Bogotá D.C., 09 de marzo de 2025

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

Conviniente	Asociación Red de Mujeres Comunales del Departamento del Meta - REMUCOM
Convenio n.°	CO1.PCCNTR.7003645 de 2024
Nombre de la acción formativa	AF6 – *"AgroMarketing digital de productos orgánicos locales"*
Modalidad	Virtual
Grupo	2
Unidad temática	UT6 – *"Trabajo colaborativo y cooperativo en el marketing digital de productos orgánicos"*
Tipo de evento formativo	Curso
Lugar de ejecución	Villavicencio - Restrepo
Fecha de visita	01/03/2025
Hora de la visita	08:00 am a 10:00 a.m.
Interventor que realiza la visita	María Juliana Cruz Zuleta

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 Red de Mujeres Comunales del Departamento del Meta - REMUCOM, se permite presentar el informe de la visita de campo realizada al evento de la referencia.

1. DATOS DEL CAPACITADOR

- Nombre: José Ramiro Bertieri Quintero
- Identificación: C.C. 80.497.293

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 un curso de la AF6 – *"AgroMarketing digital de productos orgánicos locales",* en su unidad temática UT6 – *"Trabajo colaborativo y cooperativo en el marketing digital de productos orgánicos",* la cual se imparte con metodología teórico – práctica por medio del aula virtual https://virtualremucom.com/

El evento de formación busca ampliar conocimientos y competencias en áreas específicas del marketing digital aplicado al sector agrícola, lo cual requiere conocimientos especializados que van más allá de la agricultura tradicional. Los jóvenes aprenden a manejar herramientas tecnológicas, plataformas digitales y estrategias de comercialización definidas para productos orgánicos locales, ampliando su campo de acción y su capacidad de competir en mercados modernos. A través del curso, los estudiantes no solo se instruyen sobre redes sociales, marketplaces y analítica digital, sino que también actualizan sus conocimientos para poder aprovechar las últimas tendencias y herramientas tecnológicas en la promoción de productos agrícolas. El evento formativo incorpora conceptos de agroecología y sostenibilidad, lo que lo convierte en una acción que responde no solo a la dinámica económica, sino también a las exigencias ambientales y regionales. Se promueve el uso de técnicas agrícolas que protejan el entorno y que, a su vez, generen productos de mayor valor agregado para mercados interesados en la responsabilidad ambiental.

A su vez, los beneficiarios son jóvenes campesinos en regiones rurales del departamento del Meta, orientada a mejorar las oportunidades de estos jóvenes y sus familias, fomentando el arraigo rural y promoviendo el desarrollo económico de sus comunidades. Se enfoca en el empoderamiento de los productores locales y en la creación de conexiones más fuertes con mercados de consumidores conscientes, quienes valoran lo orgánico y lo local.

Ahora bien, al revisar el contenido dispuesto en la plataforma correspondiente a la UT6 – *"Trabajo colaborativo y cooperativo en el marketing digital de productos orgánicos" se evidencia profundización en los siguientes tópicos*:
1. Modelos de trabajo colaborativo: asociaciones y cooperativas rurales.
2. Ventajas del trabajo en equipo para la promoción y comercialización de productos orgánicos.
3. Plataformas y herramientas digitales para la gestión colaborativa de proyectos de marketing.

4. Ejercicio práctico: desarrollo de una campaña colaborativa entre los estudiantes.

Así las cosas, se constató que el curso ha sido estructurado en módulos sobre los temas determinados, con la información correspondiente a lo establecido en la propuesta aprobada bajo una metodología teórica y práctica para estimular la adquisición y desarrollo de conocimientos de forma dinámica y flexible.

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

Finalmente, la formación contribuye a que los beneficiarios estén en la capacidad de identificar y explicar los principios de la agroecología y su relación con la producción sostenible de alimentos. Asimismo, reconocer las tendencias del mercado orgánico y los perfiles de consumidores interesados en estos productos; entender los conceptos básicos del marketing digital y las plataformas más efectivas para promocionar productos agrícolas y tener la capacidad de desarrollar e implementar campañas publicitarias digitales utilizando herramientas como Facebook Ads y Google Ads, así como crear contenido efectivo para sus productos orgánicos.

3.2. Beneficiarios: El número de beneficiarios esperados de acuerdo con el cronograma y la propuesta aprobada es de 70 participantes, en la visita se encontraron 95 personas matriculadas para la acción de formación y grupo objeto de revisión.

De manera particular los participantes son jóvenes campesinos de entre 14 y 18 años estudiantes activos de colegios de los Municipios de Acacías, Restrepo, Granada y Villavicencio. La selección de este grupo busca fomentar el interés y la participación de las nuevas generaciones en la adopción de tecnologías para el agro-marketing, asegurando así la sostenibilidad y el crecimiento del sector agrícola local.

La actividad principal de los participantes es ser estudiantes y adicionalmente colaboran en sus casas con las labores del campo en el ámbito agrícola, incluyendo:

- Siembra y preparación del suelo.
- Cuidado y mantenimiento de cultivos.
- Cosecha de productos agrícolas.
- Cuidado de animales.

- Venta y comercialización de productos.
- Transporte de productos agrícolas.
- Mantenimiento de herramientas y equipos.
- Procesamiento de productos.
- Asistencia en la contabilidad familiar.

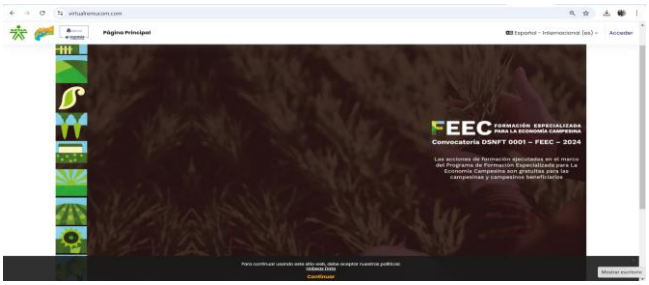
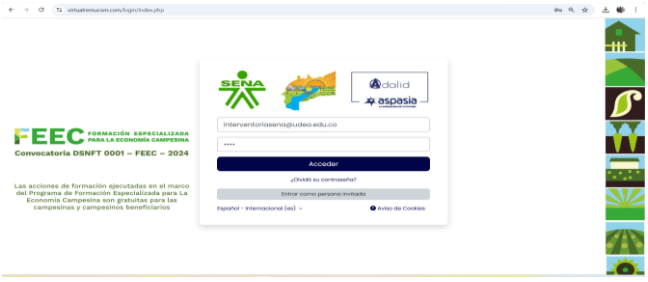
3.3. Capacitador o tutor: El docente a cargo de la sesión formativa es el profesional José Ramiro Bertieri Quintero, identificado con cedula de ciudadanía No. 80.497.293, el cual fue aprobado por la interventoría y coincide con el registrado en el cronograma del proyecto.

3.4. Centro de atención al usuario (CAU): Durante la visita de la Interventoría, se identificó el espacio dispuesto para soporte técnico denominado Centro de Atención al Usuario (CAU), con la finalidad de brindar atención oportuna ante los posibles escenarios de inquietudes que puedan tener los beneficiarios, permitiendo que no se vea afectado el desarrollo de las unidades temáticas.

La interventoría hizo uso de esta herramienta con la finalidad de constatar los tiempos y calidad de respuesta ante las diversas consultas que puedan presentar los beneficiarios.

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 gráficas aprobadas por el SENA, el uso de la imagen institucional del SENA, además de esto se encuentran cargados y disponibles para ser reproducidos el video de bienvenida del SENA y el JINGLE. 

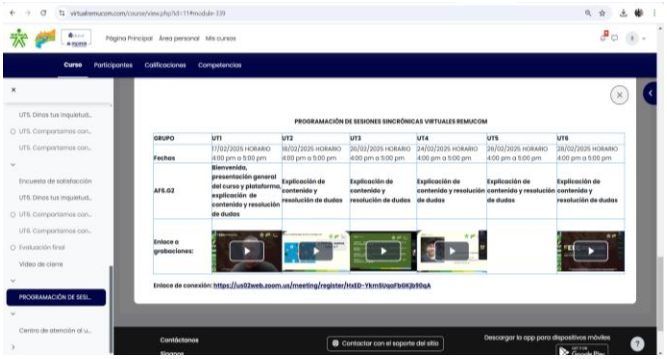
Aspecto	Validación durante la visita
Gratuidad de la formación:	En cumplimiento de lo establecido en la convocatoria y el convenio, se valida que la gratuidad de la acción de formación está publicada en la página del registro de entrada a la plataforma. Se evidenció el uso de la frase institucional del SENA *"Las acciones de formación ejecutadas en el marco del Programa de Formación Especializada para la Economía Campesina son gratuitas para los campesinos y campesinas beneficiarios".* Lo anterior, de conformidad a lo señalado en el artículo 7 del Acuerdo 0003 de 2023.   
Material de formación	El material de formación de la AF6 – *"AgroMarketing digital de productos orgánicos locales"*, se encuentra disponible para consulta y descarga en la plataforma educativa virtual, conforme fue aprobado por la Interventoría. no se hallaron 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://virtualremucom.com/, es agradable, intuitivo y diseñado a la medida, en él se identificaron herramientas informáticas adicionales que permiten

Aspecto	Validación durante la visita
	interactuar con el contenido, por ejemplo, videos introducción y desarrollo de la unidad temática, inquietudes, foros, actividades, talleres, evaluaciones, test y glosario. La URL 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 24 horas al día, los 7 días de la semana bajo condiciones apropiadas para el acceso de los beneficiarios, el tiempo de respuesta es corto, la parte grafica se carga de manera ágil y sin ningún inconveniente. Durante la visita de la Interventoría, se identificó el espacio dispuesto para soporte técnico denominado Centro de Atención al Usuario (CAU). 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.

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. Fecha:17/02/2025
Explicativa: al inicio de cada unidad temática	De acuerdo con el cronograma a la fecha de la presente visita han iniciado seis (6) unidades temáticas, se revisó que en la plataforma se encuentran disponibles para consulta las siguientes grabaciones: ● UT1 – *"Fundamentos de la Agroecología y Mercados de Productos Orgánicos"* - Fecha: 17/02/2025 – Duración: 69 minutos. ● UT2 *"Introducción al Marketing Digital y su Aplicación en Productos Agrícolas"*- Fecha: 18/02/2025 – Duración: 57 minutos. ● UT3 *"Creación de estrategias de marketing digital"*- Fecha:

	20/02/2025 – Duración: 62 minutos. ● UT4 *"Implementación de campañas de marketing digital"*- Fecha: 24/02/2025 – Duración: 82 minutos ● UT5 *"Seguimiento y evaluación de campañas digitales"*- Fecha: 26/02/2025– No esta adjunta la grabación en la plataforma. ● UT6 *"Trabajo colaborativo y cooperativo en el marketing digital de productos orgánicos"*- Fecha: 28/02/2025– Duración: 64 minutos.  En cada caso se explicaron los contenidos y se profundizó en algunos de ellos. Al finalizar la sesión, se dio un espacio para responder a dudas e inquietudes de los beneficiarios.
Dudas e inquietudes	Se verifica que la acción de formación se desarrolla según lo establecido en el cronograma, brindando a los beneficiarios un óptimo desarrollo del curso y ofreciendo diferentes espacios para resolver dudas e inquietudes durante la sesión sincrónica de las UT explicativas, de acuerdo a lo que establece el anexo14.

La Interventoría verificó adicionalmente para cada sesión, el reporte de la asistencia correspondiente durante el desarrollo de las videoconferencias en el plano vista de galería que proyecta en ventana el nombre de los participantes conectados.

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.

Adjuntar la grabación de la sesión sincrónica de la UT 05 *"Seguimiento y evaluación de campañas digitales",* la cual fue realizada el día 26 de febrero de 2025.

Ubicar en el campus virtual un espacio para adjuntar los listados de asistencia de las sesiones sincrónicas de manera simultánea con la publicación de las grabaciones. Esto permitirá un seguimiento preciso de la participación de los beneficiarios y facilitará la gestión del curso.

8. CONCLUSIONES

- La sesión académica visitada se encuentra definida, considerada y desarrollada en la plataforma virtual conforme lo descrito en el proyecto aprobado.

- El docente aprobado a la acción de formación y unidad temática visitada es la autorizada por la Interventoría y coincide con el registrado en el cronograma presentado por el conviniente.

- La URL utilizada por el conviniente tiene un desempeño apropiado, dado que el ingreso es rápido y de fácil acceso, se encuentra disponible y en funcionamiento durante el desarrollo de las acciones de verificación.

- La metodología utilizada en la sesión de formación se desarrolló en su componente teórico-práctico.

- El material de formación se encuentra disponible para los beneficiarios en plataforma.

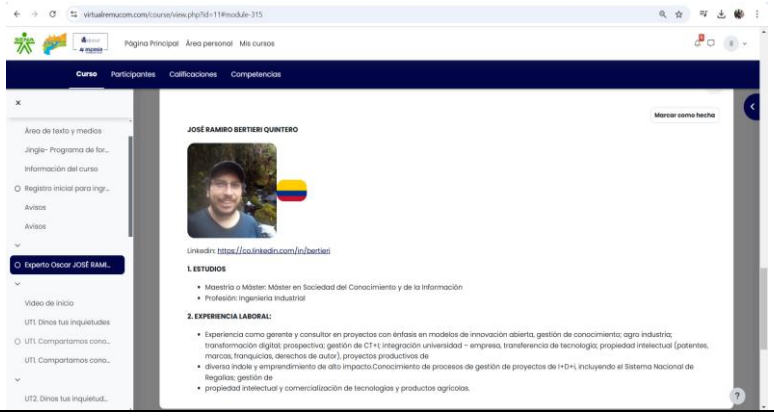
- La plataforma de las acciones de formación en la modalidad virtual expone de manera permanente el texto *"Las acciones de formación ejecutadas en el marco del Programa de Formación Especializada para la Economía Campesina son gratuitas para las campesinas y campesinos beneficiarios"*.

- En la plataforma virtual, se evidencias las sesiones sincrónicas de las unidades temáticas y la de dudas e inquietudes, sin embargo, la sesión sincrónica UT5 no se encuentra adjunta.

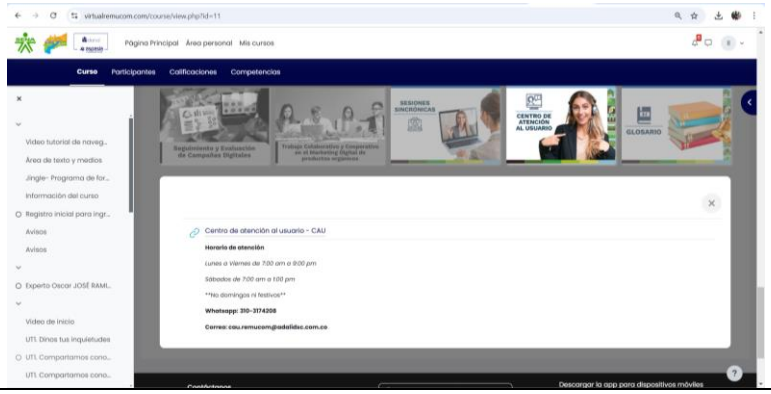
9. REGISTRO VISUAL

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

Capacitador de la acción de formación



Soporte técnico - Centro de Atención al Usuario (CAU)

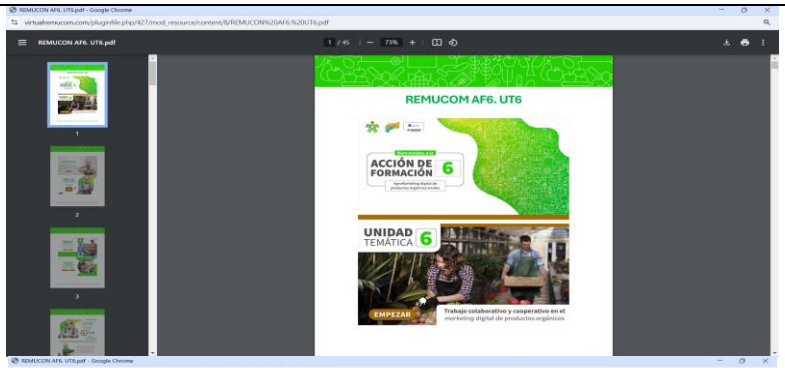


Unidad temática visitada

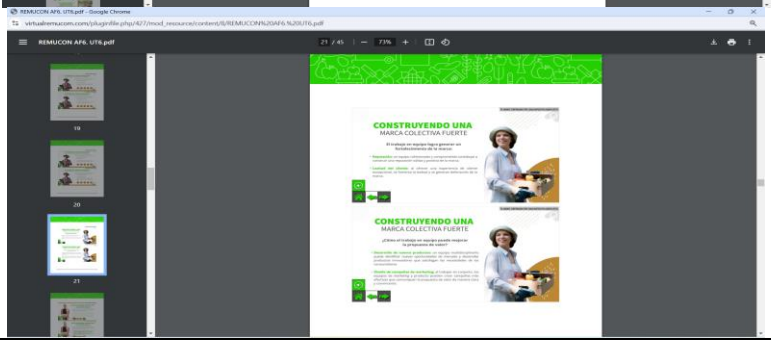


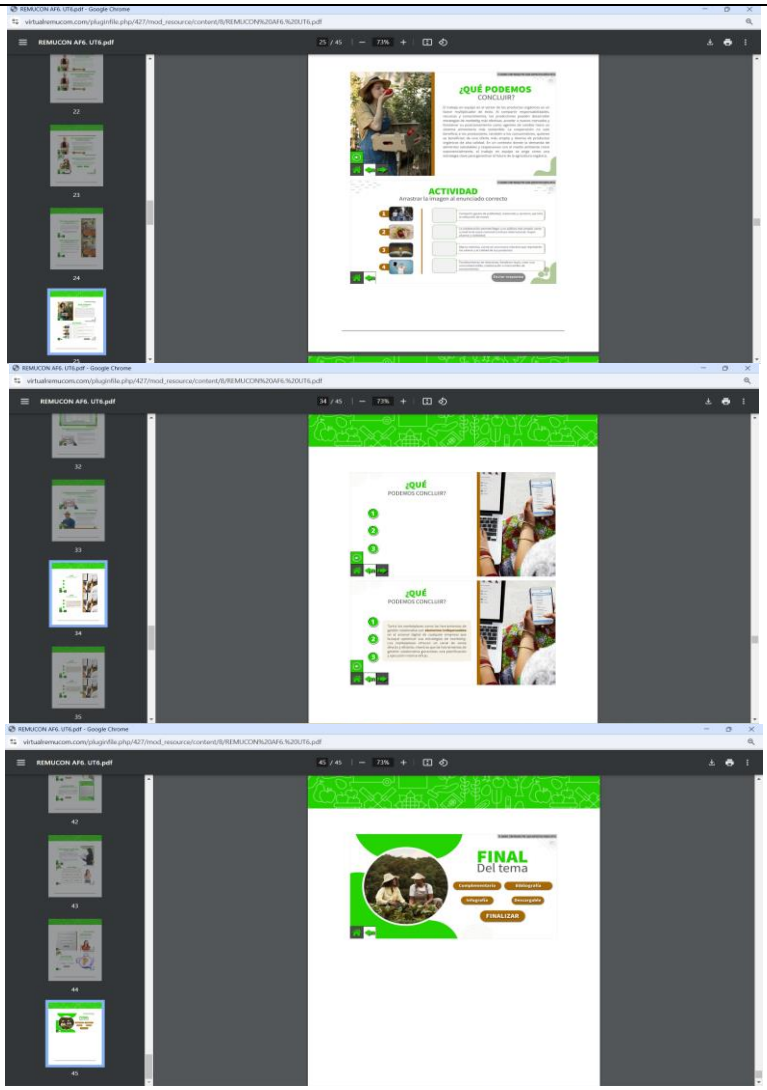


Material de formación



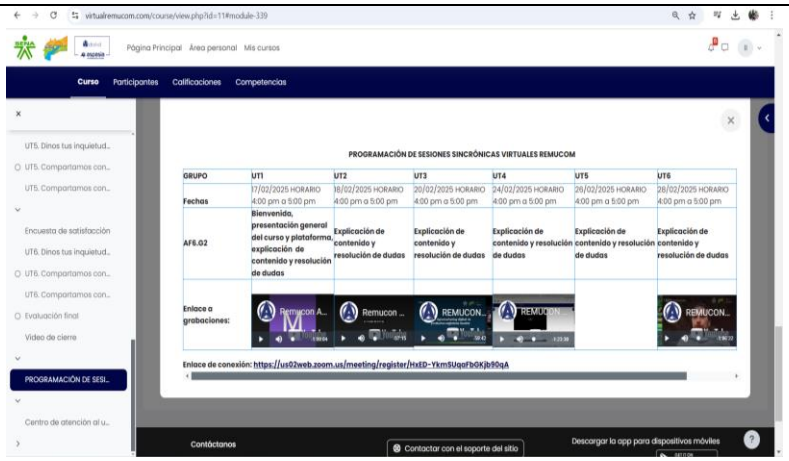






Asistencia a las sesiones sincrónicas

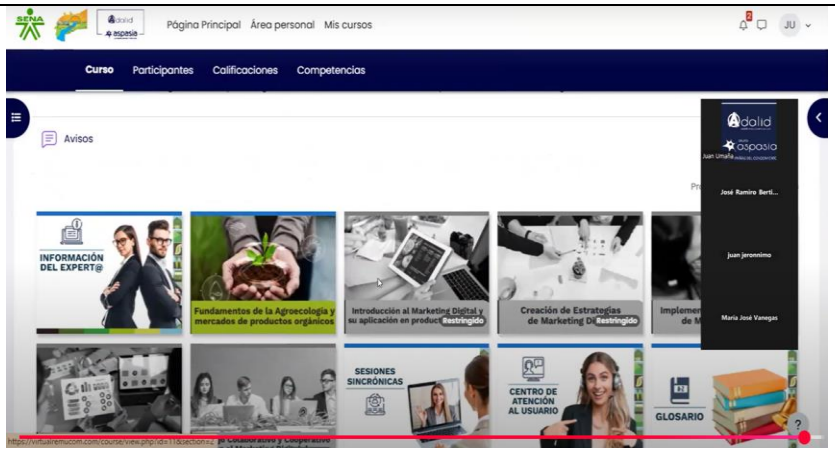
Inicial-Explicativas-Dudas e inquietudes





Remucon AF6.G2 UT1



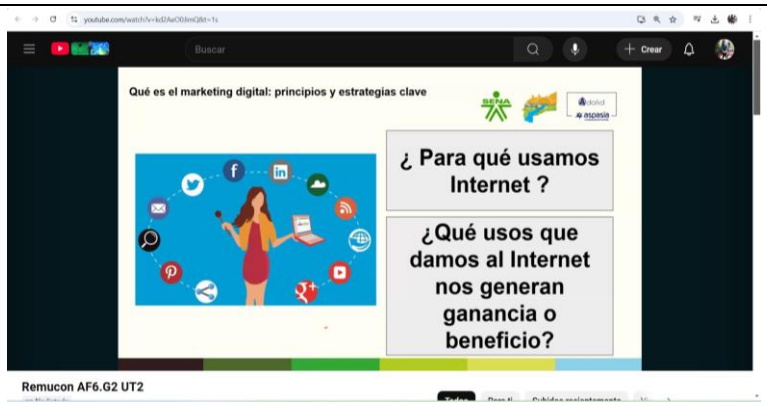

Página Principal
Área personal
Mis cursos
Curso
Participantes
Calificaciones
Competencias
Avisos
INFORMACIÓN DEL EXPERT@
Fundamentos de la Agroecología y mercados de productos orgánicos
Introducción al Marketing Digital y su aplicación en product
Creación de Estrategias de Marketing Di
SESIONES SINCRÓNICAS
CENTRO DE ATENCIÓN AL USUARIO
GLOSARIO

UT1


Buscar
Crear
Subtema 1 - Introduc
agroecología: princ
beneficios de la pr
sostenible
Aspectos biológicos (ambientales)
Aspectos sociales
Aspectos económicos
SOSTENIBILIDAD
Remucon AF6.G2 UT1

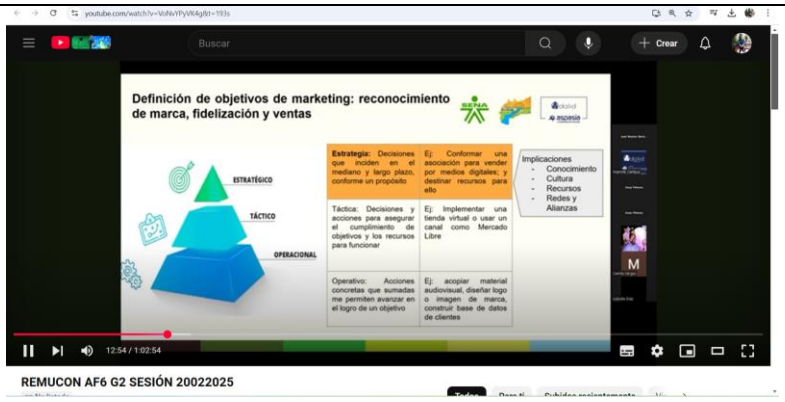

Buscar
Crear
Subtema 2 - Características de los productos orgánicos y su importancia en la salud y el medio ambiente
Gestión de conocimiento: saberes ancestrales, tecnologías modernas, diversidad de fuentes de información
Trascendencia: es más que una moda, un sistema de producción que respeta la naturaleza y garantiza alimentos saludables.
Sostenibilidad: Imita los ciclos naturales y fortalece la capacidad de la tierra para sostener la vida.
Remucon AF6.G2 UT1

UT2


Qué es el marketing digital: principios y estrategias clave
¿ Para qué usamos Internet ?
¿Qué usos que damos al Internet nos generan ganancia o beneficio?
Remucon AF6.G2 UT2


Plataformas digitales para la promoción de productos agrícolas
Acciones típicas de mercadeo digital
- Atraer (hacer publicidad, lanzar ofertas)
- Conectar (captar datos de un cliente)
- Segmentar (clasificar clientes)
- Exponer bienes o servicios (inducir la compra)
- Realizar transacciones monetarias (concretar la venta)
- Servicio postventa (información, soporte, garantía)
Una sola plataforma permite realizar varias acciones
Combinar dispositivos fijos y móviles
Remucon AF6.G2 UT2

UT3


Definición de objetivos de marketing: reconocimiento de marca, fidelización y ventas
ESTRATÉGICO
TÁCTICO
OPERACIONAL
Implicaciones
- Conocimiento
- Cultura
- Recursos
- Redes y Alianzas
REMUCON AF6 G2 SESIÓN 20022025

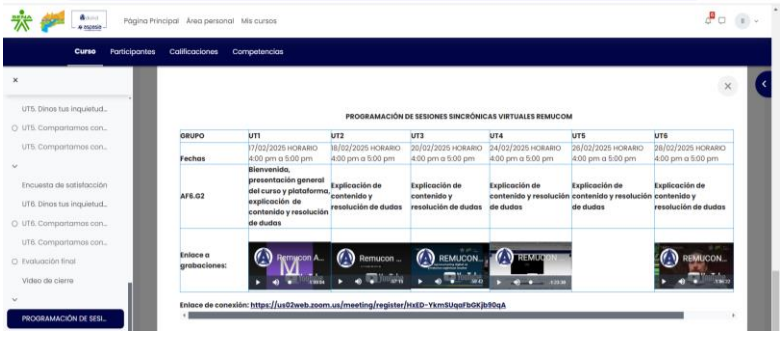


UT4





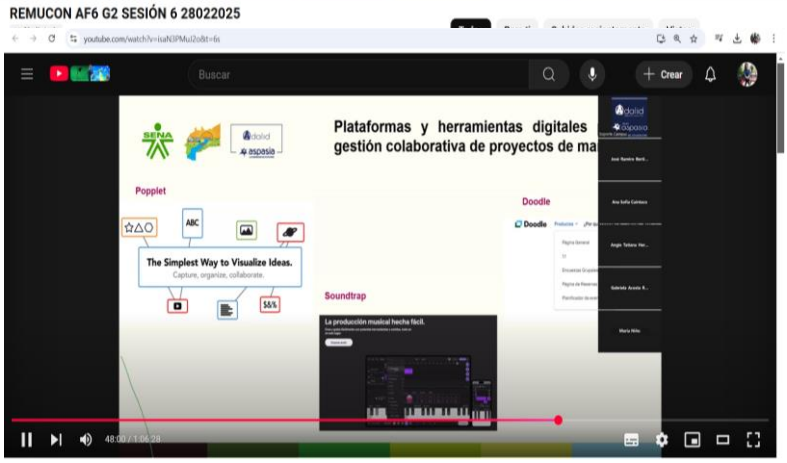
Unidad temática AF05



UT6 “Trabajo colaborativo y cooperativo en el marketing digital de productos orgánicos”- Fecha: 28/02/2025

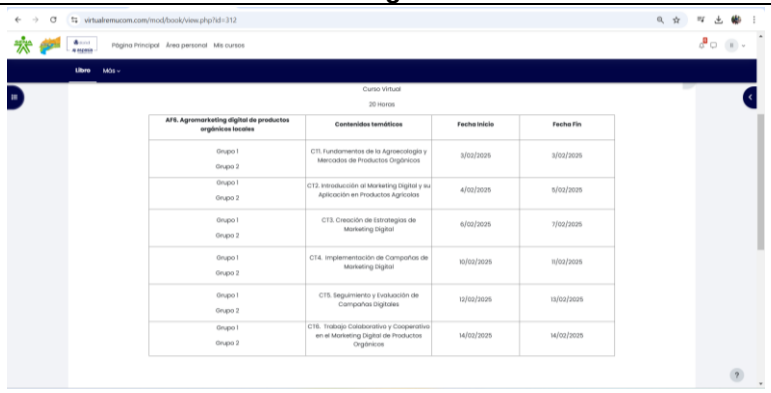


REMUCON AF6 G2 SESIÓN 6 28022025



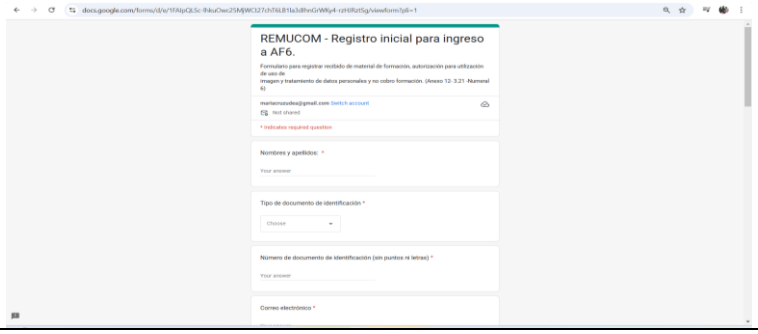
REMUCON AF6 G2 SESIÓN 6 28022025

Cronograma



AF6. Agromarketing digital de productos orgánicos locales	Contenidos temáticos	Fecha Inicio	Fecha Fin
Grupo 1 Grupo 2	CT1. Fundamentos de la Agroecología y Mercados de Productos Orgánicos	3/02/2025	3/02/2025
Grupo 1 Grupo 2	CT2. Introducción al Marketing Digital y su Aplicación en Productos Agrícolas	4/02/2025	5/02/2025
Grupo 1 Grupo 2	CT3. Creación de Estrategias de Marketing Digital	6/02/2025	7/02/2025
Grupo 1 Grupo 2	CT4. Implementación de Campañas de Marketing Digital	10/02/2025	11/02/2025
Grupo 1 Grupo 2	CT5. Seguimiento y Evaluación de Campañas Digitales	12/02/2025	13/02/2025
Grupo 1 Grupo 2	CT6. Trabajo Colaborativo y Cooperativo en el Marketing Digital de Productos Orgánicos	14/02/2025	14/02/2025

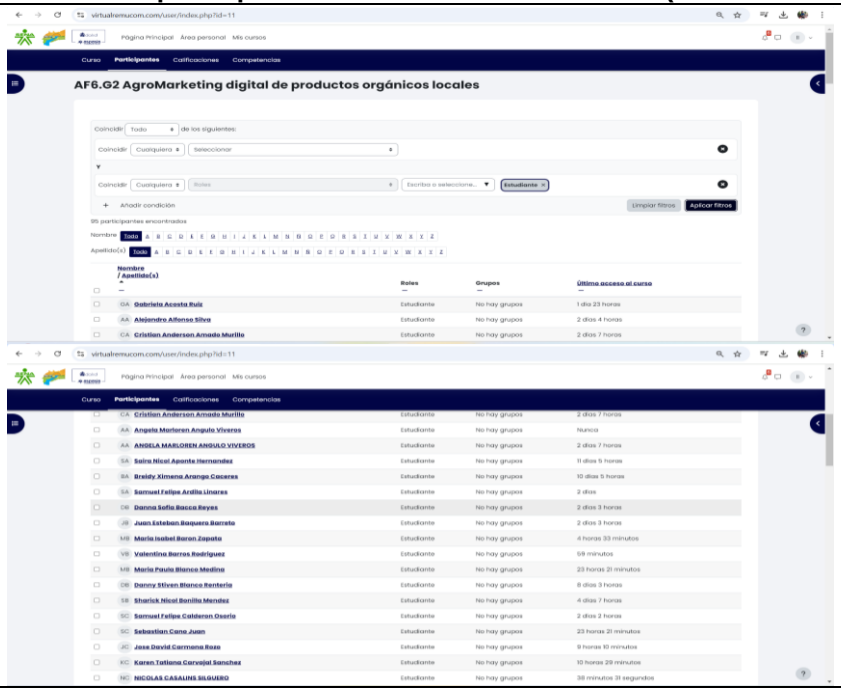
Registro inicial



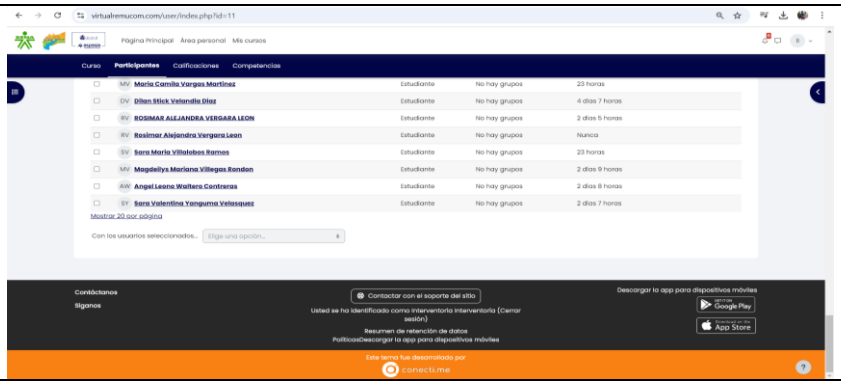
Evaluación final



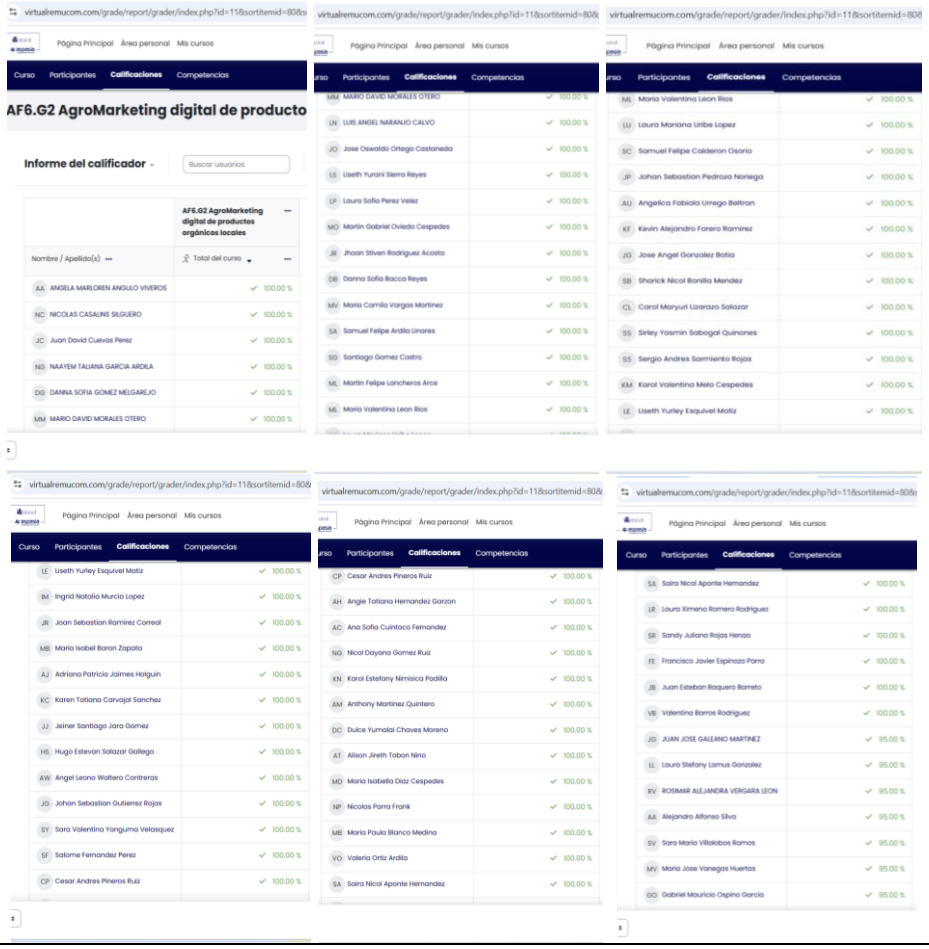
Beneficiarios participantes de la acción de formación (rol estudiante)

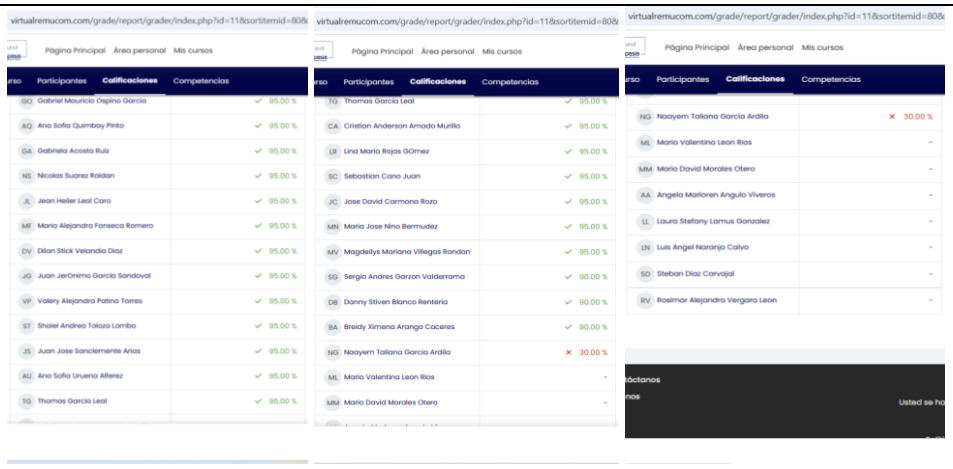




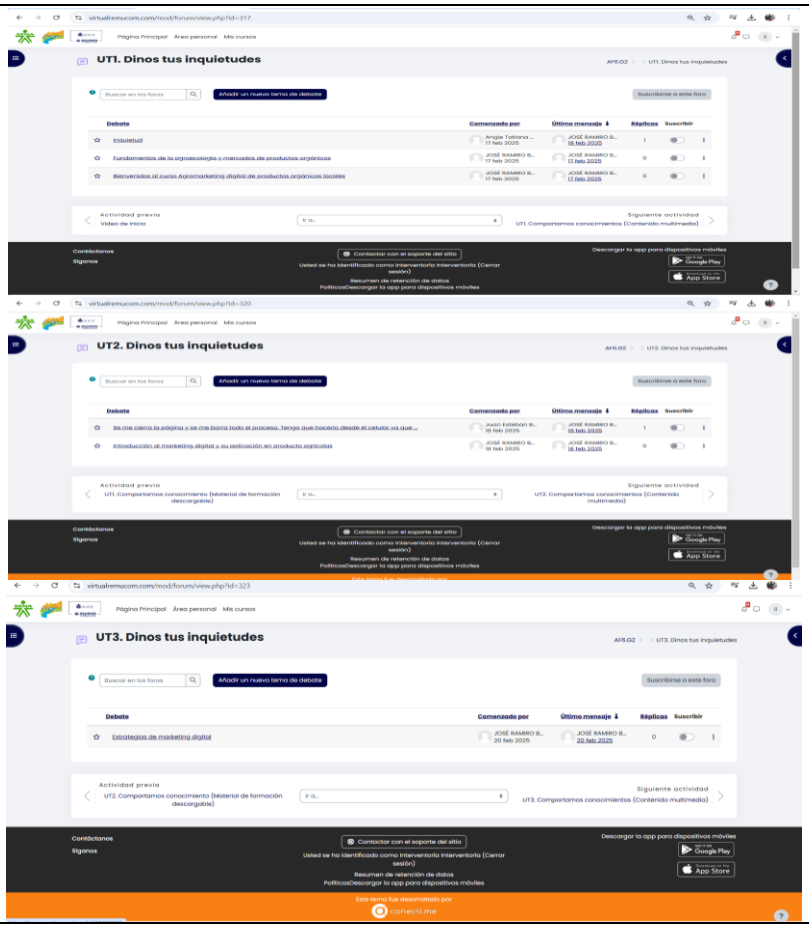


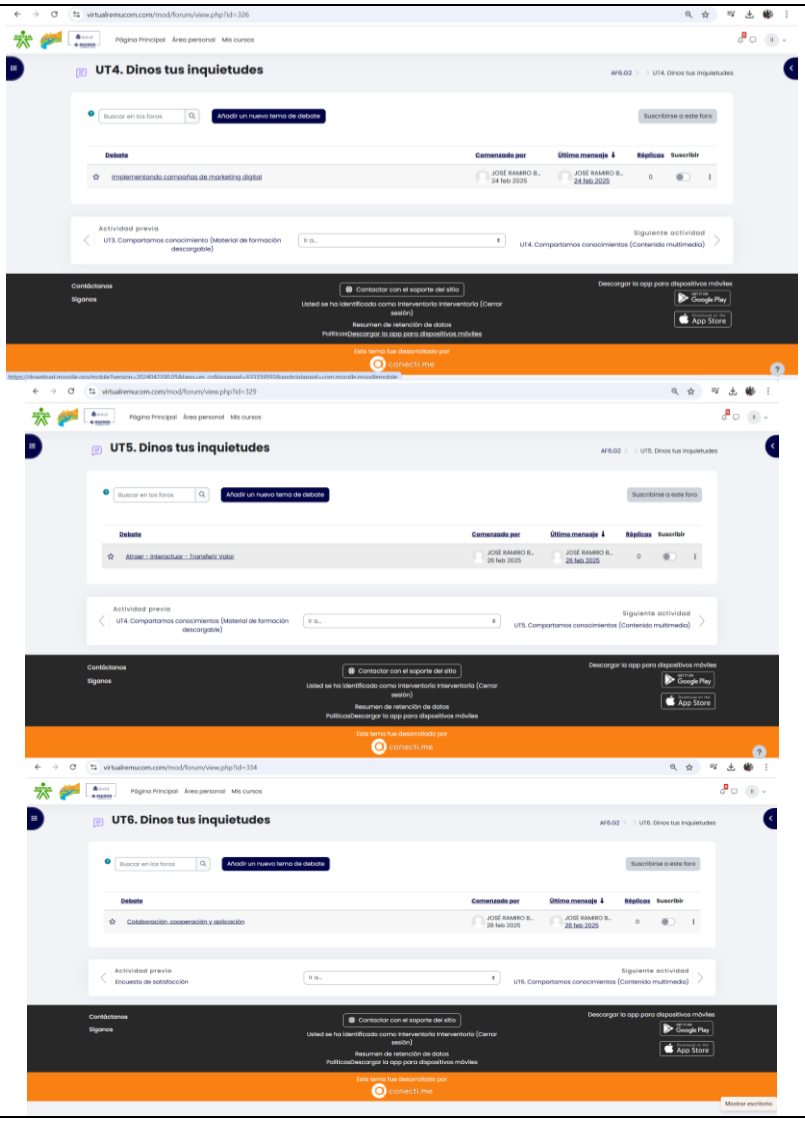
Progreso académico de los beneficiarios





Interacciones capacitador y beneficiarios





10. CONCEPTO ACÁDEMICO

La acción de formación visitada AF6 – "*AgroMarketing digital de productos orgánicos locales"*, se ha diseñado con un enfoque pedagógico que busca integrar teoría y práctica, utilizando una variedad de recursos y actividades para facilitar el aprendizaje de los jóvenes campesinos. Los resultados esperados de la formación, que abarcan desde la comprensión de principios agroecológicos hasta el diseño e implementación de campañas de marketing digital, reflejan un enfoque integral y relevante para el desarrollo de competencias en el contexto agrícola local.

La plataforma y los contenidos del curso proporcionan una base sólida para que los beneficiarios comprendan los principios de la agroecología y las tendencias del mercado orgánico, a partir de la profundización en los siguientes temas: Modelos de trabajo colaborativo: asociaciones y cooperativas rurales, ventajas del trabajo en equipo para la promoción y comercialización de productos orgánicos, plataformas y herramientas digitales para la gestión colaborativa de proyectos de marketing y ejercicios prácticos: desarrollo de una campaña colaborativa entre los estudiantes. Lo anterior, bajo la orientación del docente José Ramiro Bertieri Quintero, lo que enriquece la experiencia de aprendizaje.

La información se encuentra organizada a través de los recursos que la misma plataforma provee para el montaje de contenidos, como cuestionarios, videos, foro social y además de la posibilidad de acceder a las sesiones sincrónicas y enlaces a información interna y externa, que involucran de manera activa a los beneficiarios en su proceso de aprendizaje.

Por lo anterior, la acción de formación visitada y unidad temática analizada cumple y es integral en su contenido con el objetivo y temas del proyecto aprobado.

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

MARÍA JULIANA CRUZ ZULETA
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 Juliana Cruz Zuleta – Interventora
Revisó: Martha Álvarez – Coordinadora académica