Bogotá, 16 de marzo de 2026

Señores:

FONDO DE DESARROLLO RURAL DE SUMAPAZ
DIEGO RAMIRO GARCÍA BEJARANO
Alcalde Local de Sumapaz

Att.: Ing. Gabriel Fernando Niño Aponte
Apoyo a la Supervisión – Contrato No. 643-25
Bogotá, D.C.

Asunto: **Solicitud otro sí CPS 643-2025**

Sumapaz, reconocido como el páramo más grande del mundo y una de las principales despensas agrícolas de Bogotá, constituye un territorio de altísimo valor estratégico, no solo en términos de seguridad alimentaria, sino también de conservación ambiental, sostenibilidad hídrica y preservación cultural. Sin embargo, los productores rurales enfrentan desafíos estructurales que limitan su competitividad y su capacidad de desarrollo sostenible, tales como: escasa asociatividad formalizada, baja incorporación de prácticas empresariales, limitada inserción en mercados diferenciados, rezagos en innovación y un débil relevo generacional que pone en riesgo la continuidad de los saberes campesinos.

En este contexto, el CPS 643-25 “Somos Sumapaz, Emprendiendo de manera sostenible en nuestro territorio” busca fortalecer las capacidades técnicas, empresariales, comerciales y humanas de treinta (30) emprendedores rurales seleccionados, quienes representan los sectores productivos más relevantes de la localidad: ganadería, avicultura, piscicultura, porcicultura, apicultura, cultivos bajo invernadero, producción de papa, fresa y aromáticas, huertas, servicios rurales y agroindustria (derivados lácteos, tejidos, cosmética natural, entre otros).

La intervención se orienta hacia la adopción de prácticas agroecológicas y procesos de reconversión productiva, garantizando la protección del ecosistema de páramo, la adaptación al cambio climático y la sostenibilidad de los modos de vida campesinos tradicionales. Asimismo, se reconoce la heterogeneidad en los niveles de desarrollo de los

emprendimientos presentes en la localidad, lo que exige una estrategia diferencial que permita fortalecer la estructuración de la red agroalimentaria territorial.

No obstante, el logro de estos objetivos no depende exclusivamente del acompañamiento institucional, sino también de una transformación en la mentalidad de los emprendedores, que facilite la apertura a nuevas oportunidades, la incorporación de innovación y el fortalecimiento de capacidades de gestión empresarial.

En el marco del Proyecto 2315 "Somos Sumapaz, emprendiendo de manera sostenible en nuestro territorio", y con base en los sondeos realizados a la comunidad beneficiaria del componente *"Entrenamiento vivencial a Emprendedores Rurales – Localidad de Sumapaz"*, así como en los resultados positivos de la experiencia de inmersión, se ha identificado la necesidad de implementar un proceso de capacitación intensiva.

Lo anterior, teniendo en cuenta las socializaciones desarrolladas los días 14 y 15 de marzo tanto en la cuenca del Rio Sumapaz como Cuenca del Rio Blanco con la participación de 48 personas de la comunidad se ratifica que la formación se desarrolle durante quince (15) días de forma intensiva (120 horas), en lugar de treinta (30) días, esto debido a la alta dependencia productiva del territorio y la necesidad de no afectar la sostenibilidad económica de los emprendedores durante su desplazamiento a la ciudad de Quimbaya, donde se encuentra ubicado la Fundación PANACA.

La formación intensiva se estructura de la siguiente manera:

N	*Eje Temáticos*	Temas
1	***Producción, Productividad y Valor Agregado***	Innovación en productos, servicios rurales y acceso a mercados
		Consolidación del agronegocio
		Diferenciación de productos: atributos únicos (origen, tradición, prácticas sostenibles
2	***Gestión Empresarial y Finanzas del Agronegocio***	Principios de gestión empresarial campesina.
		Agro emprendimiento y asociatividad.
		Costeo de producción, flujo de caja y precios justos.
		Identificación de clientes y segmentación de mercado.

3	***Estrategias de Mercado y Canales de Comercialización***	Canales de mercadeo: locales, institucionales, digitales.
		Economía circular y sostenibilidad como ventaja competitiva.
4	***Marca, Comunicación y Posicionamiento***	Creación de marca: identidad visual y narrativa.
		Creación de contenido (fotos, videos, catálogos digitales).
		Estrategias de visibilización en ferias, ruedas de negocio y redes sociales.
5	***Neuromarketing y Fidelización del Cliente***	Principios básicos de neuromarketing aplicados al campo.
		Experiencias de consumo que conecten emocionalmente.
		Cómo lograr recordación y fidelización.
6	***Formador de Formadores***	Metodología I (Dia)
		Confianza
		Integración
		Herramientas de Facilitación
		Andragogía y Curva de Aprendizaje
		Comunicación y Lenguaje
		Diseño Universal para el Aprendizaje
		Aplicación de Metodología
		Liderazgo

Adicionalmente, se relacionan los listados de la comunidad participante durante el proceso de socialización y el registro fotográfico.



Atentamente,

HANNYA VANESSA CLAVIJO VARELA
REPRESENTANTE LEGAL
gerencia@fundacionsch.org