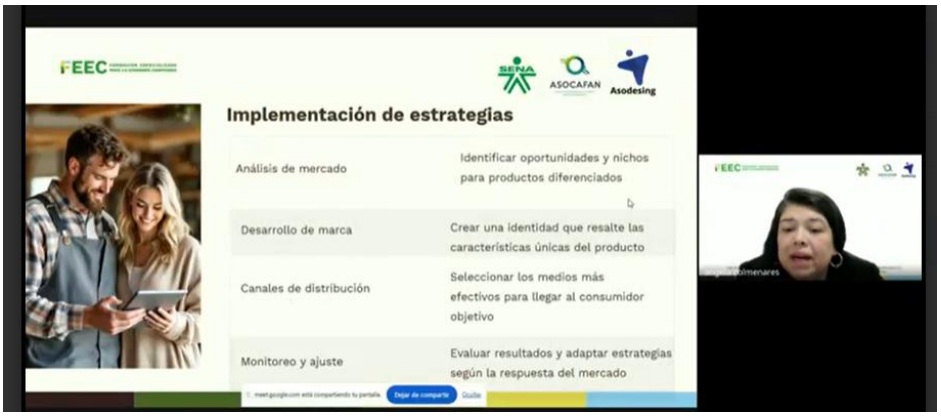


Socialización de resultados esperados

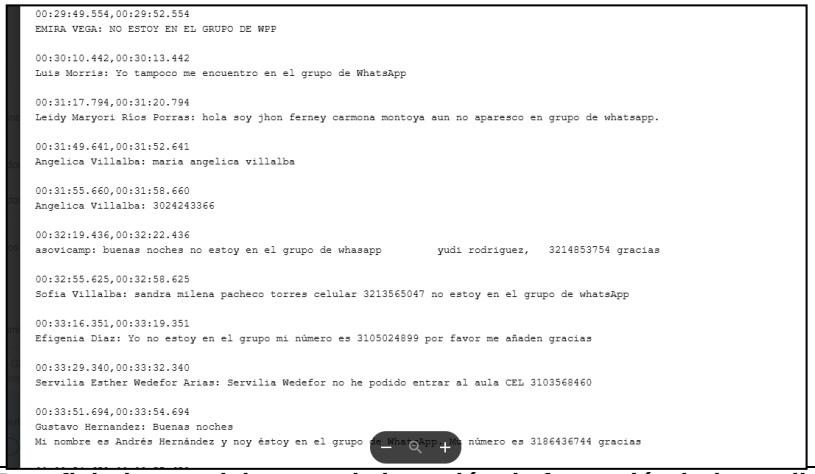


Socialización de contenidos





Dudas e inquietudes



00:29:49.554,00:29:52.554
EMIRA VEGA: NO ESTOY EN EL GRUPO DE WPP

00:30:10.442,00:30:13.442
Luis Morris: Yo tampoco me encuentro en el grupo de WhatsApp

00:31:17.794,00:31:20.794
Leidy Maryori Rios Porras: hola soy jhon ferney carmona montoya aun no aparesco en grupo de whatsapp.

00:31:49.641,00:31:52.641
Angelica Villalba: maria angelica villalba

00:31:55.660,00:31:58.660
Angelica Villalba: 3024243366

00:32:19.436,00:32:22.436
asovicamp: buenas noches no estoy en el grupo de whasapp yudi rodriguez, 3214853754 gracias

00:32:55.625,00:32:58.625
Sofia Villalba: sandra milena pacheco torres celular 3213565047 no estoy en el grupo de whatsApp

00:33:16.351,00:33:19.351
Efigenia Diaz: Yo no estoy en el grupo mi número es 3105024899 por favor me añaden gracias

00:33:29.340,00:33:32.340
Servilia Esther Wedefor Arias: Servilia Wedefor no he podido entrar al aula CEL 3103568460

00:33:51.694,00:33:54.694
Gustavo Hernandez: Buenas noches
Mi nombre es Andrés Hernández y noy éstoy en el grupo [illegible] número es 3186436744 gracias

Beneficiarios participantes de la acción de formación (rol estudiante)



AF3 - Técnicas y estrategias para el posicionamiento y la diferenciac agrícola G3

Participantes

× Rol: Estudiante

Buscar palabra clave o selec

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 »

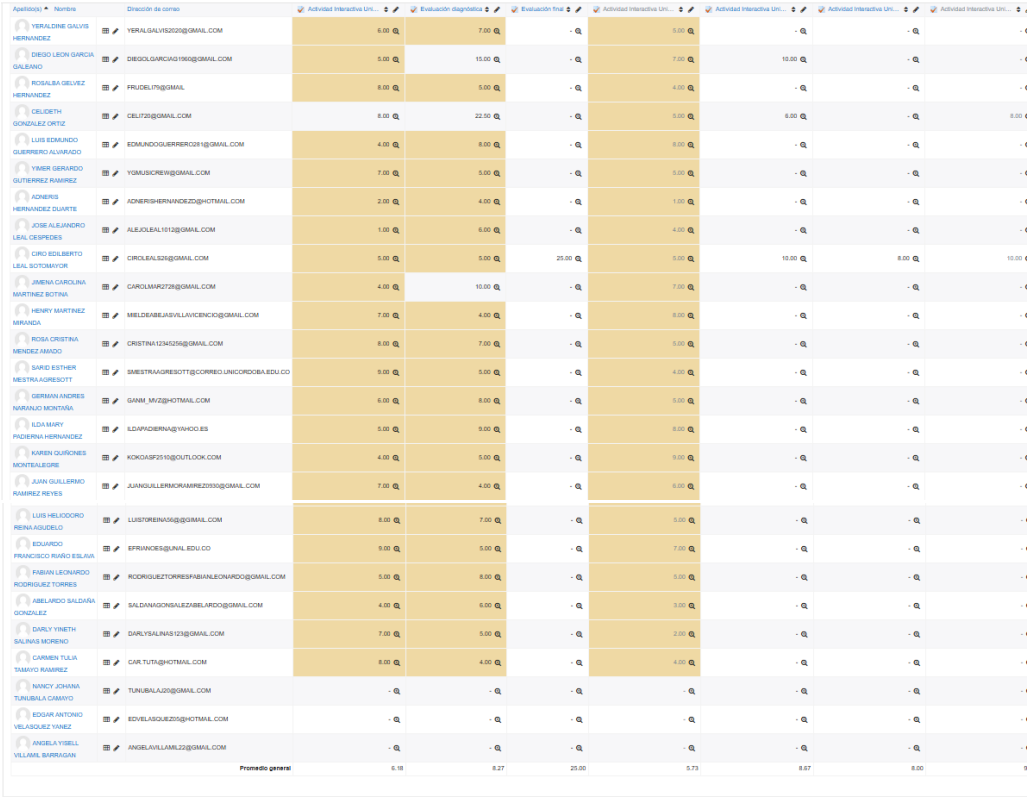
Seleccionar	Nombre / Apellido(s)	Dirección de correo	Roles
	ABELARDO SALDAÑA GONZALEZ	SALDANAGONSALEZABELARDO@GMAIL.COM	Estudiante
	ADNERIS HERNANDEZ DUARTE	ADNERISHERNANDEZD@HOTMAIL.COM	Estudiante
	ANGELA YISELL VILLAMIL BARRAGAN	ANGELAVILLAMIL22@GMAIL.COM	Estudiante
	BREITNER GIORLEY CARRANZA MUÑOZ	BGCARRANZAM@UT.EDU.CO	Estudiante
	CARMEN TULIA TAMAYO RAMIREZ	CAR.TUTA@HOTMAIL.COM	Estudiante
	CELIDETH GONZALEZ ORTIZ	CELI720@GMAIL.COM	Estudiante
	CIRO EDILBERTO LEAL SOTOMAYOR	CIROLEALS26@GMAIL.COM	Estudiante
	DARLY YINETH SALINAS MORENO	DARLYSALINAS123@GMAIL.COM	Estudiante
	DIANA KATHERINE BERNAL ALDANA	DIANAKBA56@HOTMAIL.COM	Estudiante

CENTRO DE SOPORTE TÉCNICO

	DIEGO LEON GARCIA GALEANO	DIEGOLGARCIAG1960@GMAIL.COM	Estudiante
	EDGAR ANTONIO VELASQUEZ YANEZ	EDVELASQUEZ05@HOTMAIL.COM	Estudiante
	EDUARDO FRANCISCO RIAÑO ESLAVA	EFRIANOES@UNAL.EDU.CO	Estudiante
	FABIAN LEONARDO RODRIGUEZ TORRES	RODRIGUEZTORRESFABIANLEONARDO@GMAIL.COM	Estudiante
	GERMAN ANDRES NARANJO MONTAÑA	GANM_MVZ@HOTMAIL.COM	Estudiante
	HENRY MARTINEZ MIRANDA	MIELDEABEJASVILLAVICENCIO@GMAIL.COM	Estudiante
	ILDA MARY PADIERNA HERNANDEZ	ILDAPADIERNA@YAHOO.ES	Estudiante
	JHON FERNEY CARMONA MONTOYA	JHONF.CARMONAM@GMAIL.COM	Estudiante
	JIMENA CAROLINA MARTINEZ BOTINA	CAROLMAR2728@GMAIL.COM	Estudiante
	JOSE ALEJANDRO LEAL CESPEDES	ALEJOLEAL1012@GMAIL.COM	Estudiante
	JOSE MANUEL CHACON GONZALEZ	1704JOSECHACON@GMAIL.COM	Estudiante
	JUAN GUILLERMO RAMIREZ REYES	JUANGUILLERMORAMIREZ0930@GMAIL.COM	Estudiante
	KAREN QUIÑONES MONTEALEGRE	KOKOASF2510@OUTLOOK.COM	Estudiante
	KATTY MILENA DELGADO HERNANDEZ	KATTYMILENADELGADO24@HOTMAIL.COM	Estudiante
	LUIS EDMUNDO GUERRERO ALVARADO	EDMUNDOGUERRERO281@GMAIL.COM	Estudiante
	LUIS HELIODORO REINA AGUDELO	LUIS70REINA56@@GIMAIL.COM	Estudiante
	NANCY JOHANA TUNUBALA CAMAYO	TUNUBALAJ20@GMAIL.COM	Estudiante
	OLGA VIANETH AVILA SILVA	ASEAGRO1@YAHOO.COM	Estudiante
	ROSA CRISTINA MENDEZ AMADO	CRISTINA12345256@GMAIL.COM	Estudiante
	ROSALBA GELVEZ HERNANDEZ	FRUDELI79@GMAIL	Estudiante
	SAMIR BELLO DIMAS	SAMIRBD538@GMAIL.COM	Estudiante
	SARID ESTHER MESTRA AGRESOTT	SMESTRAAGRESOTT@CORREO.UNICORDOBA.EDU.CO	Estudiante
	WILLIAM RICARDO CUBILLOS VASQUEZ	WILLIAMRICARDOCUBILLOS12@GMAIL.COM	Estudiante
	YERALDINE GALVIS HERNANDEZ	YERALGALVIS2020@GMAIL.COM	Estudiante
	YIMER GERARDO GUTIERREZ RAMIREZ	YGMUSICREW@GMAIL.COM	Estudiante
	YIRLANY AGREDO CAMPO	YIRLA.1219@HOTMAIL.ES	Estudiante
	YURY PAOLA ARIZA OROZCO	YURY_92AR@HOTMAIL.COM	Estudiante

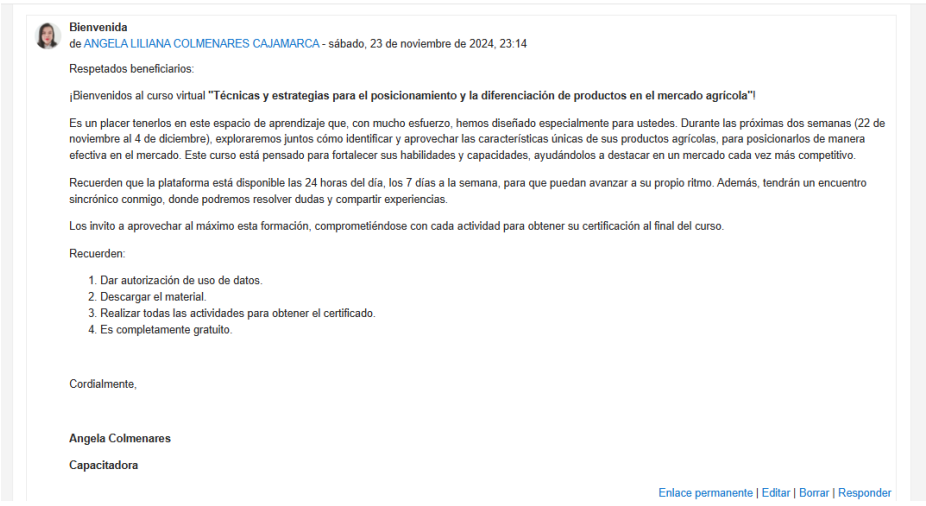
Progreso académico de los beneficiarios





Apellido(s)	Nombre	Dirección de correo	Actividad Interactiva Uni...	Evaluación diagnóstica	Evaluación final	Actividad Interactiva Uni...	Actividad Interactiva Uni...	Actividad Interactiva Uni...	Actividad Interactiva Uni...
YERALDINE GALVIS	HERNANDEZ	YERALGALVIS2020@GMAIL.COM	6.00	7.00	-	5.00	-	-	-
DIEGO LEON GARCIA	GALEANO	DIEGOLGARCIAG1960@GMAIL.COM	5.00	15.00	-	7.00	10.00	-	-
ROSALBA GELVEZ	HERNANDEZ	FRUDELI79@GMAIL	8.00	5.00	-	4.00	-	-	-
CELIDETH	GONZALEZ ORTIZ	CELI720@GMAIL.COM	8.00	22.50	-	5.00	6.00	-	8.00
LUIS EDMUNDO	GUERRERO ALVARADO	EDMUNDOGUERRERO261@GMAIL.COM	4.00	8.00	-	8.00	-	-	-
YIMER GERARDO	GUTIERREZ RAMIREZ	YGMUSICREW@GMAIL.COM	7.00	5.00	-	5.00	-	-	-
ADNERIS	HERNANDEZ DUARTE	ADNERISHERNANDEZD@HOTMAIL.COM	2.00	4.00	-	1.00	-	-	-
JOSE ALEJANDRO	LEAL CESPEDES	ALEJOLEAL1012@GMAIL.COM	1.00	6.00	-	4.00	-	-	-
CIRO EDILBERTO	LEAL SOTOMAYOR	CIROLEALS26@GMAIL.COM	5.00	5.00	25.00	5.00	10.00	8.00	10.00
JIMENA CAROLINA	MARTINEZ BOTINA	CAROLMAR2726@GMAIL.COM	4.00	10.00	-	7.00	-	-	-
HENRY MARTINEZ	MIRANDA	MIELDEABEJASVILLAVICENCIO@GMAIL.COM	7.00	4.00	-	8.00	-	-	-
ROSA CRISTINA	MENDEZ AMADO	CRISTINA12345256@GMAIL.COM	8.00	7.00	-	5.00	-	-	-
SARID ESTHER	MESTRA AGRESOTT	SMESTRAAGRESOTT@CORREO.UNICORDOBA.EDU.CO	5.00	5.00	-	4.00	-	-	-
GERMAN ANDRES	NARANJO MONTAÑA	GANM_MVZ@HOTMAIL.COM	6.00	8.00	-	5.00	-	-	-
ILDA MARY	PADERNA HERNANDEZ	ILDAPADIERNA@YAHOO.ES	5.00	9.00	-	8.00	-	-	-
KAREN QUIÑONES	MONTEALEGRE	KOKOASF2510@OUTLOOK.COM	4.00	5.00	-	9.00	-	-	-
JUAN GUILLERMO	RAMIREZ REYES	JUANGUILLERMORAMIREZ0930@GMAIL.COM	7.00	4.00	-	6.00	-	-	-
LUIS HELIODORO	REINA AGUDELO	LUISTOREINA56@@GMAIL.COM	8.00	7.00	-	5.00	-	-	-
EDUARDO FRANCISCO	RIAÑO ESLAVA	EFRIANOES@UNAL.EDU.CO	9.00	5.00	-	7.00	-	-	-
FABIAN LEONARDO	RODRIGUEZ TORRES	RODRIGUEZTORRESFABIANLEONARDO@GMAIL.COM	5.00	8.00	-	5.00	-	-	-
ABELARDO SALDAÑA	GONZALEZ	SALDANAGONSALEZABELARDO@GMAIL.COM	4.00	6.00	-	3.00	-	-	-
DARLY YINETH	SALINAS MORENO	DARLYSALINAS123@GMAIL.COM	7.00	5.00	-	2.00	-	-	-
CARMEN TULIA	TAMAYO RAMIREZ	CAR.TUTA@HOTMAIL.COM	8.00	4.00	-	4.00	-	-	-
NANCY JOHANA	TUNUBALA CAMAYO	TUNUBALA20@GMAIL.COM	-	-	-	-	-	-	-
EDGAR ANTONIO	VELASQUEZ YANEZ	EDVELASQUEZ05@HOTMAIL.COM	-	-	-	-	-	-	-
ANGELA YISELL	VILLAMIL BARRAGAN	ANGELAVILLAMIL22@GMAIL.COM	-	-	-	-	-	-	-
		Promedio general	6.18	8.27	25.00	5.73	8.67	8.00	9

Interacciones capacitador y beneficiarios



Bienvenida

de ANGELA LILIANA COLMENARES CAJAMARCA - sábado, 23 de noviembre de 2024, 23:14

Respetados beneficiarios:

¡Bienvenidos al curso virtual **"Técnicas y estrategias para el posicionamiento y la diferenciación de productos en el mercado agrícola"**!

Es un placer tenerlos en este espacio de aprendizaje que, con mucho esfuerzo, hemos diseñado especialmente para ustedes. Durante las próximas dos semanas (22 de noviembre al 4 de diciembre), exploraremos juntos cómo identificar y aprovechar las características únicas de sus productos agrícolas, para posicionarlos de manera efectiva en el mercado. Este curso está pensado para fortalecer sus habilidades y capacidades, ayudándolos a destacar en un mercado cada vez más competitivo.

Recuerden que la plataforma está disponible las 24 horas del día, los 7 días a la semana, para que puedan avanzar a su propio ritmo. Además, tendrán un encuentro sincrónico conmigo, donde podremos resolver dudas y compartir experiencias.

Los invito a aprovechar al máximo esta formación, comprometiéndose con cada actividad para obtener su certificación al final del curso.

Recuerden:

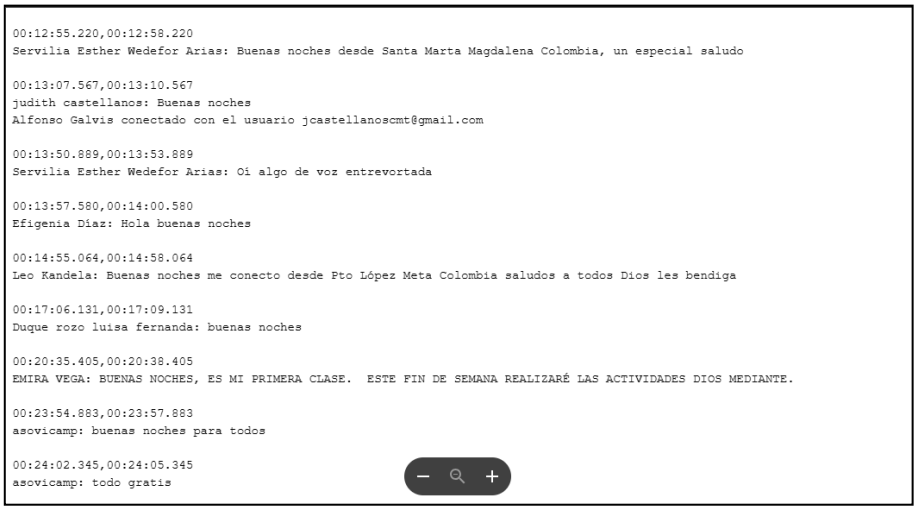
1. Dar autorización de uso de datos.
2. Descargar el material.
3. Realizar todas las actividades para obtener el certificado.
4. Es completamente gratuito.

Cordialmente,

Angela Colmenares

Capacitadora

Enlace permanente | Editar | Borrar | Responder



```
00:12:55.220,00:12:58.220
Servilia Esther Wedefor Arias: Buenas noches desde Santa Marta Magdalena Colombia, un especial saludo

00:13:07.567,00:13:10.567
judith castellanos: Buenas noches
Alfonso Galvis conectado con el usuario jcastellanoscmt@gmail.com

00:13:50.889,00:13:53.889
Servilia Esther Wedefor Arias: Oi algo de voz entrevortada

00:13:57.580,00:14:00.580
Efigenia Díaz: Hola buenas noches

00:14:55.064,00:14:58.064
Leo Kandela: Buenas noches me conecto desde Pto López Meta Colombia saludos a todos Dios les bendiga

00:17:06.131,00:17:09.131
Duque rozo luisa fernanda: buenas noches

00:20:35.405,00:20:38.405
EMIRA VEGA: BUENAS NOCHES, ES MI PRIMERA CLASE.  ESTE FIN DE SEMANA REALIZARÉ LAS ACTIVIDADES DIOS MEDIANTE.

00:23:54.883,00:23:57.883
asovicamp: buenas noches para todos

00:24:02.345,00:24:05.345
asovicamp: todo gratis
```

Asistencia a las sesiones sincrónicas

Nombre	Apellido	Correo electrónico	Duración	Hora a la que se unió	Hora a la que salió
asovicamp		asov*******@***.com	1 h 13 min	19:12	20:35
Sareth		a92s**********@***.com	1 min	20:13	20:14
Jose de jesus	Abad zambrano	jose**********@***.com	19 min	19:01	19:20
Esperanza	Alvarezperez	espe**********@***.com	1 h 6 min	19:19	20:26
derly	arango	derl*********@***.com	1 h 22 min	19:26	20:47
ASOCAFAN	ASOCAFAN	asoc****@***.com	37 min	19:06	19:54
Diana	Barreto Casas	dian*******@***.com	1 h 53 min	19:16	21:09
Samir	Bello Dimas	sami******@***.com	31 min	20:29	21:01
Jhon Ferney	Carmona Montoya	jhon**********@***.com	1 h	19:08	20:08
judith	castellanos	jcas**********@***.com	1 h 56 min	19:03	20:59
pedro	castro	pc89*****@***.com	1 h 5 min	20:03	21:09
Jose Manuel	Chacon Gonzalez	1704**********@***.com	1 h 56 min	19:03	21:00
deivisdiaz	chavez	deiv***********@***.com	1 h 57 min	19:03	21:00
Alejandra	Chavez	mari********@***.co	58 min	20:02	21:00
angela	colmenares	ange**********@***.com	2 h 10 min	18:50	21:00
jaqueline	cortes garcia	jaqu**********@***.com	2 h 10 min	18:52	21:02
Olga	Cubillos	olga***@***.com	25 min	20:35	21:00
William ricardo	cubillos vasquez	will**********@***.com	54 min	20:06	21:00

Nombre	Apellido	Correo electrónico	Duración	Hora a la que se unió	Hora a que sal
Adriana	Diaz	adri**********@***.com	13 min	20:47	21:00
David	Diaz	davi**********@***.com	1 h 56 min	19:03	20:59
Jenni	Diaz	jenn********@***.com	2 h 6 min	18:54	21:00
Stevan	Diaz	stev*********@***.com	2 h	19:00	21:00
Efigenia	Díaz	efig**********@***.com	1 h 57 min	19:01	21:00
adriana patricia	diaz chavez	adri**********@***.com	1 h 30 min	18:57	20:28
Capacitador	dos	capacitador2@gydvirtual.com.co	2 h 9 min	18:51	21:00
Diego León	García Galeano	dieg**********@***.com	2 h 4 min	18:55	20:59
Ana	Gonzalez	anag********@***.com	15 min	18:59	19:52
Juan	González	dima*****@***.com	49 min	18:58	19:47
Juan Esteban	González galvis	juan**********@***.com	1 h 7 min	19:52	21:00
CELIDETH	GONZALEZ ORTIZ	celi***@***.com	1 h 6 min	19:54	21:00
Gustavo	Hernandez	gust**********@***.com	55 min	18:59	19:54
Gustavo	Hernandez	gh75*****@***.com	1 h 46 min	19:10	21:00
Ernesto	Hoyos Hincapie	erne******@***.com	1 h 45 min	19:15	21:00
Leo	Kandela	leok********@***.com	2 h 3 min	18:56	20:59
Esteban	Lopez	lope**********@***.com	1 h 38 min	19:22	21:00
Nelly	Martínez Sánchez	nell******@***.com	1 h 52 min	19:10	21:06

Nombre	Apellido	Correo electrónico	Duración	Hora a la que se unió	Hora a l que sali
Viviana	Melo	sviv**********@***.com	1 h 6 min	19:54	21:00
Jean Carlos	Mercado Berrio	jean**********@***.com	7 min	19:37	19:44
Luis	Morris	luis*********@***.com	1 h 58 min	19:01	21:00
Sandra	Narvaez	narv**********@***.com	1 h 54 min	19:06	21:00
Barranquillera	neta	tous********@***.com	2 h 4 min	18:56	21:00
Aladino	Ortiz	alad*********@***.com	2 h 27 min	18:59	21:26
Maria Enith	Ospina	mari********@***.com	1 h 19 min	19:49	21:07
Octavio	Pacheco	octa**********@***.com	2 h 7 min	18:52	20:59
Maribel	Parra	parr*********@***.com	1 h 56 min	18:49	20:59
Luis	Parrado	luis**********@***.com	37 min	20:24	21:01
Tania	Ramos	tani*******@***.com	8 min	19:31	19:39
yanitza	Rico	yani*******@***.com	1 min	19:26	19:27
Leidy Maryori	Ríos Porras	leid**********@***.com	1 h 25 min	19:16	20:41
Héctor julio	Santana Ramírez	hect**********@***.com	1 h 54 min	19:06	21:00
Esneider	serrano	serr**********@***.com	1 h 41 min	19:19	21:00
Denis	Silva	deni*********@***.com	42 min	20:18	21:00
Carmen tulia	Tamayo ramirez	carm**********@***.com	1 h 8 min	19:11	21:03

Nombre	Apellido	Correo electrónico	Duración	Hora a la que se unió	Hora a la que salió
Yolemis	Vargas	yole**********@***.com	1 h 57 min	19:02	21:00
santiago	vega cortez	sant**********@***.com	11 min	18:59	19:11
Ailen Tatiana	Villadiegos Mejia	vill**********@***.com	1 h 22 min	19:38	20:59
Angelica	Villalba	ange**********@***.com	2 h 4 min	18:56	21:00
Sofia	Villalba	vill**********@***.com	2 h 1 min	18:56	20:59
Servilia Esther	Wedefor Arias	serv**********@***.com	1 h 59 min	19:02	21:01
Angely			23 min	19:37	20:00
Diana Guerrero			8 min	19:53	20:00
Duque rozo luisa fernanda			2 h 21 min	18:53	21:14
EMIRA VEGA			1 h 56 min	19:04	21:00
joha			9 min	19:52	20:00
luis f			8 min	19:52	20:00
luz angela			1 h 41 min	19:18	21:00
MARIA ANGELICA			25 min	19:36	20:00
Nelly Sanchez			1 h 10 min	19:03	20:12

10. CONCEPTO ACÁDEMICO

La acción de formación ejecutada a través del encuentro sincrónico y el espacio asincrónico como estrategia didáctica de aprendizaje, detalla en síntesis explicativas y comprensibles, que permiten la ejecución teórico práctica de las actividades formativas y que son coherentes con la teorización, método, categorización y desarrollo de los contenidos temáticos afines a la unidad 3.

Asimismo, se reconoce que la distribución y disposición del escenario virtual, está organizado funcionalmente para que los beneficiarios puedan participar del estudio de la información general prevista en el proyecto. Por otra parte, se evidencia un acompañamiento y asesoramiento del docente, de forma eficaz, preparado y entendible que dispone material preciso y define tareas concretas para abordar los tópicos de la UT3 – "*DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA DIFERENCIACIÓN EN EL MERCADO AGRÍCOLA*", perteneciente a la acción de formación AF3 – "*TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO Y LA DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS EN EL MERCADO AGRÍCOLA*".

De otro lado, se valida que el adelanto metodológico señalado en el escenario virtual, aporta herramientas ineludibles para puntualizar, procesar y entender la información que

proyecta y argumenta particularmente cada contenido. Es práctico, asiente la correlación para instruir, deferir y debatir ideas conectadas a la acción de formación. Un curso con propósito, que beneficia el potenciamiento de habilidades, la ampliación de conocimientos y la apertura a nuevas experiencias en el campo de la economía campesina.

Ahora bien, respecto a los contenidos educativos y al análisis de los mismos, se refiere que de acuerdo a la UT3, están conducidos a profundizar en conceptos y situaciones relacionadas con el mercado y la producción agrícola, concernientes a las denominaciones de origen, marcas colectivas, historia o tradición, métodos de producción, localidad o región y otras características distintivas de los productos agrícolas; técnicas y estrategias de marketing específicas para el sector, que van más allá de un conocimiento general de marketing y se adaptan a las necesidades únicas de los campesinos, dando cumplimiento a lo estipulado en el curso.

Así pues, el objetivo del proyecto concede ahondar en elementos centrales entre estos las características únicas y los signos distintivos de los productos agrícolas, para posicionarlos de manera efectiva en el mercado. El curso, orienta a los beneficiarios a que logren un saber conceptual y los prepara para aplicar efectivamente lo aprendido en sus contextos laborales.

El desarrollo metodológico se encauza con los objetivos formativos, se exponen a partir de circunstancias que aporta el marco teórico- práctico, en donde los beneficiarios son autónomos del aprendizaje y la experiencia en el área los conduce a la reflexión.

Una modalidad educativa que promueve el desarrollo de prácticas alternativas para inquirir en la realidad temática desde distintos contextos, dando uso de la autonomía cognitiva.

Así pues, la acción de formación y la unidad temática detallada y observada bajo la modalidad de visita virtual, 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. Lady Beatriz Quevedo Cantor – Coordinadora del Grupo de Gestión para la Productividad y Competitividad

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