Bogotá D.C., 26 de marzo de 2025

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

Conviniente	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE CAICEDO-PRODUSCAS
Convenio n.°	CO1.PCCNTR.7003472
Nombre de la acción formativa	AF1-Emprendimiento rural sostenible para la formulación de proyectos que potencien la economía campesina
Modalidad	Virtual
Grupo	1
Unidad temática	UT5 - Análisis de Mercado y Estrategias de Comercialización
Tipo de evento formativo	Curso
Lugar de ejecución	Antioquia
Fecha de visita	20/02/2025
Hora de la visita	8:00 a. m. - 10:00 a. m.
Interventor que realiza la visita	Catherine Rivera

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 DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE CAICEDO-PRODUSCAS, se permite presentar el informe de la visita de campo realizada al evento de la referencia.

1. DATOS DEL CAPACITADOR

- Nombre: HÉCTOR CARDONA GUTIÉRREZ
- Identificación: C.C. 70.562.500

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 AF1 – "Emprendimiento rural sostenible para la formulación de proyectos que potencien la economía campesina" en su unidad temática 5 – "Análisis de Mercado y Estrategias de Comercialización"

El evento formativo tiene como objetivo capacitar a los campesinos en habilidades empresariales, formalización de negocios, diversificación de proyectos, uso de tecnologías sostenibles y estrategias de integración en cadenas de valor, con el fin de fortalecer sus emprendimientos dentro de la economía campesina, mejorar su competitividad y contribuir al desarrollo sostenible de sus comunidades.

La interventoría al revisar el contenido dispuesto en la plataforma, se evidenció en materia de la unidad temática número 5 lo siguiente: Análisis de la demanda y oferta de productos agrícolas; Estrategias de posicionamiento y diferenciación en el mercado rural; Canales de distribución y promoción de productos campesinos.

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 foro como un espacio de encuentro y enriquecimiento colectivo de experiencias y aprendizaje.

3.2. Beneficiarios: El número de beneficiarios esperados de acuerdo con el cronograma y la propuesta aprobada es de 70, en la visita se encontraron 85 personas matriculadas para la acción de formación y grupo objeto de revisión.

Los campesinos y campesinas de Caicedo beneficiarios de la acción de formación son individuos con experiencia práctica en actividades agrícolas, interesados en mejorar sus capacidades empresariales y conocimientos en prácticas sostenibles.

3.3. Capacitador o tutor: El docente a cargo de la sesión formativa es HÉCTOR CARDONA GUTIÉRREZ, identificado con cedula de ciudadanía No. 70.562.500, 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), el cual cuenta con un correcto funcionamiento y respuesta oportuna.

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, el uso de su la imagen institucional del SENA además de esto se encuentra cargados y disponibles para ser reproducidos el video de bienvenida del SENA y el JINGLE
Gratuidad de la formación:	En cumplimiento de lo establecido en la convocatoria y el convenio la leyenda “Las acciones de formación ejecutadas en el marco de la convocatoria DSNFT 0001 FEEC 2024 del Programa de Formación Especializada para la Economía Campesina FEEC son gratuitas para los trabajadores beneficiarios.” se evidenció en la página de inicio de la plataforma, al ingresar a la acción de formación objeto de la visita debajo del jingle del FEEC y antes del video de bienvenida del SENA. Adicionalmente, en el material de formación en la contraportada de la cartilla descargable dispuesta en la plataforma y en la presentación utilizada por el docente en los encuentros sincrónicos.
Material de formación	El material de formación de la AF1 Emprendimiento rural sostenible para la formulación de proyectos que potencien la economía campesina, 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 www.produscas.com .La plataforma virtual tuvo un desempeño apropiado durante la visita, dado que el ingreso fue rápido y de fácil acceso, esta se encuentra 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), en el margen izquierdo de la pantalla principal. El ambiente virtual de aprendizaje es agradable, intuitivo y diseñado a la medida, en él se identificaron herramientas informáticas adicionales que permiten interactuar con el contenido, por ejemplo, videos introducción y desarrollo de la unidad temática, actividades, talleres, evaluaciones.

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.
Explicativa: al inicio de cada unidad temática	De acuerdo con el cronograma a la fecha de la presente visita han iniciado 5 unidades temáticas, se revisó que en la plataforma se encuentra disponible para consulta la siguiente grabación objeto de la visita: • UT5 - Análisis de Mercado y Estrategias de Comercialización- Fecha: 20/02/2025 – Duración: 91 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.

La Interventoría verificó, además, el listado de asistencia en el lugar destinado para ello (participantes), correspondiente al grupo objeto de revisión.

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 curso sea satisfactorio y oportuno.

8. CONCLUSIONES

•El uso del espacio virtual permite un buen desempeño en el cumplimiento de las actividades propuestas en la propuesta.

•La plataforma está diseñada de manera práctica y pedagógica de tal forma que los participantes puedan realizar la capacitación de manera eficiente.

•La acción de formación, así como la unidad temática respectiva, corresponden a lo registrado en el cronograma detallado remitido por el conviniente.

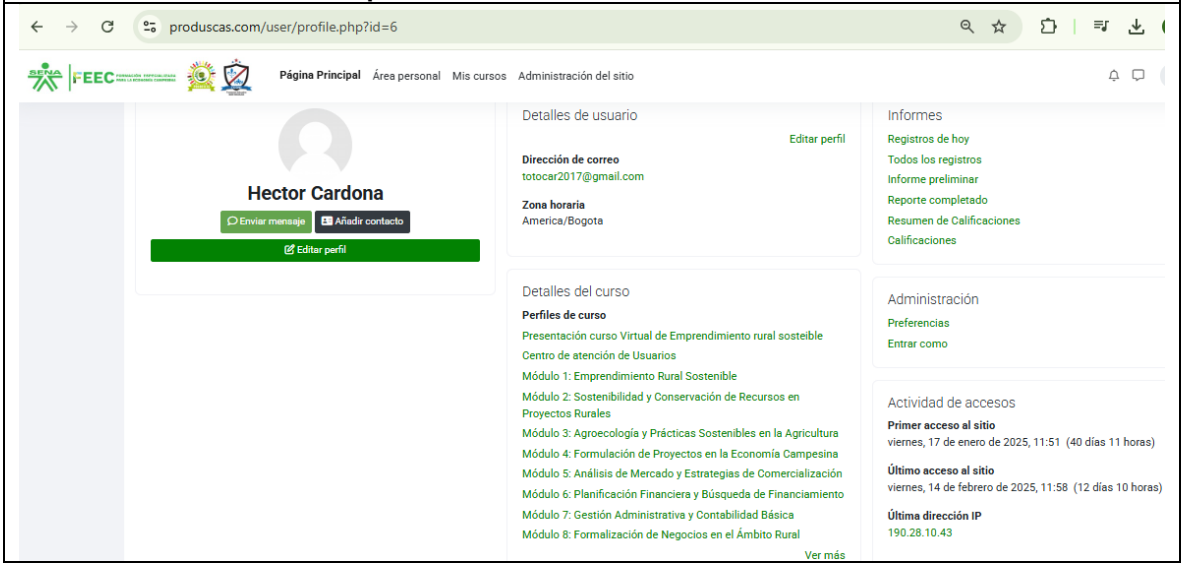
•El material de formación se encuentra disponible para los beneficiarios en plataforma.

•La temática tratada fue pertinente de acuerdo con lo indicado en la propuesta aprobada para la formación visitada.

9. REGISTRO VISUAL

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

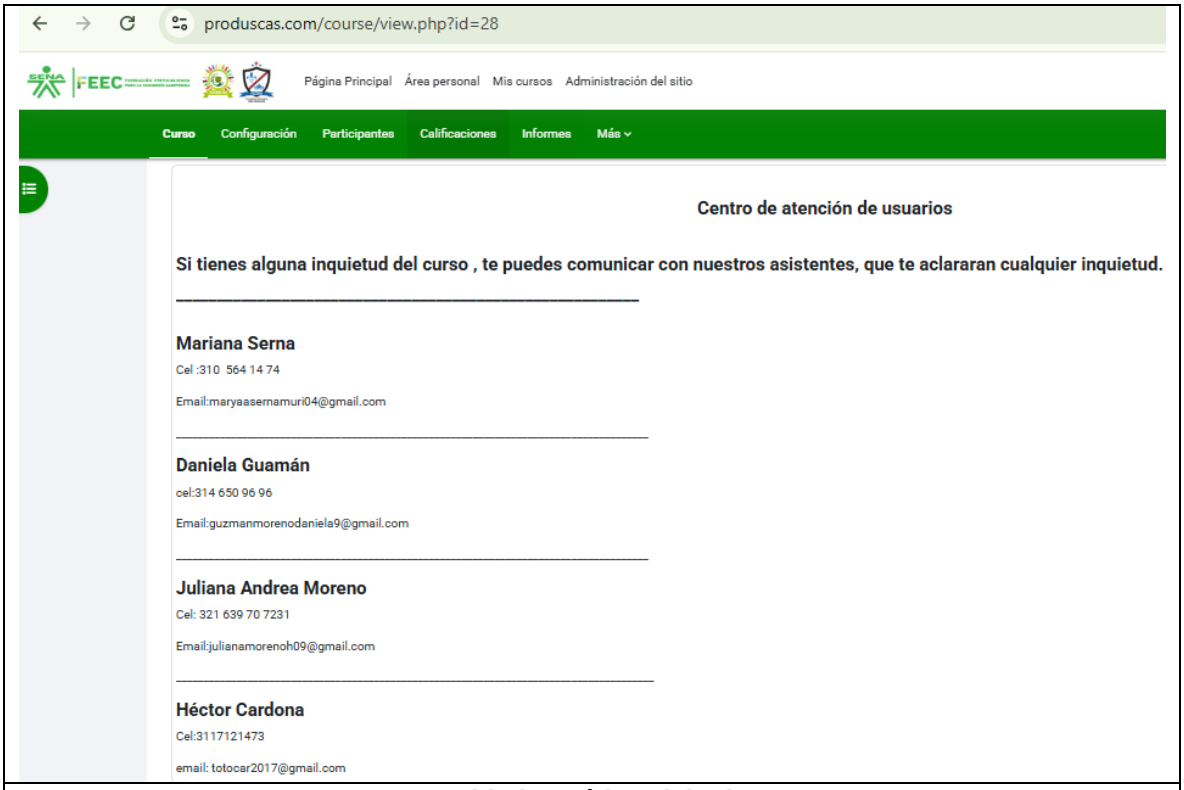
Capacitadores de la acción de formación





Soporte técnico - Centro de Atención al Usuario (CAU)





Unidad temática visitada





Material de formación



- Presentación
- Objetivos Modulo
- Aprendiendo de un experto
- Material Adicional
- .....Análisis de Mercado
- .....Estrategia de posicionamiento
- .....Canales de distribución
- .....Cooperativas y asociaciones
- .....Comercio Electronico
- .....Diapositivas de clase
- .....Manuales
- Glosario
- Bibliografia
- Juguemos
- Foro
- Master Class - Clase Virtual presencial
- Dudas
- Convalidación del conocimiento
- Tutor


Aprendiendo con un experto
análisis de mercado y estrategias de comercialización
FEEC FORMACIÓN ESPECIALIZADA PARA LA ECONOMÍA CAMPESINA
Convocatoria DSNFT 0001 – FEEC – 2024
Grupo de Gestión para la Productividad y la Competitividad
canales de distribución del mercado campesino
FEEC FORMACIÓN ESPECIALIZADA PARA LA ECONOMÍA CAMPESINA
Convocatoria DSNFT 0001 – FEEC – 2024
Grupo de Gestión para la Productividad y la Competitividad
demanda y oferta de productos
FORMACIÓN ESPECIALIZADA

Material complementario

.....Análisis de Mercado

Porque es necesario Hacer estudio de mercado ?



Estudio de mercado



Oferta y demanda



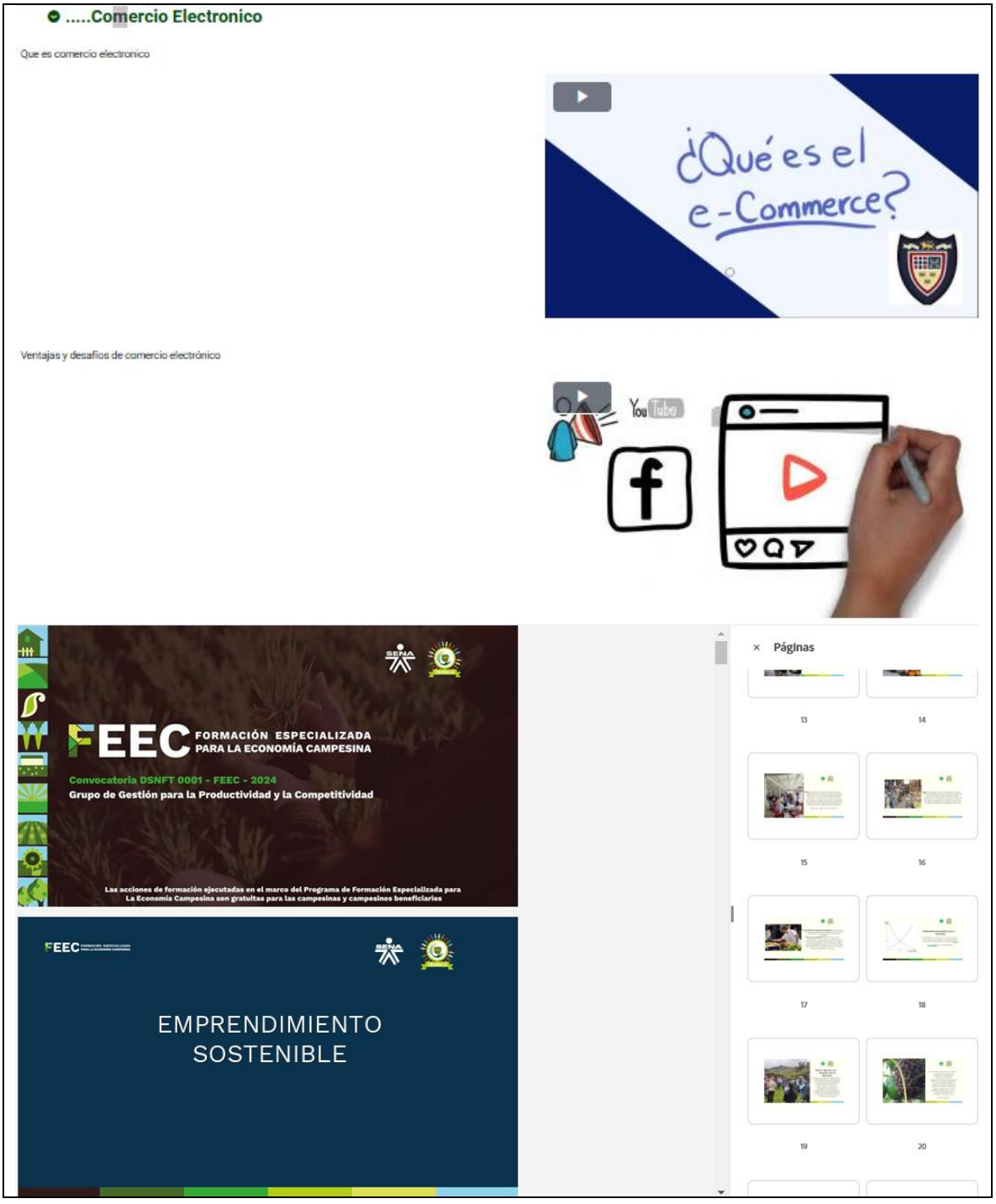
.....Estrategia de posicionamiento

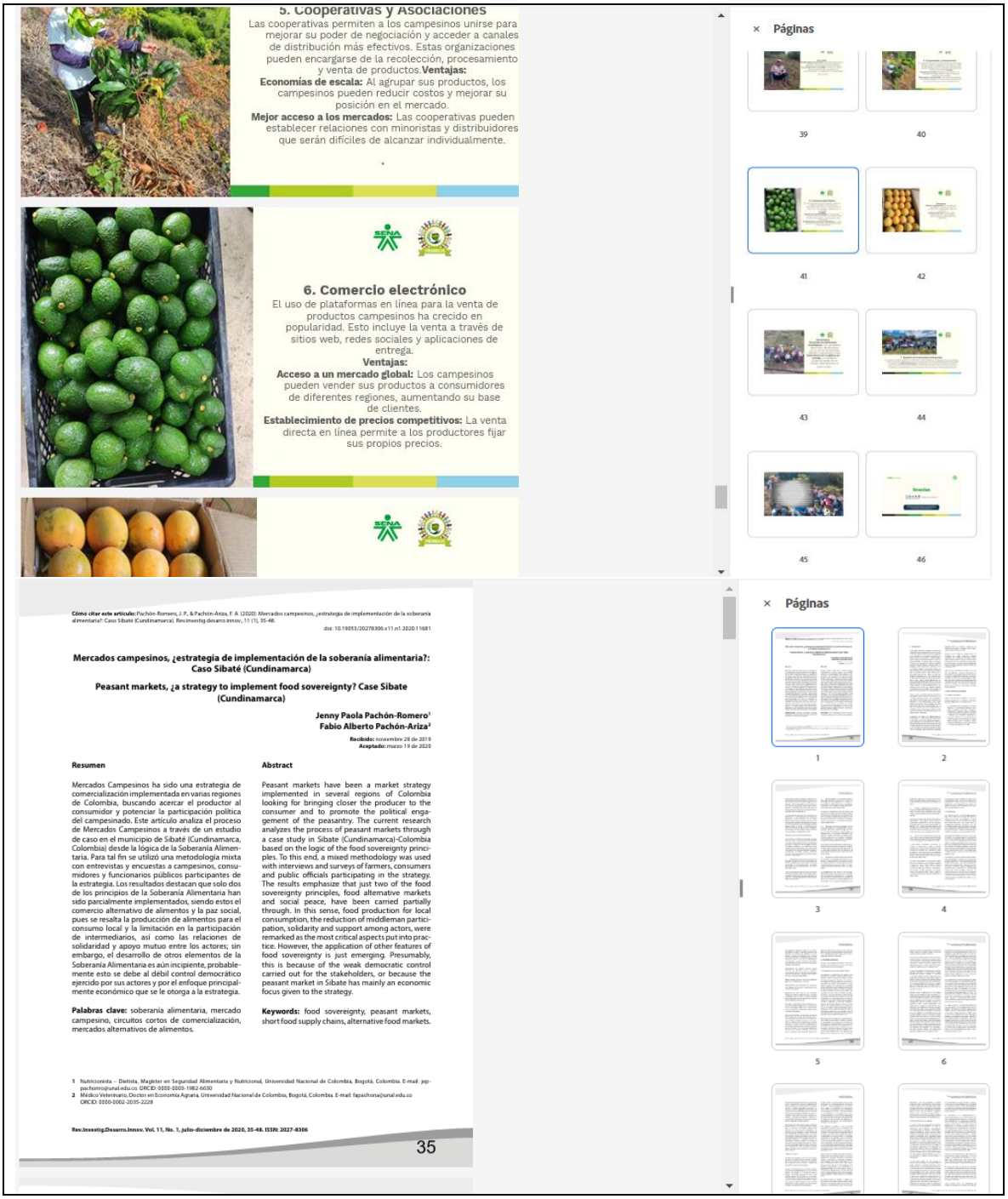
Que es una estrategia de posicionamiento ?




.....Canales de distribución
Canal de distribucion
Canales de distribución
Funciones de los canales de distrbucion
Funciones de los canales de distribución


.....Cooperativas y asociaciones
Fundaciones, asociaciones y cooperativas
COOPERATIVAS
No tienen Fin común
Los beneficios obtenidos se repartes entre los asociados
POWTOON
Diferencias
¿Cúal es la diferencia entre Asociación,Cooperativa y Cluster?
POR: HASMED RIVERA BETANCOURT
Consultor Especialista en Café
Myperuglobal
Cooperativas campesinas
3


.....Comercio Electronico
Que es comercio electronico
¿Qué es el e-Commerce?
Ventajas y desafíos de comercio electrónico
FEEC FORMACIÓN ESPECIALIZADA PARA LA ECONOMÍA CAMPESINA
Convocatoria DSNFT 0001 - FEEC - 2024
Grupo de Gestión para la Productividad y la Competitividad
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
EMPRENDIMIENTO SOSTENIBLE
Páginas



5. Cooperativas y Asociaciones

Las cooperativas permiten a los campesinos unirse para mejorar su poder de negociación y acceder a canales de distribución más efectivos. Estas organizaciones pueden encargarse de la recolección, procesamiento y venta de productos.**Ventajas:**

Economías de escala: Al agrupar sus productos, los campesinos pueden reducir costos y mejorar su posición en el mercado.

Mejor acceso a los mercados: Las cooperativas pueden establecer relaciones con minoristas y distribuidores que serán difíciles de alcanzar individualmente.

6. Comercio electrónico

El uso de plataformas en línea para la venta de productos campesinos ha crecido en popularidad. Esto incluye la venta a través de sitios web, redes sociales y aplicaciones de entrega.

Ventajas:

Acceso a un mercado global: Los campesinos pueden vender sus productos a consumidores de diferentes regiones, aumentando su base de clientes.

Establecimiento de precios competitivos: La venta directa en línea permite a los productores fijar sus propios precios.

× Páginas

39 40 41 42 43 44 45 46

Cómo citar este artículo: Pachón-Romero, J. P., & Pachón-Ariza, F. A. (2020). Mercados campesinos, ¿estrategia de implementación de la soberanía alimentaria?: Caso Sibaté (Cundinamarca). Rev.investig.desarro.innov., 11 (1), 35-48.

doi: 10.19053/20278306.v11.n1.2020.11681

Mercados campesinos, ¿estrategia de implementación de la soberanía alimentaria?: Caso Sibaté (Cundinamarca)

Peasant markets, ¿a strategy to implement food sovereignty? Case Sibate (Cundinamarca)

Jenny Paola Pachón-Romero[1]
Fabio Alberto Pachón-Ariza[2]

Recibido: noviembre 28 de 2019
Aceptado: marzo 19 de 2020

Resumen

Mercados Campesinos ha sido una estrategia de comercialización implementada en varias regiones de Colombia, buscando acercar el productor al consumidor y potenciar la participación política del campesinado. Este artículo analiza el proceso de Mercados Campesinos a través de un estudio de caso en el municipio de Sibaté (Cundinamarca, Colombia) desde la lógica de la Soberanía Alimentaria. Para tal fin se utilizó una metodología mixta con entrevistas y encuestas a campesinos, consumidores y funcionarios públicos participantes de la estrategia. Los resultados destacan que solo dos de los principios de la Soberanía Alimentaria han sido parcialmente implementados, siendo estos el comercio alternativo de alimentos y la paz social, pues se resalta la producción de alimentos para el consumo local y la limitación en la participación de intermediarios, así como las relaciones de solidaridad y apoyo mutuo entre los actores; sin embargo, el desarrollo de otros elementos de la Soberanía Alimentaria es aún incipiente, probablemente esto se debe al débil control democrático ejercido por sus actores y por el enfoque principalmente económico que se le otorga a la estrategia.

Palabras clave: soberanía alimentaria, mercado campesino, circuitos cortos de comercialización, mercados alternativos de alimentos.

Abstract

Peasant markets have been a market strategy implemented in several regions of Colombia looking for bringing closer the producer to the consumer and to promote the political engagement of the peasantry. The current research analyzes the process of peasant markets through a case study in Sibate (Cundinamarca)-Colombia based on the logic of the food sovereignty principles. To this end, a mixed methodology was used with interviews and surveys of farmers, consumers and public officials participating in the strategy. The results emphasize that just two of the food sovereignty principles, food alternative markets and social peace, have been carried partially through. In this sense, food production for local consumption, the reduction of middleman participation, solidarity and support among actors, were remarked as the most critical aspects put into practice. However, the application of other features of food sovereignty is just emerging. Presumably, this is because of the weak democratic control carried out for the stakeholders, or because the peasant market in Sibate has mainly an economic focus given to the strategy.

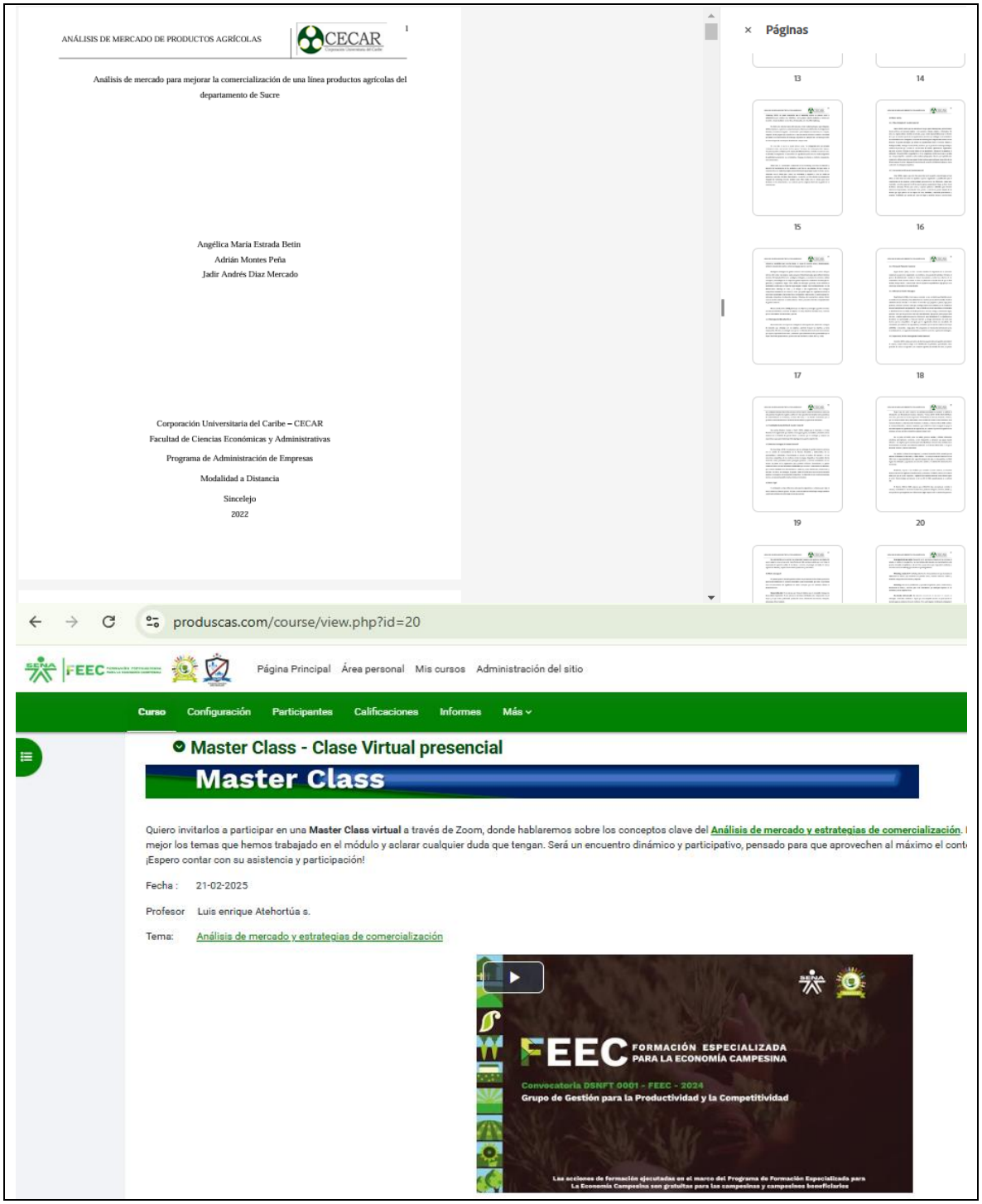
Keywords: food sovereignty, peasant markets, short food supply chains, alternative food markets.

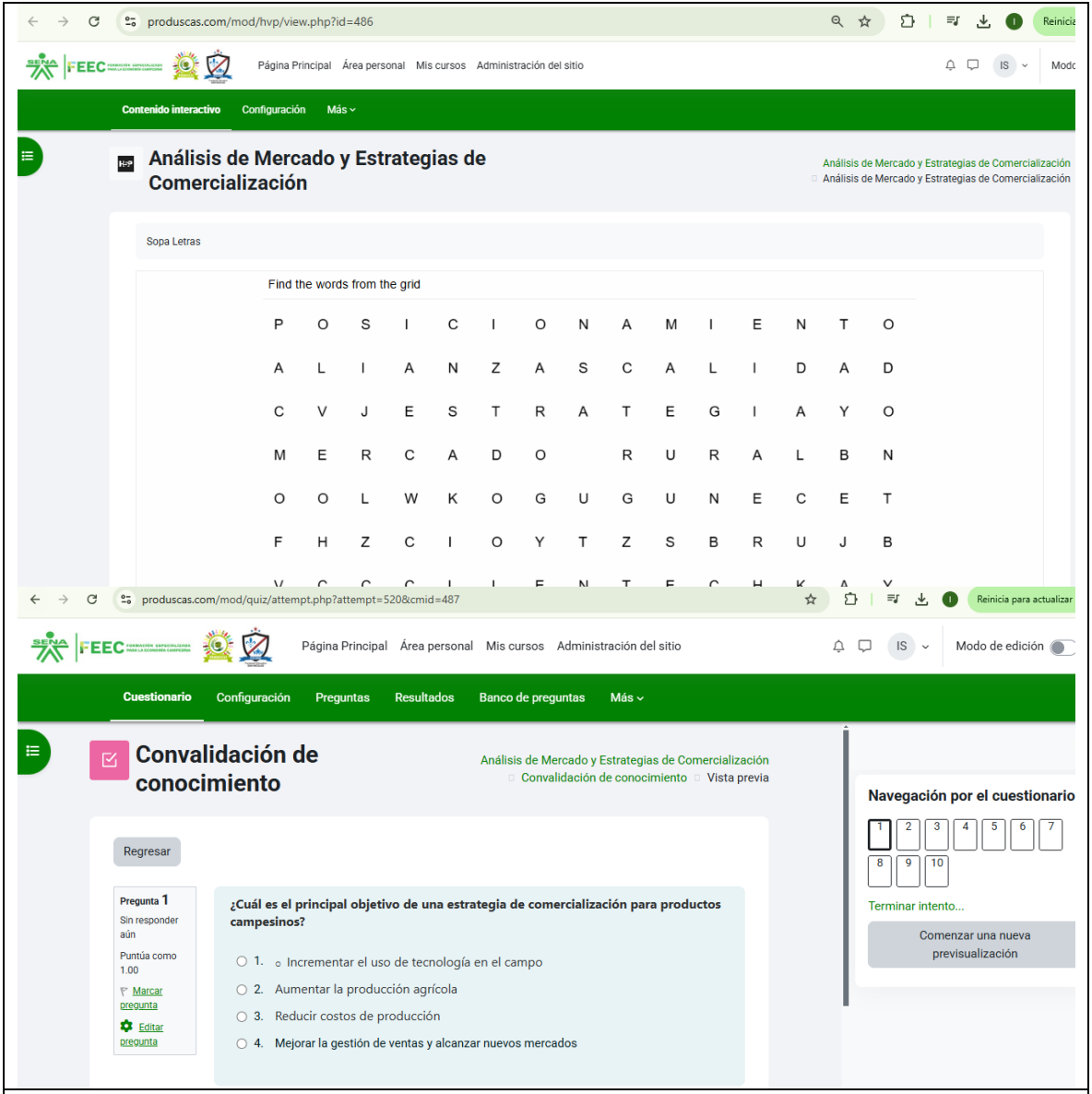
1 Nutricionista – Dietista, Magíster en Seguridad Alimentaria y Nutricional, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia. E-mail: jpapachonro@unal.edu.co. ORCID: 0000-0003-1982-6630

2 Médico Veterinario, Doctor en Economía Agraria, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia. E-mail: fapachona@unal.edu.co ORCID: 0000-0002-2035-2228

× Páginas

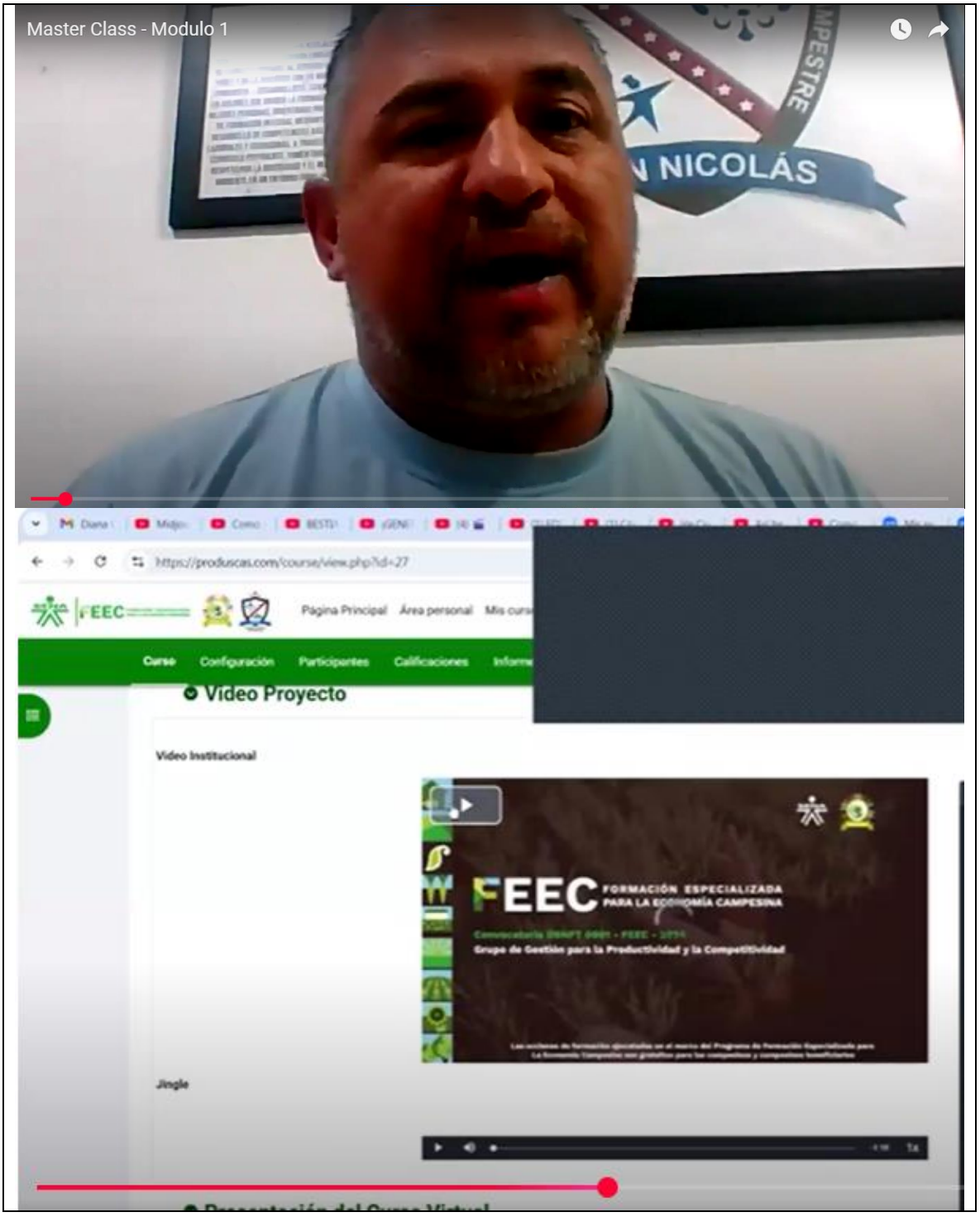
1 2 3 4 5 6

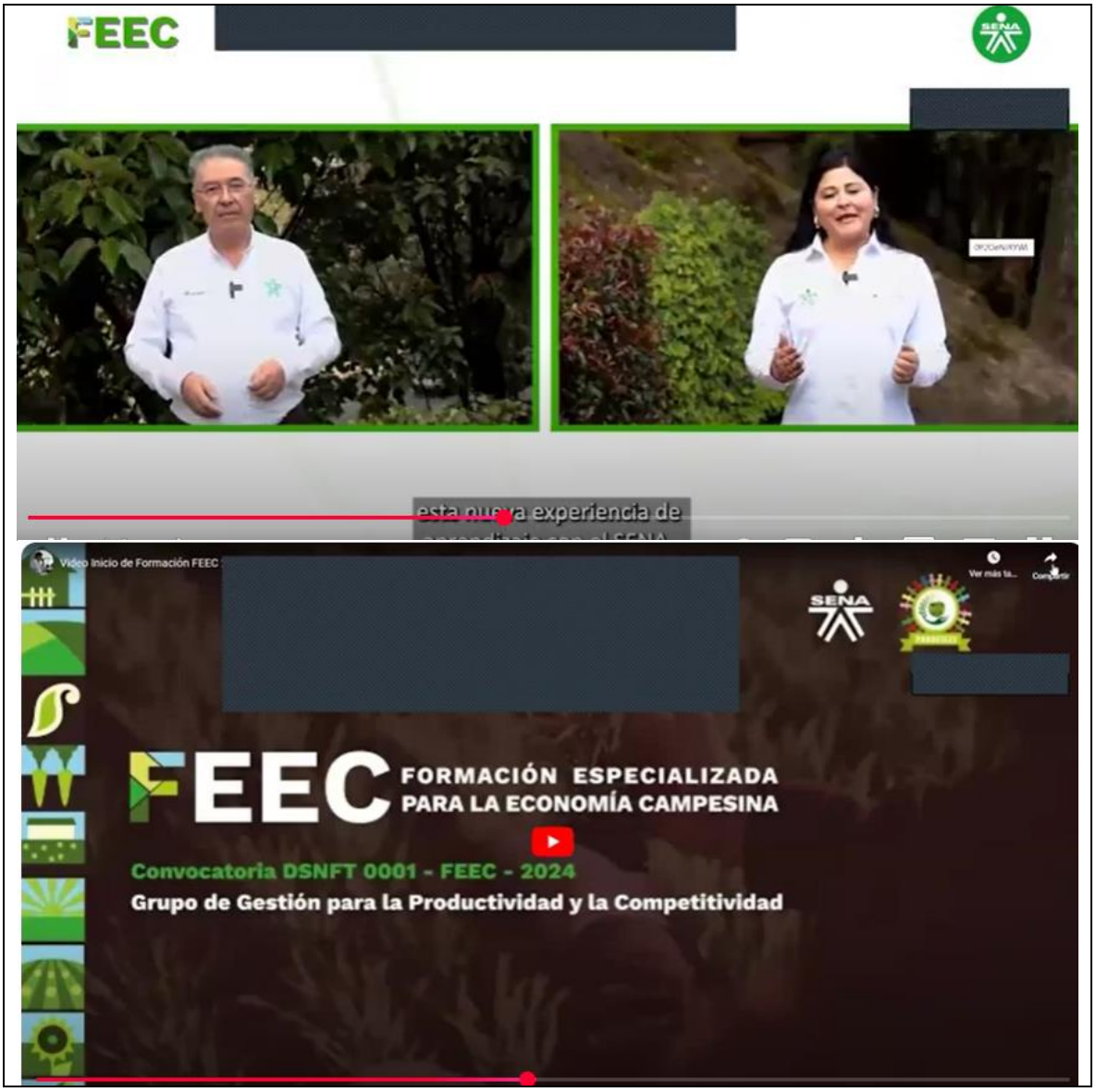

ANÁLISIS DE MERCADO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS
CECAR
Análisis de mercado para mejorar la comercialización de una línea productos agrícolas del departamento de Sucre
Angélica María Estrada Betín
Adrián Montes Peña
Jadir Andrés Díaz Mercado
Corporación Universitaria del Caribe – CECAR
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Administración de Empresas
Modalidad a Distancia
Sincelejo
2022
Páginas
produscas.com/course/view.php?id=20
Página Principal
Área personal
Mis cursos
Administración del sitio
Curso
Configuración
Participantes
Calificaciones
Informes
Más
Master Class - Clase Virtual presencial
Master Class
Quiero invitarlos a participar en una Master Class virtual a través de Zoom, donde hablaremos sobre los conceptos clave del Análisis de mercado y estrategias de comercialización.
¡Espero contar con su asistencia y participación!
Fecha : 21-02-2025
Profesor Luis enrique Atehortúa s.
Tema: Análisis de mercado y estrategias de comercialización
FEEC FORMACIÓN ESPECIALIZADA PARA LA ECONOMÍA CAMPESINA
Convocatoria DSNFT 0001 - FEEC - 2024
Grupo de Gestión para la Productividad y la Competitividad

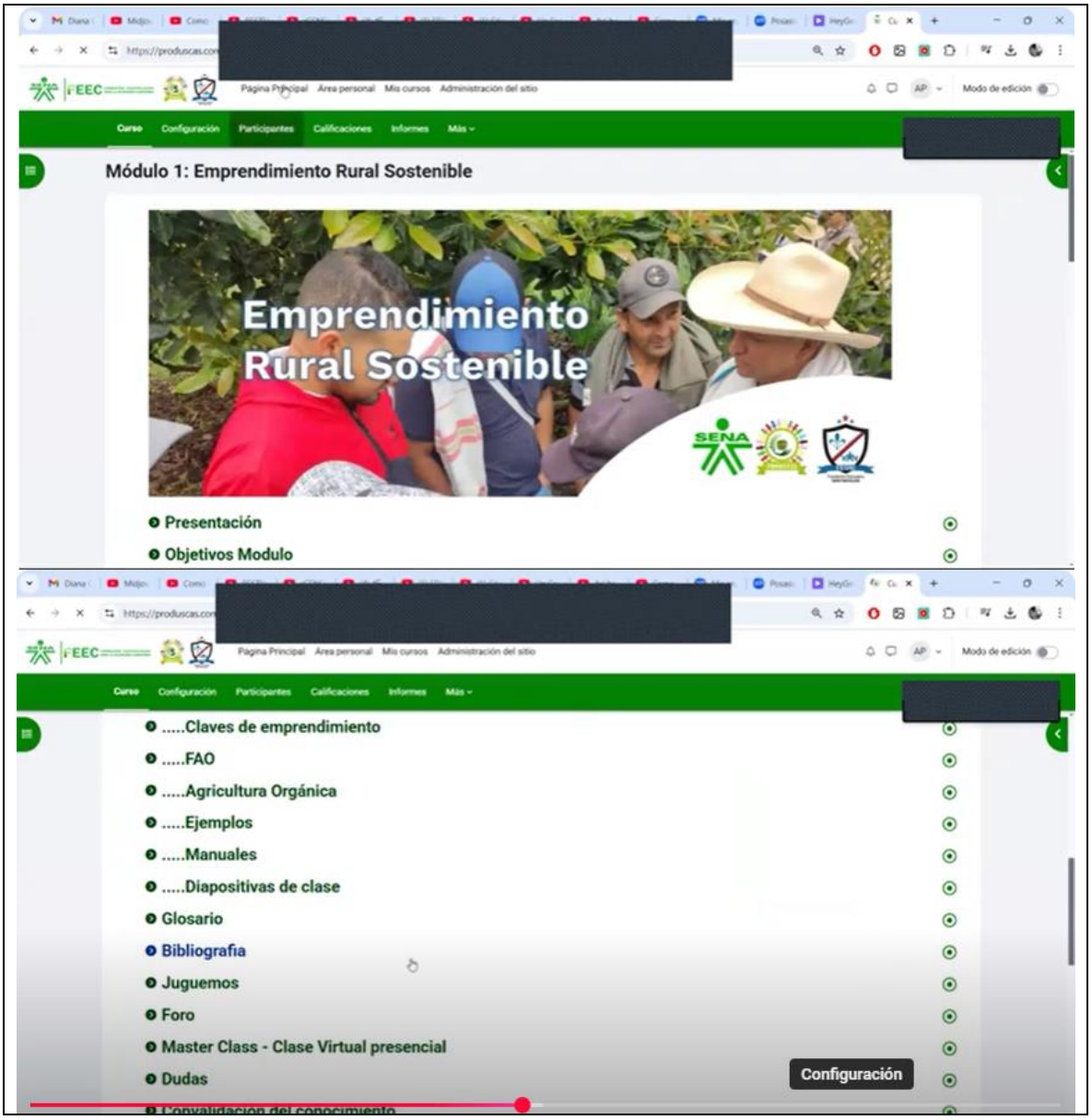


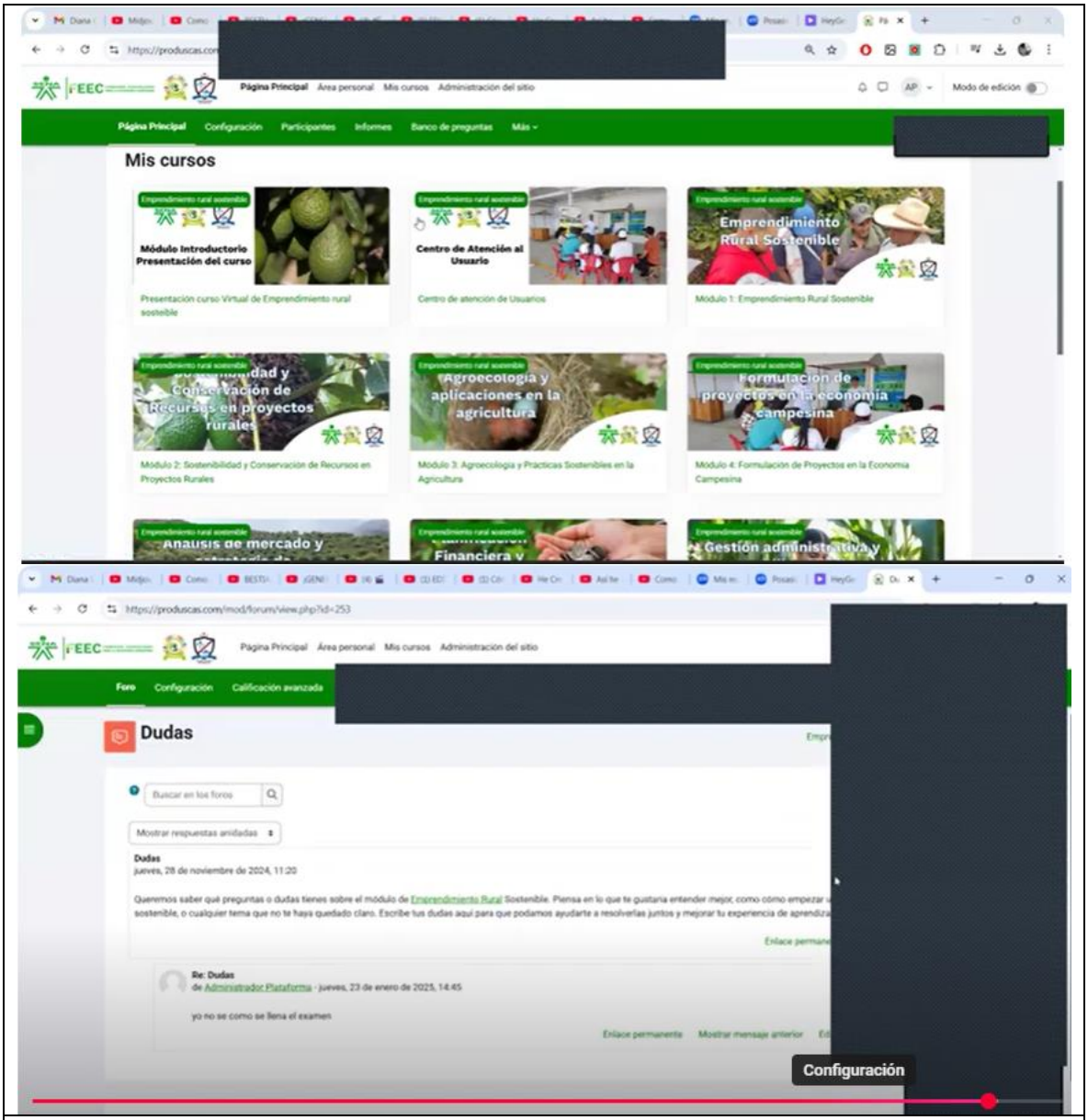
Asistencia a las sesiones sincrónicas

Inicial

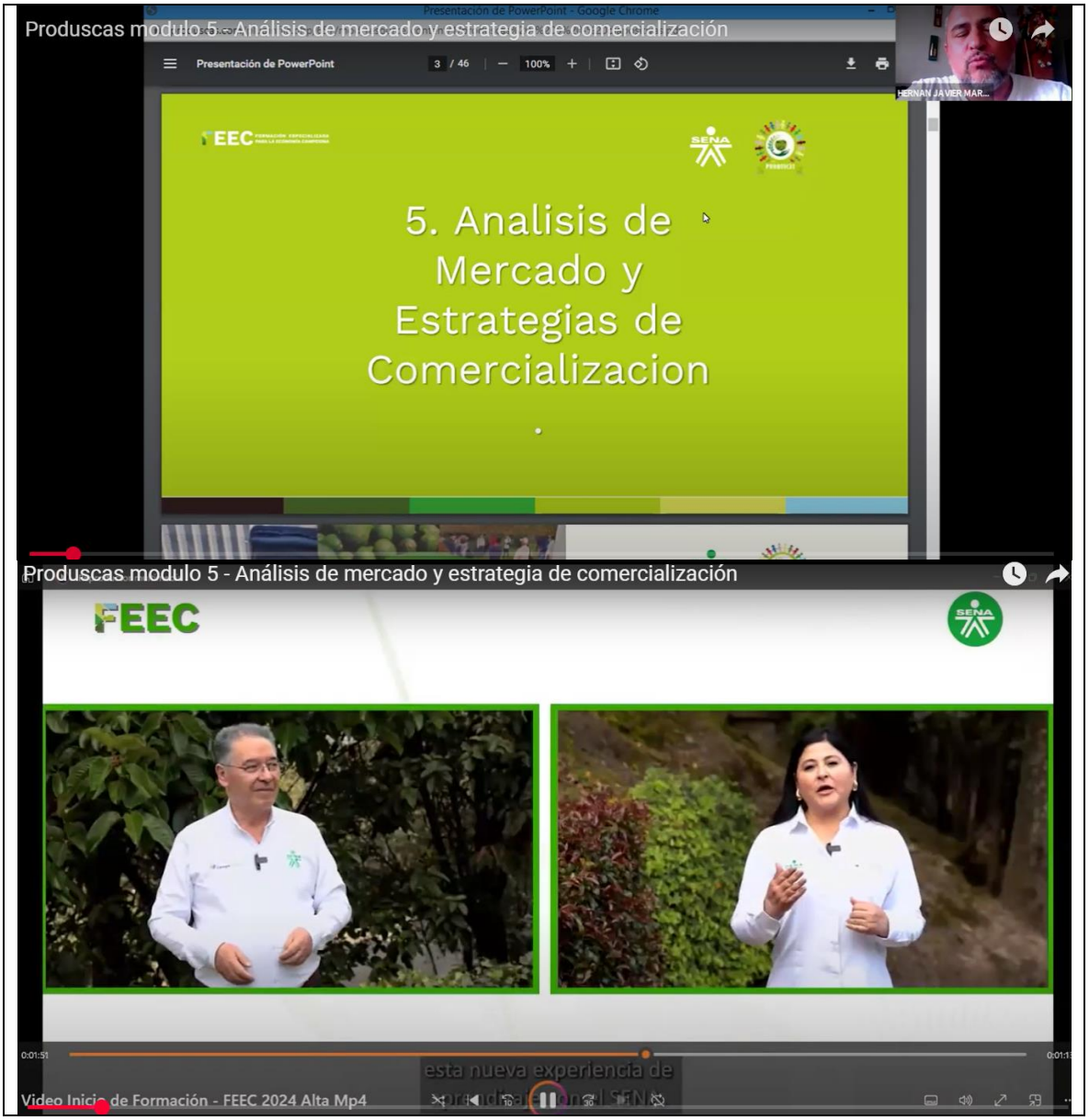

Master Class - Modulo 1
NICOLÁS
https://produscas.com/course/view.php?id=27
FEEC
Página Principal
Área personal
Curso
Configuración
Participantes
Calificaciones
Video Proyecto
Video Institucional
FEEC FORMACIÓN ESPECIALIZADA PARA LA ECONOMÍA CAMPESINA
Grupo de Gestión para la Productividad y la Competitividad
Jingle

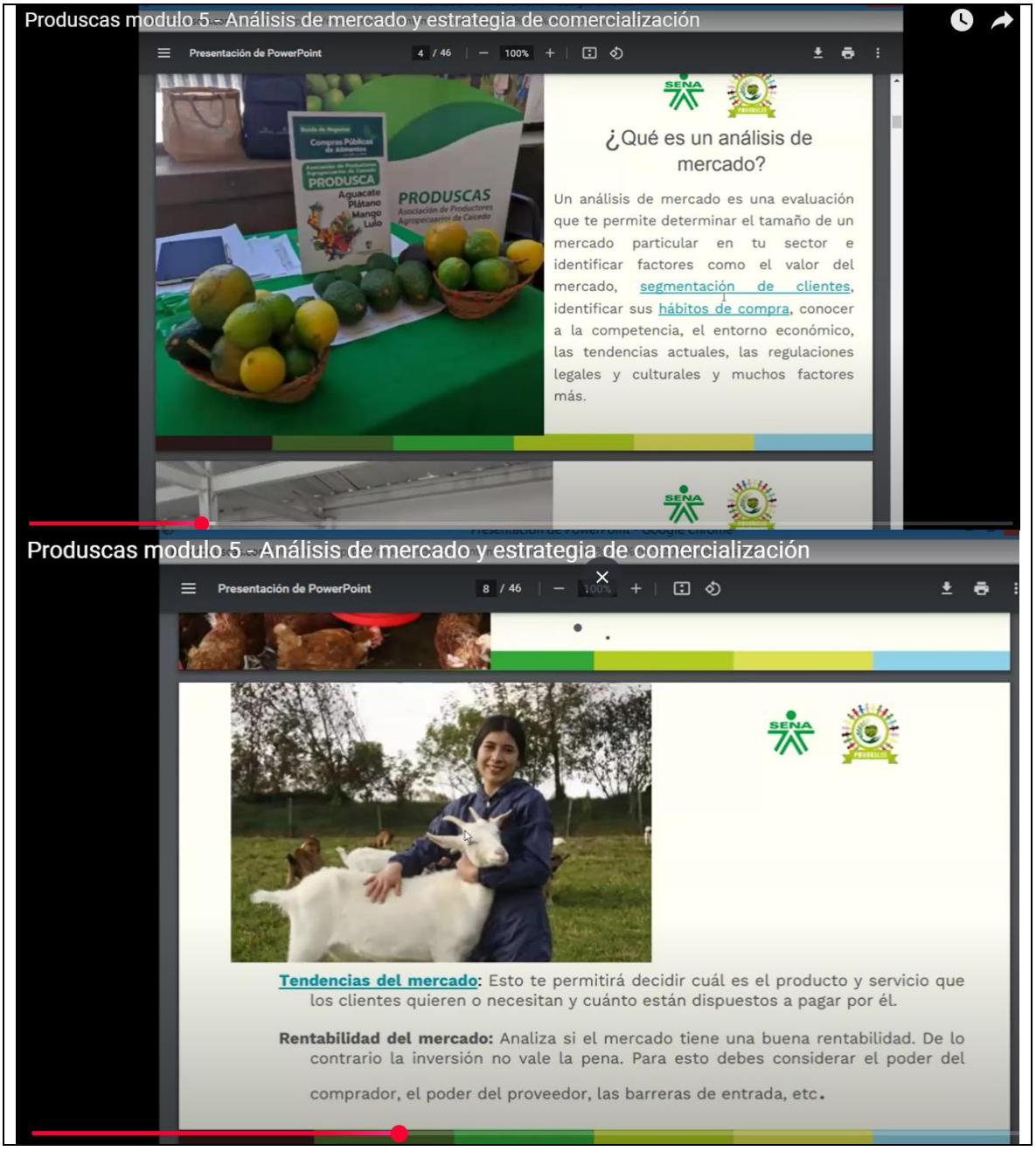

FEEC
esta nueva experiencia de
Video inicio de Formación FEEC
FEEC
FORMACIÓN ESPECIALIZADA
PARA LA ECONOMÍA CAMPESINA
Convocatoria DSNFT 0001 - FEEC - 2024
Grupo de Gestión para la Productividad y la Competitividad

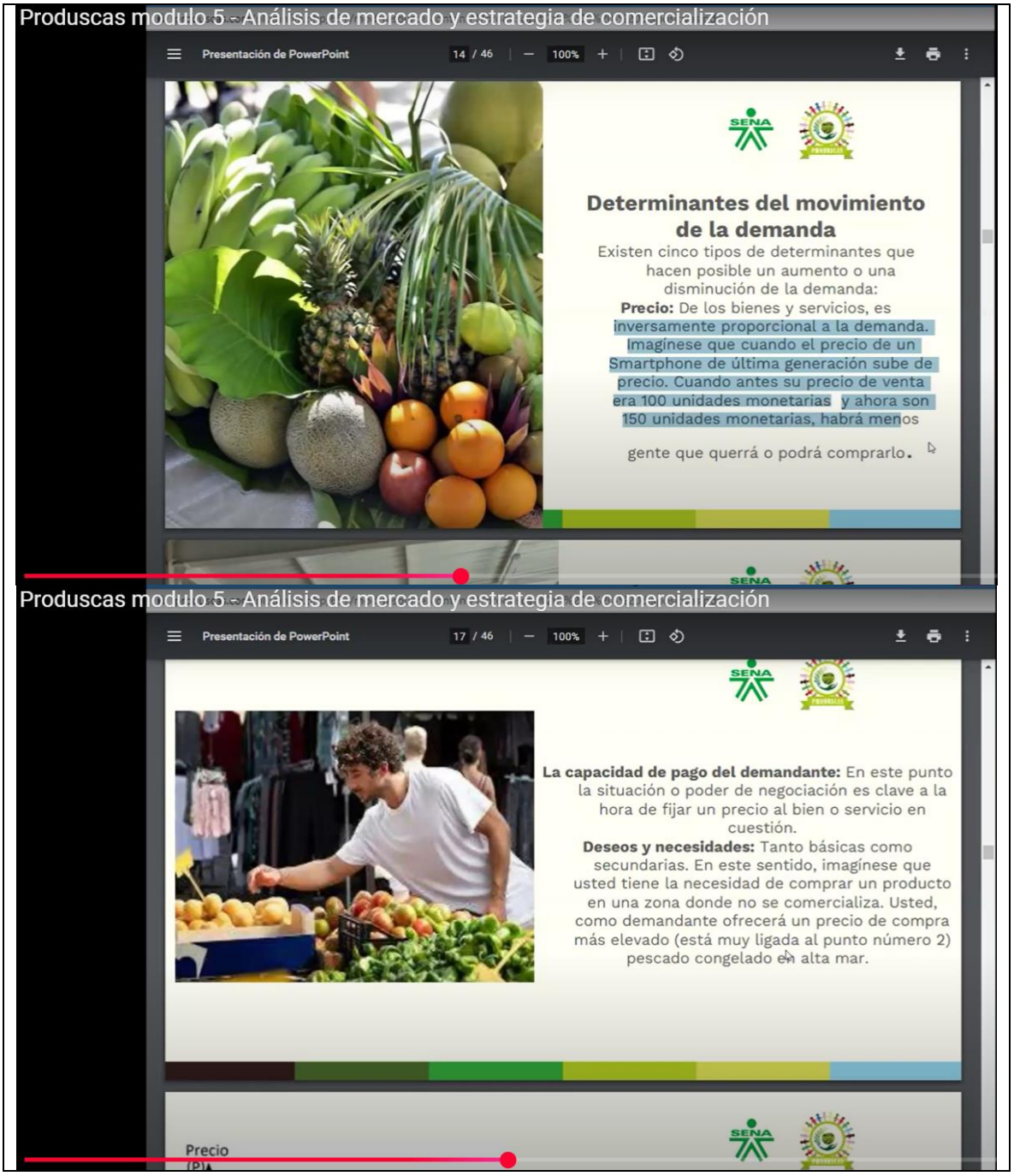

Página Principal Área personal Mis cursos Administración del sitio
Modo de edición
Curso Configuración Participantes Calificaciones Informes Más
Módulo 1: Emprendimiento Rural Sostenible
Emprendimiento Rural Sostenible
Presentación
Objetivos Modulo
.....Claves de emprendimiento
.....FAO
.....Agricultura Orgánica
.....Ejemplos
.....Manuales
.....Diapositivas de clase
Glosario
Bibliografia
Juguemos
Foro
Master Class - Clase Virtual presencial
Dudas
Configuración

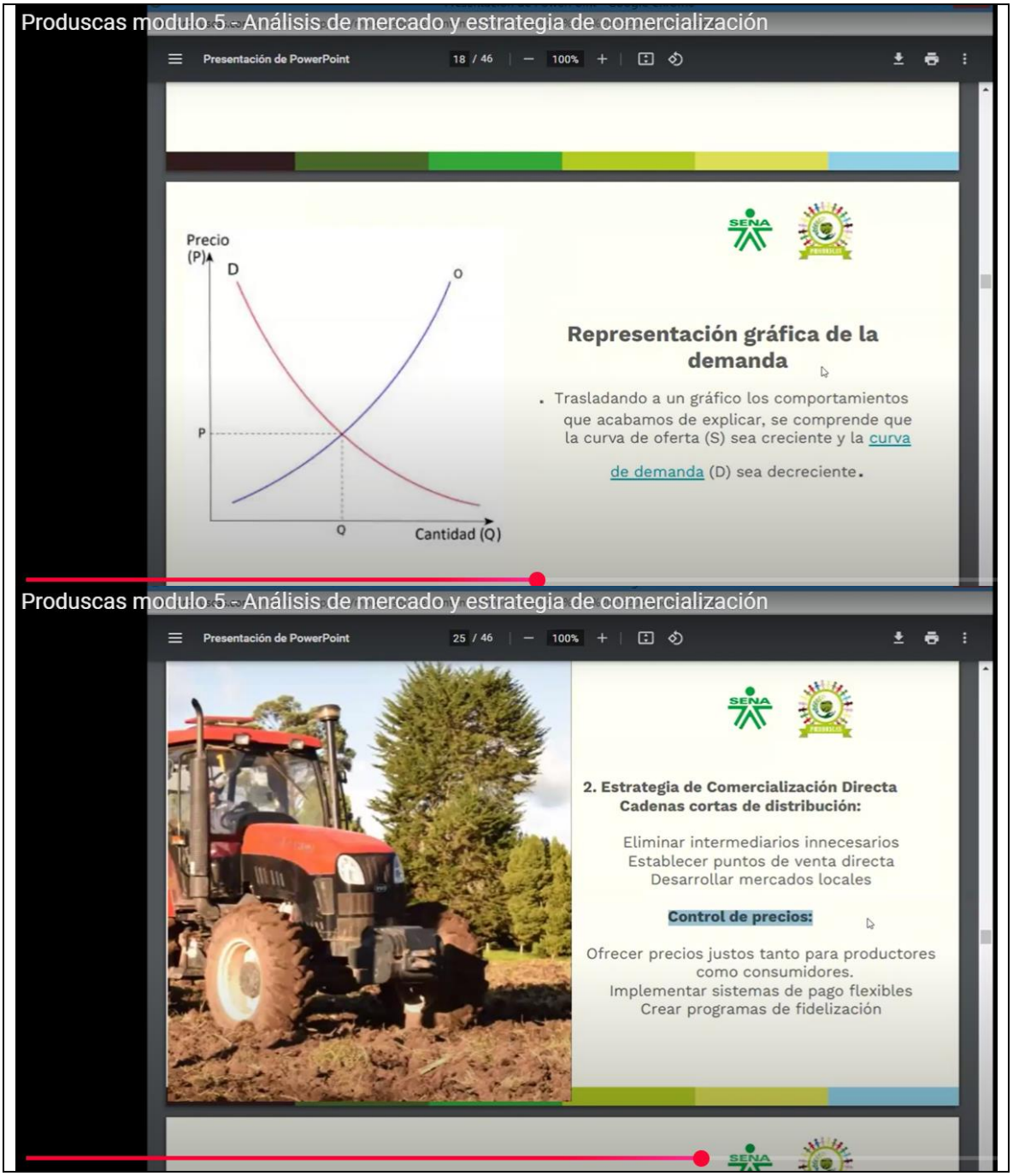


Explicativa UT5 - Análisis de Mercado y Estrategias de Comercialización- Fecha: 20/02/2025


Produscas modulo 5 - Análisis de mercado y estrategia de comercialización
Presentación de PowerPoint
5. Analisis de Mercado y Estrategias de Comercializacion
Produscas modulo 5 - Análisis de mercado y estrategia de comercialización
FEEC
esta nueva experiencia de
Video Inicio de Formación - FEEC 2024 Alta Mp4

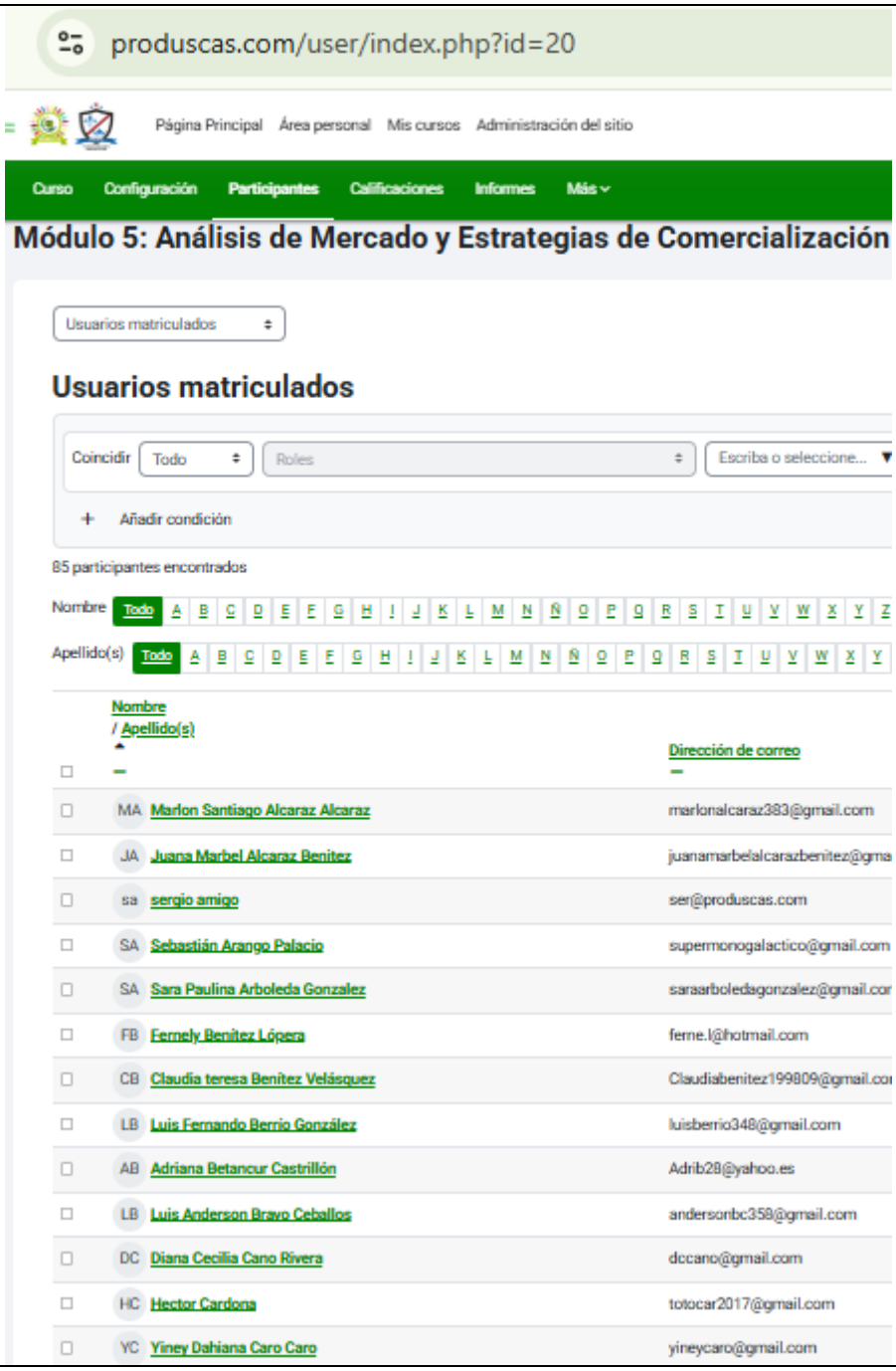

Produscas modulo 5 - Análisis de mercado y estrategia de comercialización
Presentación de PowerPoint
4 / 46
100%
¿Qué es un análisis de mercado?
Un análisis de mercado es una evaluación que te permite determinar el tamaño de un mercado particular en tu sector e identificar factores como el valor del mercado, segmentación de clientes, identificar sus hábitos de compra, conocer a la competencia, el entorno económico, las tendencias actuales, las regulaciones legales y culturales y muchos factores más.
Produscas modulo 5 - Análisis de mercado y estrategia de comercialización
Presentación de PowerPoint
8 / 46
Tendencias del mercado: Esto te permitirá decidir cuál es el producto y servicio que los clientes quieren o necesitan y cuánto están dispuestos a pagar por él.
Rentabilidad del mercado: Analiza si el mercado tiene una buena rentabilidad. De lo contrario la inversión no vale la pena. Para esto debes considerar el poder del comprador, el poder del proveedor, las barreras de entrada, etc.


Produscas modulo 5 - Análisis de mercado y estrategia de comercialización
Presentación de PowerPoint
14 / 46
100%
Determinantes del movimiento de la demanda
Existen cinco tipos de determinantes que hacen posible un aumento o una disminución de la demanda:
Precio: De los bienes y servicios, es inversamente proporcional a la demanda. Imagínese que cuando el precio de un Smartphone de última generación sube de precio. Cuando antes su precio de venta era 100 unidades monetarias y ahora son 150 unidades monetarias, habrá menos gente que querrá o podrá comprarlo.
Produscas modulo 5 - Análisis de mercado y estrategia de comercialización
Presentación de PowerPoint
17 / 46
100%
La capacidad de pago del demandante: En este punto la situación o poder de negociación es clave a la hora de fijar un precio al bien o servicio en cuestión.
Deseos y necesidades: Tanto básicas como secundarias. En este sentido, imagínese que usted tiene la necesidad de comprar un producto en una zona donde no se comercializa. Usted, como demandante ofrecerá un precio de compra más elevado (está muy ligada al punto número 2) pescado congelado en alta mar.
Precio


Produscas modulo 5 - Análisis de mercado y estrategia de comercialización
Presentación de PowerPoint
18 / 46
100%
Precio (P)
D
O
P
Q
Cantidad (Q)
Representación gráfica de la demanda
. Trasladando a un gráfico los comportamientos que acabamos de explicar, se comprende que la curva de oferta (S) sea creciente y la curva de demanda (D) sea decreciente.
Produscas modulo 5 - Análisis de mercado y estrategia de comercialización
Presentación de PowerPoint
25 / 46
100%
2. Estrategia de Comercialización Directa
Cadenas cortas de distribución:
Eliminar intermediarios innecesarios
Establecer puntos de venta directa
Desarrollar mercados locales
Control de precios:
Ofrecer precios justos tanto para productores como consumidores.
Implementar sistemas de pago flexibles
Crear programas de fidelización



Beneficiarios participantes de la acción de formación (rol estudiante)


produscas.com/user/index.php?id=20
Página Principal
Área personal
Mis cursos
Administración del sitio
Curso
Configuración
Participantes
Calificaciones
Informes
Más
Módulo 5: Análisis de Mercado y Estrategias de Comercialización
Usuarios matriculados
Usuarios matriculados
Coincidir
Todo
Roles
Escriba o seleccione...
Añadir condición
85 participantes encontrados
Nombre
Todo
Apellido(s)
Todo
Nombre / Apellido(s)
Dirección de correo
MA Marlon Santiago Alcaraz Alcaraz marlonalcaraz383@gmail.com
JA Juana Marbel Alcaraz Benitez juanamarbelalcarazbenitez@gma
sa sergio amigo ser@produscas.com
SA Sebastián Arango Palacio supermonogalactico@gmail.com
SA Sara Paulina Arboleda Gonzalez saraarboledagonzalez@gmail.cor
FB Fernely Benitez López ferne.l@hotmail.com
CB Claudia teresa Benitez Velásquez Claudiabenitez199809@gmail.co
LB Luis Fernando Berrio González luisberrio348@gmail.com
AB Adriana Betancur Castrillón Adrib28@yahoo.es
LB Luis Anderson Bravo Ceballos andersonbc358@gmail.com
DC Diana Cecilia Cano Rivera dccano@gmail.com
HC Hector Cardona totocar2017@gmail.com
YC Yiney Dahiana Caro Caro yineycaro@gmail.com



Progreso académico de los beneficiarios

		Módulo 5: Análisis de Mercado y Estrategias de Comercialización
Nombre / Apellido(s)	+	Σ Total del curso
MA Marlon Santiago Alcaraz Alcaraz		-
JA Juana Marbel Alcaraz Benitez		-
sa sergio amigo		-
SA Sebastián Arango Palacio		-
SA Sara Paulina Arboleda Gonzalez		-
FB Fernely Benitez López		-
CB Claudia teresa Benitez Velásquez		-
LB Luis Fernando Berrio González		-
AB Adriana Betancur Castrillón		8.00
LB Luis Anderson Bravo Ceballos		-
DC Diana Cecilia Cano Rivera		-
HC Hector Cardona		-
YC Yiney Dahiana Caro Caro		-
NC Nataly Caro Graciano		-
YC Yiney Mayerly Cartagena Urrego		-
EC Emanuel Castro Lopez		-
ED Elkin Darío Diosa Montoya		-

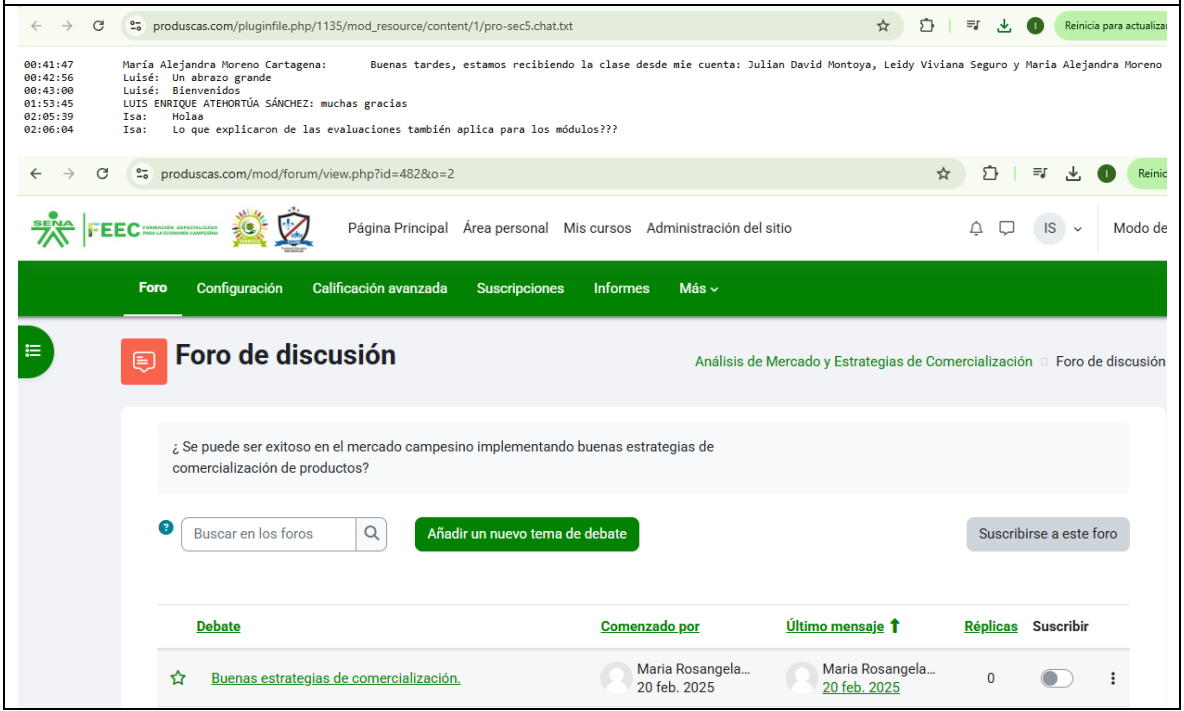
EG Emanuel Garcia Rodriguez •••		-
HG Henderson Andrés Gaviria Berrio •••		-
EG Edward Gaviria Villa •••		-
AG Andrea Gomez Alcaraz •••		-
SG Stefany Gomez Gomez •••		-
JG Jhancy Gonzales •••		-
EG Estefanía Gonzáles Montoya •••		-
JG Jeidy Marcela Gonzales Rivera •••		-
JG Juan Felipe Gonzalez Berrio •••		-
LG Lorena González Quintero •••		20.00
JG Jimena Graciano Morales •••		-
EG Eneyder Graciano velarde •••		-
YG Yorladys Graciano velarde •••		-
JG Jamex Dario Guzmán Calderín •••		-
JG JOSE MANUEL GUZMAN CALDERIN •••		-
DG Daniela Guzmán moreno •••		-
JG Joaquin Dario Guzman Posada •••		-
LH Luz Eneida Hernandez Sepulveda •••		-
SH Sandra Herrera •••		-

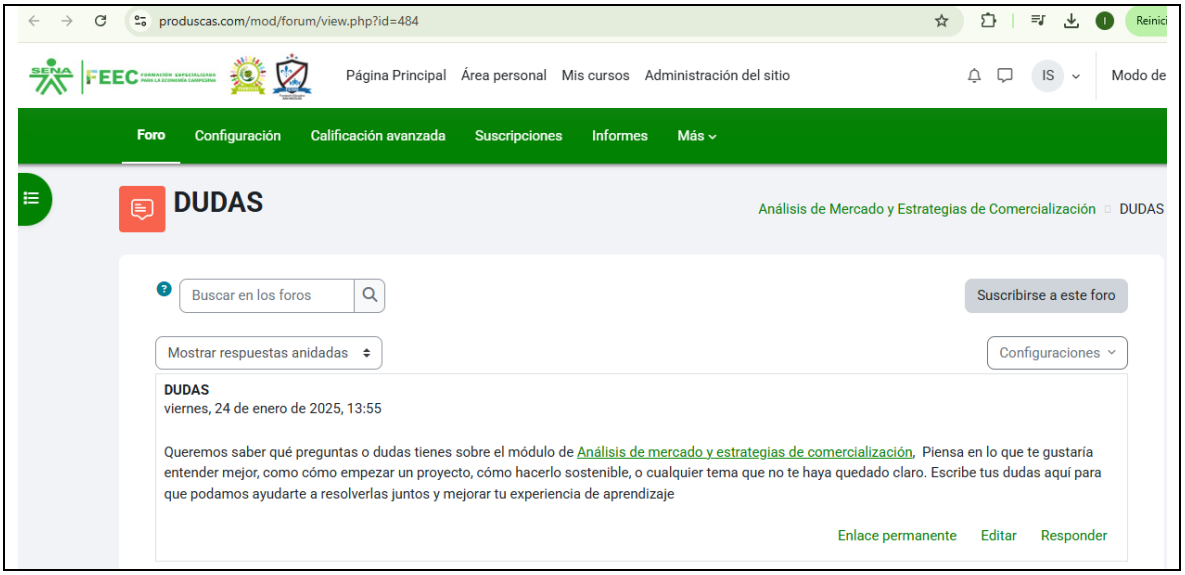
JH Jose Luis Higuita Mariaca		20.00
LH Linda Higuita Tamayo		20.00
DH Dany Girleza Holguin Holguin		-
DH Duván René Huiguita Tamayo		-
DL Dora Lina Lezcano Benitez		-
TM Tatiana Madrigal Gomez		-
AM Ana Maria Mariaca Montoya		-
LM Lina Marcela Mariaca Montoya		20.00
LM Luis Miguel Mariaca Montoya		-
HM Heman Martinez		-
MM Maria Isabel Martinez Arias		-
CM Carlos Andres Milan		10.00
MM Mariana Molina		-
GM Gloria yazmine Molina Murillo		-
VM Veronica Molina Benitez		9.00
WM Wilber Molina Garcés		-
JM Julián David Montoya Fernández		-
YM Yuly paola Montoya Garcia		-
LM Leidy johanna Montoya Marin		-

GM	Gloria Girlesa Montoya Serna		-
JM	Jessica Fernanda Montoya Zapata		-
MM	Maria Alejandra Moreno		-
JM	Juliana Andrea Moreno Herrera		-
AM	Alexandra Murcia		-
JM	Jhojan Santiago Murillo Serna		-
MM	Mariana Murillo Serna		-
SM	Sindy Murillo Zapata		10.00
AP	Anderson Felipe Palacio Cano		-
EP	Elisabet Palacio Graciano		-
YP	Yobany Alberto Preciado		-
	Prueba Produsca		-
LP	Lizeth Johana Pulgarin Castro		-
JR	Jose Maria Ramirez		-
IR	luz Oriedy Ramirez Urrego		-
ER	Evelin Rivera González		-
LS	Leidy Viviana Seguro Gelvez		-
IS	Interventor Sena		-
BS	Berenice Sepúlveda Sepúlveda		-

ES Estefania Sepulveda Sepulveda		-
DS Dana Maritza Serna Bolivar		-
LS Liliana Serna Roldan		-
RS Ronald Stiven Simanca Montoya		-
DT Daniel Trujillo Molina		-
IU Isabel Sofia Uran Rueda		-
SU Sindy Lorena Urrego Milan		-
CU Catalina Urrego pino		-
FV Fabiola Velarde Velásquez		-
YY Yuliani Andrea Yepez Molina		-
MZ Maria Rosangela Zapata Benitez		18.00
	Promedio general	15.00

Interacciones capacitador y beneficiarios





10. CONCEPTO ACÁDEMICO

En esta plataforma virtual, cabe resaltar de manera positiva la organización y presentación de los contenidos y el diseño de las actividades pedagógicas para los beneficiarios y la Acción de Formación “Emprendimiento rural sostenible para la formulación de proyectos que potencien la economía campesina”.

Con respecto a los temas educativos encontrados en la plataforma: se evidencia por parte del conviniente, seguimiento de las notas técnicas, además de su material interactivo en capacitación.

Esta unidad invitó a todos los participantes a:

- Adquirir habilidades en gestión económica: los participantes aprenderán a manejar de manera eficiente los recursos económicos de sus emprendimientos, optimizando costos y maximizando beneficios.
- Implementar prácticas sostenibles: se promoverá el uso de tecnologías avanzadas y prácticas agrícolas sostenibles, lo que mejorará la productividad y la calidad de sus productos.
- Fortalecer alianzas comerciales: los beneficiarios establecerán alianzas estratégicas que mejorarán su posición en la cadena de valor, abriendo nuevas oportunidades de mercado.
- Desarrollar habilidades blandas: se impulsarán habilidades como liderazgo, comunicación efectiva y trabajo en equipo, facilitando una coordinación más efectiva en sus actividades agrícolas y empresariales.

- Adoptar prácticas respetuosas con el medio ambiente: la formación fomentará el uso de prácticas agrícolas que protejan el medio ambiente y la biodiversidad, asegurando la sostenibilidad a largo plazo de sus actividades.

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

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
Coordinadora Académica
Proyecto Interventoría SENA
Universidad de Antioquia

DAVID STIVEN ORREGO C.
Interventor Líder
Proyecto Interventoría SENA
Universidad de Antioquia

Copia: Dra. Lady Beatriz Quevedo Cantor – Coordinadora del Grupo de Gestión para la Productividad y Competitividad

Proyectó: Catherine Rivera – Interventora
Revisó: Martha Cecilia Álvarez Osorio– Coordinadora Académica