Bogotá D.C., 6 de diciembre de 2024

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

Conviniente	ASOCIACION UNION NACIONAL DE COMERCIANTES DE SANTA MARTA-UNDECO
NIT	900.366.586-1
Convenio n.°	CO1.PCCNTR.6820371 de 2024
Nombre de la acción formativa	AF4 Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas.
Modalidad	Presencial
Grupo	1
Unidad temática	UT1 Generalidades de mercadeo digital para productos agrícolas - UT2 Estrategias de mercadeo digital para productos agrícolas
Tipo de evento formativo	Taller
Metodología	Teórico-practico
Lugar de ejecución	CL. 24 #2-66 CAMARA DE COMERCIO – MANZANARES (Santa Marta).
Fecha de visita	12 de noviembre de 2024
Hora de la visita	8:00 a.m. - 1:00 p.m..
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 **DG –0001 de 2024**, del Programa de Formación Continua Especializada, al convenio suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA y ASOCIACION UNION NACIONAL DE COMERCIANTES DE SANTA MARTA-UNDECO, se permite presentar el informe de la visita de campo realizada al evento de la referencia.

1. DATOS DEL CAPACITADOR

- Nombre: Amparo De Jesús Campo Pabón
- Identificación: C.C. 1.079.911.432

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

3.1. Detalles de la acción de formación: La AF4 Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas de las (UT1 – UT2) UT1 Generalidades de mercadeo digital para productos agrícolas - UT2 Estrategias de mercadeo digital para productos agrícolas, la cual se imparten con metodología teórico-práctica.

El recorrido realizado por las UT1 y UT2 fue significativo para los participantes, ya que en estas unidades se abordaron temáticas relevantes que favorecen su producción. Por ejemplo, se trabajó en la implementación del mercadeo digital para productos agrícolas, con el objetivo de que los participantes no solo conozcan los conceptos básicos y el marco general del mercadeo digital, sino que estos sean adaptados a las necesidades del sector agrícola. Además, se enfatizó la importancia de incluir plataformas digitales, canales de comercialización en línea y una presencia digital efectiva.

Durante el evento formativo, se exploraron estrategias específicas para posicionar y promover productos agrícolas en el entorno digital, como la creación de contenido relevante, el uso de redes sociales, la segmentación de mercado y el manejo de campañas de publicidad en línea. La intención es que los participantes puedan desarrollar estrategias concretas para comercializar directamente sus productos y así alcanzar un público más amplio.

El evento formativo de AF4 se realizó en la fecha, lugar y horario programado de 08:00 a.m. – 05:00 p.m. del cronograma aprobado por la interventoría. Durante la visita presencial se constató que el taller 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.

3.2. Uso de imagen institucional del SENA: en visita se evidenció el uso de diapositivas (presentaciones) con el diseño y disposición de las piezas gráficas

corresponde al aprobado por el SENA. Por otro lado, se pudo determinar el uso de la imagen institucional del SENA en la cartilla impresa.

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 taller, 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 20, en la visita se encontraron 20 personas matriculadas para la acción de formación y grupo objeto de revisión; los trabajadores que hacen parte de la cadena productiva agraria, agremiados a UNDECO, con la finalidad de mejorar y fortalecer sus conocimientos y capacidades en el uso de herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas. Los beneficiarios hacen parte del área funcional de producción, en sus niveles medio y operativo.

3.5. Capacitador: La docente a cargo de la sesión es Amparo De Jesús Campo Pabón, en la visita se pudo verificar el carné de la capacitadora acompañado de su documento de identidad, los que corresponden a lo aprobado por la interventoría y al registrado en el cronograma de la propuesta aprobada.

3.6. Material de formación:
en la propuesta aprobada se planteó como material de formación: *El taller "Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas", se realizará en el entorno presencial de aprendizaje con materiales para desarrollar el proceso formativo cuyo contenido se enfoca en: Generalidades de mercadeo digital para productos agrícolas, Estrategias de mercadeo digital para productos agrícolas, Estrategias de promoción en mercados locales y comunidades, y Creatividad, originalidad e iniciativa. En este sentido, los materiales de formación para esta AF, consisten en: una cartilla de formación (full color) impresa, metodológicamente estructurada y coherente con la metodología teórico-practica que incluye: material guía para cada participante, material complementario para la Acción de Formación como artículos, estudios de casos y de uso, así como enlaces de acceso a información adicional, cuyo contenido cumple con una estructura de desarrollo de tal modo que facilitará el aprendizaje.*

Igualmente, se plantea el uso de video de contextualización de las temáticas de las unidades, presentaciones interactivas, que muestran de manera sintetizada los contenidos de la unidad: ejercicios, tips y aspectos claves de las temáticas;

documentos en formato PDF con las lecturas que amplían, profundizan y complementan los conocimientos adquiridos por el participante en el desarrollo de cada unidad.

Por otra parte, se desarrollarán, actividades asociadas a la interacción grupal para profundizar sobre las temáticas propuestas, se propondrán talleres de aplicación práctica de los conceptos vistos, estudio de casos y el uso de aplicaciones multimedia interactivas como Slido, para aprender y repasar conceptos de forma entretenida, mediante preguntas tipo test, y cautivar la atención de las personas y uso de nuevas tecnologías como base de su formación, con el objetivo de lograr que los participantes desarrollen un proceso formativo eficiente, progresivo y significativo".

El material de formación observado en visita presencial es 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.

El uso del material de formación fue importante en el desarrollo de la sesión, la docente implementó actividades con herramientas multimedia interactivas, como códigos de QR, enlaces compartidos con preguntas y demás actividades planteadas en la descripción que realizó en conviniente del material de formación de la propuesta aprobada.

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 taller, en el que se pudo evidenciar, buena iluminación, ventilación, sillas y mobiliario requerido en buenas condiciones, y la implementación de herramientas técnicas y digitales como televisor y computador que permitieron la visualización de los contenidos estudiados.

A continuación, se detalla lo siguiente:

4.1.1 Ayudas y equipos para la formación: Durante la sesión de capacitación de la acción de formación 4, se observó la utilización de un computador y televisor, por parte del docente, como herramienta de apoyo a la interlocución con los beneficiarios, para el desarrollo de la capacitación. Por medio de una presentación de diapositivas la docente desarrolló la

temática respectiva, estas diapositivas proyectadas en la capacitación contienen el logotipo del SENA.

4.1.2 Aulas, salones y auditorios: El lugar en el que se desarrolló el taller corresponde a un espacio pequeño, denominado “sala de conciliación” dentro de la Cámara de comercio en Santa Marta, teniendo en cuenta que el taller se brindó para un total 20 participantes, el espacio no fue suficiente para desplazarse cómodamente por el lugar de trabajo, dificultando el desarrollo de las actividades grupales propuestas por la docente, por ello no se identificaban los pequeños grupos de trabajo.

Esto obedece a una equivocación del proveedor del lugar, dado que asignó en el mismo horario otra actividad de capacitación. Sin embargo, el espacio contaba con medidas de seguridad, buena ambientación y recursos idóneos para permitir que el taller se desarrollara con normalidad.

5. SEGUIMIENTO ACADÉMICO

Enfoque de la acción de formación: La AF 4 visitada por interventoría tiene un enfoque de formación para el trabajo, dado que, permite que extractivo los trabajadores de las empresas agremiadas a UNDECO y su cadena productiva, del sector primario y extractivo, estén en capacidad de contribuir con ideas y soluciones de manera conjunta, pues fomenta la colaboración y el trabajo en equipo; alinea a los trabajadores con los objetivos estratégicos de la organización y aumenta la satisfacción laboral y compromiso con su empresa, lo que a su vez impacta positivamente en la productividad y el crecimiento.

Los funcionarios de las empresas que hacen parte de la cadena productiva de UNDECO, participaron del diplomando ***“Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas”,*** esencialmente por la necesidad que tienen de mejorar y fortalecer sus capacidades para desarrollar iniciativas de impacto relacionadas con las estrategias de mercadeo digital.

6. HALLAZGOS

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

7. RECOMENDACIONES

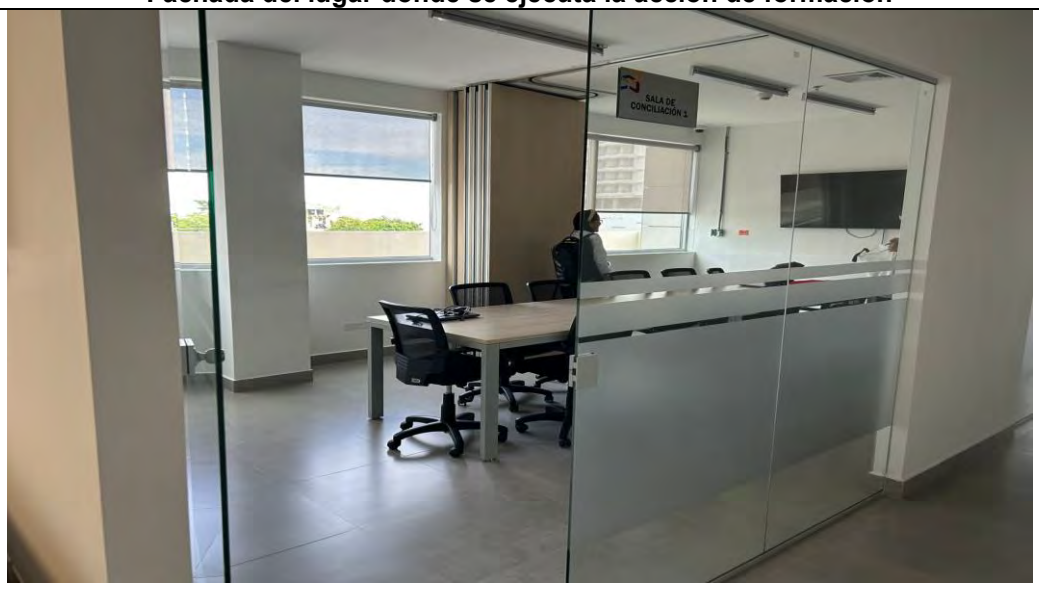
- Dar continuidad a las labores de acompañamiento y apoyo a los beneficiarios que se brindan desde la coordinación de los eventos formativos, asegurando que el avance y culminación del diplomado sea satisfactorio y oportuno.
- Asegurar mejores espacios para la realización de los eventos de formación.

8. CONCLUSIONES

- La capacitación de la AF4 Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas de las (UT1 – UT2) UT1 Generalidades de mercadeo digital para productos agrícolas - UT2 Estrategias de mercadeo digital para productos agrícolas, se realizó de acuerdo con el cronograma aprobado del lugar, fecha y horario establecido.
- Se observó la utilización de un computador y televisor donde se proyecta los juegos interactivos y contenidos, por parte del docente, como herramienta de apoyo a la interlocución con los beneficiarios, para el desarrollo de la capacitación.
- En visita se observa la cartilla impresa entregada a los beneficiarios de acuerdo con la propuesta aprobada.

9. REGISTRO VISUAL

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

Fachada del lugar donde se ejecuta la acción de formación




Interventoría y capacitador



Carné y cédula del capacitador





El interventor con el capacitador y el grupo visitado



Unidad temática desarrollada en la sesión




HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DIRECTA DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS




PRESENTACIÓN
UDECO
Santa Rita



Beneficiarios asistentes a la acción de formación



Material de formación (cubierta – contenido – contracubierta)





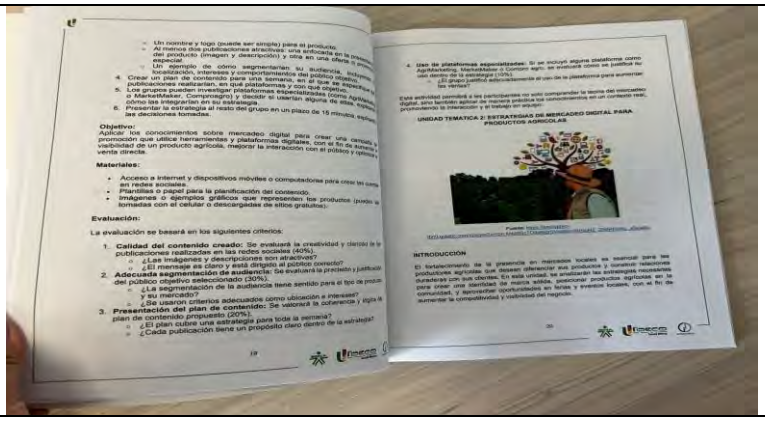




Imagen institucional SENA





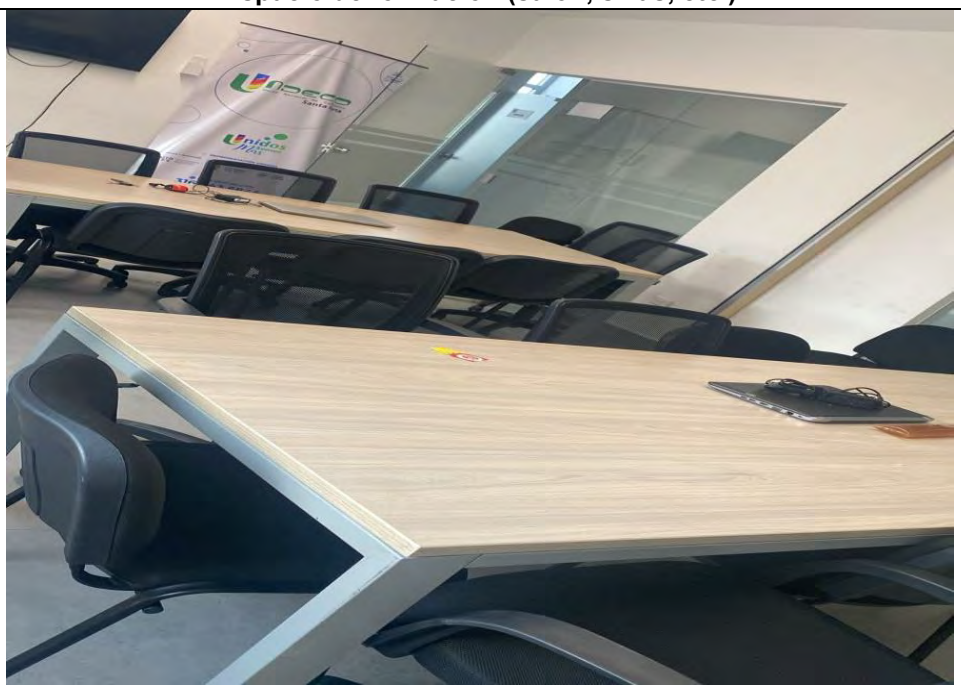



FCE
FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA

Ayudas y equipos



Espacio de formación (salón, sillas, etc.)





10. CONCEPTO ACÁDEMICO

La Acción Formativa 4 ***"Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas",*** busca capacitar a los participantes en la utilización efectiva de herramientas de mercadeo digital, específicamente dirigidas al sector agrícola. Estructurada en unidades temáticas, esta formación aborda en la "***UT1 Generalidades de mercadeo digital para productos agrícolas***" y la ***"UT2 Estrategias de mercadeo digital para productos agrícolas",*** aspectos esenciales del marketing digital, adaptados a las particularidades del sector agrícola y orientados a mejorar la comercialización directa de los productos.

El evento formativo, diseñado bajo una metodología teórico-práctica, permite a los participantes comprender y aplicar conceptos clave del mercadeo digital en un entorno flexible y dinámico. Durante el desarrollo de la UT1, los participantes adquieren una visión general de los fundamentos del mercadeo digital, incluyendo el uso de plataformas digitales y la importancia de establecer una presencia en línea eficaz, para que el conocimiento se adapte a las necesidades de los productores agrícolas. La UT2, por su parte, se centra en estrategias específicas de marketing digital, como la creación de contenido relevante, el uso adecuado de redes sociales, la segmentación del mercado y la administración de campañas de publicidad en línea.

Esta estructura modular facilita la adquisición y aplicación de conocimientos prácticos que los participantes pueden implementar de manera directa en sus procesos de

comercialización agrícola. La metodología utilizada favorece un aprendizaje activo y permite la interacción directa con herramientas y estrategias de mercadeo digital en un contexto realista.

Así las cosas, La acción de formación visitada y unidad temática analizada cumple y es integral en su contenido con el objetivo y temas de la propuesta aprobada.

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

Proyectó: Stephany Osorio Caballero– Interventora
Revisó: Martha Álvarez – Coordinadora académica