Gmail angie diaz <auxiliar_administrativo@fundacionsch.org>

# Diseño pedagógico - Desarrollo de talleres de formación por bloques temáticos CPS 643-25

1 mensaje

**Laura Piedad Rodriguez Agaton** <laura.rodriguez@fundacionsch.org> 25 de mayo de 2026 a las 15:45
Para: Gabriel Fernando Nino Aponte <gabriel.nino@gobiernobogota.gov.co>
Cc: nacyr acosta <nazyr120@gmail.com>, angie diaz <auxiliar_administrativo@fundacionsch.org>

Buen día,

De acuerdo con nuestros compromisos, se remite el diseño pedagógico para el desarrollo de talleres de formación por bloques temáticos, programado para las siguientes fechas:

- Cuenca Rio Sumapaz - San juan 13 y 14 de junio de 8 am a 5 pm.
- Cuenca Rio Blanco - Betania 27 y 28 de junio de 8 am a 5 pm.

Quedo atenta,

**Laura Piedad Rodríguez**
**Fundación Star Cop Humanity**
**Cel: 3112327780**

**https://fundacionsch.com**

**DISEÑO PEDAGÓGICO.pdf**
1173K

PLAN METODOLÓGICO CPS 643-25 ACTIVIDAD FORMACIÓN DE FORMADORES

| **Componente** | **Formación de formadores. Plan de Manejo Ambiental, Productivo y Comercial (PMAPC)** | | |
|---|---|---|---|
| Nombre del taller | Fortalecimiento de las capacidades de gestión comercial, asociatividad, negociación y comercio justo de los productores agropecuarios y transformadores de la localidad de Sumapaz, mediante procesos de capacitación orientados a la economía popular y solidaria, con el fin de promover estrategias colectivas de comercialización, generación de valor y acceso a mercados. | N° Sesión | 2 |
| Marco Técnico y Pedagógico del PMAPC en Sumapaz | | | |
| FECHA DE REVISIÓN | | FECHA DE APROBACIÓN | 15-05-2026 |

## REQUISITOS

1. Debe estar localizado en la localidad de Sumapaz.
2.Copia del recibo de servicio público del domicilio donde se ejerce la actividad económica, no mayor a tres (3) meses de antigüedad, que permita verificar según dirección la ubicación del emprendimiento en la localidad de Sumapaz.
3. Todos los miembros y/o empleados de la MiPyme y/o emprendimiento, debe ser mayores de edad. Adjuntar documento de identidad del representante legal. Equipo conformado por persona o más incluyendo el representante legal

## INTRODUCCIÓN

La localidad de Sumapaz se caracteriza por ser un territorio predominantemente rural, donde las actividades agrícolas, pecuarias y de transformación artesanal constituyen una parte fundamental de la economía campesina y del sostenimiento de las familias productoras. En este contexto, la comercialización de productos agropecuarios y agroalimentarios representa uno de los principales retos para los productores del territorio, debido a factores como la intermediación, las dificultades de acceso a mercados, las limitaciones en infraestructura y transporte, así como la baja articulación organizativa entre productores.

A pesar de las capacidades productivas existentes en la localidad y de la diversidad de productos agrícolas, pecuarios y transformados que se generan en el territorio, muchos

productores enfrentan dificultades relacionadas con la gestión comercial de sus iniciativas, tales como la definición adecuada de precios, el acceso a clientes, la negociación de condiciones de venta, la generación de valor agregado comercial y el fortalecimiento de estrategias colectivas de comercialización. Estas situaciones limitan la competitividad de los emprendimientos rurales y reducen las posibilidades de mejorar los ingresos y la sostenibilidad económica de las familias campesinas.

De igual manera, aunque existen experiencias de trabajo comunitario y organización local, aún persisten desafíos en materia de asociatividad y fortalecimiento organizacional, especialmente en aspectos relacionados con la construcción de confianza, la cooperación entre productores y la consolidación de procesos colectivos que permitan mejorar las condiciones de producción y comercialización. En este sentido, la economía popular y solidaria se presenta como una alternativa orientada a fortalecer las capacidades organizativas del territorio, promoviendo principios de cooperación, participación, comercio justo y desarrollo local sostenible.

Asimismo, el comercio justo constituye una herramienta importante para reconocer el valor del trabajo campesino, promover relaciones comerciales más equitativas y fomentar prácticas de consumo responsables que contribuyan al bienestar de los productores rurales y a la permanencia de las comunidades en el territorio. Bajo esta perspectiva, la capacitación en gestión comercial, negociación, asociatividad y economía solidaria busca fortalecer las capacidades de los productores agropecuarios y transformadores de Sumapaz, brindando herramientas prácticas que les permitan mejorar sus procesos de comercialización, fortalecer el trabajo colectivo y generar mayores oportunidades de acceso a mercados.

Entre las principales dificultades en los procesos de comercialización rural, en general, se encuentran:
• Alta dependencia de intermediarios para la venta de productos.
• Limitado acceso a mercados especializados y canales de comercialización directa.
• Dificultades para establecer precios competitivos y rentables.
• Baja articulación asociativa entre productores.
• Limitaciones en estrategias de negociación y comercialización.
• Poca implementación de herramientas de promoción y diferenciación de productos.
• Dificultades logísticas relacionadas con transporte y distribución.
• Escaso fortalecimiento de modelos de economía popular y solidaria.

Por lo anterior, se hace necesario desarrollar procesos de formación orientados al fortalecimiento de capacidades comerciales y organizativas, que permitan a los productores rurales de la localidad avanzar hacia modelos de comercialización más sostenibles, colaborativos y equitativos, contribuyendo así al fortalecimiento de la economía campesina y al desarrollo rural integral del territorio.

## OBJETIVOS

**General**

• Fortalecer las capacidades de gestión comercial, asociatividad, negociación y comercio justo de los productores agropecuarios y transformadores de la localidad de Sumapaz, mediante procesos de capacitación orientados al fortalecimiento de la

economía popular y solidaria, promoviendo estrategias sostenibles de comercialización y articulación colectiva.

**Específicos:**

- Brindar conocimientos básicos y prácticos sobre gestión comercial, identificación de mercados, fijación de precios y estrategias de comercialización, con el fin de fortalecer la competitividad de los productores rurales de la localidad de Sumapaz.
- Promover procesos de asociatividad y trabajo colaborativo entre productores agropecuarios y transformadores, orientados al fortalecimiento organizacional, la cooperación y el acceso conjunto a oportunidades comerciales.
- Fortalecer capacidades de negociación comercial mediante herramientas básicas que permitan mejorar las relaciones con clientes, intermediarios y canales de comercialización, favoreciendo acuerdos más equitativos y sostenibles.
- Sensibilizar a los participantes sobre los principios del comercio justo y la economía popular y solidaria, fomentando prácticas comerciales responsables, equitativas y orientadas al desarrollo rural sostenible.
- Orientar a los productores en la identificación de estrategias de generación de valor agregado comercial y diferenciación de productos rurales, que contribuyan al mejoramiento de los ingresos y al fortalecimiento de la economía campesina local.

| **DESARROLLO - 4 HORAS** | | |
|---|---|---|
| FASE INICIAL | Identificación participativa de problemáticas comerciales de los productores | 20 minutos |
| FASE CENTRAL | Gestión comercial rural: identificación de clientes, fijación de precios, canales de comercialización y estrategias básicas de venta | 50 minutos |
| | Asociatividad y economía popular y solidaria: dificultades, beneficios, trabajo colaborativo y experiencias asociativas | 40 minutos |
| | Receso | 15 minutos |
| | Negociación comercial y comercio justo: principios básicos, estrategias de negociación y relaciones comerciales equitativas | 35 minutos |
| | Taller práctico grupal: análisis de casos, identificación de oportunidades comerciales y construcción de estrategias colectivas | 40 minutos |

PLAN METODOLÓGICO CPS 643-25 ACTIVIDAD FORMACIÓN DE FORMADORES

| | | |
|---|---|---|
| FASE FINAL | Socialización de resultados, conclusiones. Evaluación final | 20 minutos |

| | |
|---|---|
| Competencia específica de la clase | **Competencia argumentativa:**<br><br>Reconocer la importancia de la gestión comercial, la asociatividad, la negociación y el comercio justo como herramientas para fortalecer la sostenibilidad económica de los productores rurales.<br><br>**Competencia Comunicativa**:<br>Fortalecer la capacidad de los participantes para comunicar las características, ventajas y valor diferencial de sus productos agropecuarios y transformados, generando relaciones comerciales basadas en el diálogo y el respeto entre productores y clientes.<br><br>**Competencia propositiva**:<br>Identificar oportunidades de mejora en los procesos de comercialización y plantear estrategias colectivas de asociatividad, negociación y economía solidaria que contribuyan al fortalecimiento de la economía campesina y al acceso a mercados más equitativos. |
| Propósitos de la formación | **1. Saber (conocimientos)**<br>- Conceptos básicos de gestión comercial rural.<br>- Canales de comercialización y acceso a mercados.<br>- Principios de asociatividad y trabajo colaborativo.<br>- Fundamentos de negociación comercial.<br>- Conceptos de comercio justo y economía popular y solidaria.<br>- Estrategias de diferenciación y valor agregado comercial para productos rurales.<br><br>**2. Saber hacer (habilidades)**<br>**Manejo higiénico de alimentos**<br><br>- Identificación de oportunidades de comercialización para productos agropecuarios y transformados.<br>- Comunicación de las características y valor diferencial de los productos.<br>- Aplicación de estrategias básicas de negociación comercial.<br>- Participación en procesos de trabajo colaborativo y asociatividad.<br>- Análisis de problemáticas comerciales y planteamiento de soluciones colectivas. |

| | |
|---|---|
| | - Construcción de propuestas orientadas al fortalecimiento de la comercialización rural.<br><br>**3. Ser (actitudes y valores)**<br><br>- Fomento de la cooperación y el trabajo colectivo entre productores rurales.<br>- Promoción de relaciones comerciales basadas en el respeto, la confianza y la equidad.<br>- Compromiso con prácticas de comercio justo y economía solidaria.<br>- Actitud participativa y propositiva frente a los procesos de comercialización y organización comunitaria. |

## DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO PROGRAMÁTICO

**Contenido 1**

**Gestión Comercial Rural**

- Concepto e importancia de la gestión comercial en los emprendimientos rurales.
- Identificación de clientes y oportunidades de mercado.
- Canales de comercialización para productos agropecuarios y transformados.
- Diferenciación y valor agregado comercial de los productos rurales.
- Estrategias básicas de promoción y comercialización.

**Contenido 2**

**Asociatividad y economía popular y solidaria:**

- Concepto e importancia de la asociatividad rural.
- Beneficios del trabajo colaborativo entre productores.
- Estrategias colectivas para mejorar la comercialización.
- Principios de economía popular y solidaria.
- Experiencias y oportunidades de comercialización asociativa.

**Contenido 3**

**Negociación comercial y comercio justo**

- Conceptos básicos de negociación comercial.
- Relaciones comerciales equitativas y generación de confianza.
- Principios del comercio justo.
- Importancia de la producción campesina y el consumo responsable.
- Construcción participativa de propuestas para fortalecer la comercialización rural en la localidad de Sumapaz.

PLAN METODOLÓGICO CPS 643-25 ACTIVIDAD FORMACIÓN DE FORMADORES

| TABLA DE SABERES ESENCIALES | | | |
|---|---|---|---|
| **Unidades de Aprendizaje Integrado** | **Saber Conocer** | **Saber Hacer** | **Saber Ser** |
| **Que debemos Saber para fortalecer la gestión comercial y asociativa** | Gestión comercial agropecuaria.<br>Asociatividad.<br>Comercio justo.<br>Negociación y comercialización. | - Aplica los conocimientos adquiridos para fortalecer procesos de comercialización de productos agropecuarios y transformados.<br>- Identifica estrategias de trabajo asociativo para mejorar el acceso a mercados. | - Relaciona los temas explicados y la forma como los puede aplicar en su comunidad.<br>- Valora el trabajo colectivo y la cooperación comunitaria. |
| **Identificar oportunidades** | Identificación de oportunidades comerciales.<br>Generación de valor agregado. | - Reconoce oportunidades de comercialización para productos agropecuarios y transformados de la localidad de Sumapaz. | - De acuerdo con los conceptos identifica estrategias comerciales y asociativas que fortalezcan las unidades productivas rurales. |
| **Saber innovar y adaptarse** | Adaptación a cambios del mercado.<br>Innovación comercial.<br>Fortalecimiento asociativo. | - Aplica los conceptos aprendidos demostrándolo en la aplicación de las actividades propuestas. | - Demuestra disposición para innovar, trabajar en equipo y adaptarse a las necesidades del mercado. |

| RECURSOS EDUCATIVOS |
|---|
| A continuación, un listado general de los recursos que se emplearán para prácticas de laboratorio del curso:<br>- Materiales audiovisuales.<br>- Tablero.<br>- Hojas<br>- Esferos<br>- Marcadores<br>- Video beam<br>- Computador |

## REFERENCIAS


1. Albrecht, K. (2006). *La excelencia en el servicio*. La excelencia en el servicio. Bogotá: 3R Editores.
2. Coscione, M. (2013). *Comercio justo y relevo generacional: la experiencia colombiana de la asociación de jóvenes agricultores del Valle*. El Ágora USB, 13(2), 487–504.
3. Ferro-Soto, C., & Mili, S. (2013). *Desarrollo rural e internacionalización mediante redes de Comercio Justo del café. Un estudio del caso*. Cuadernos de Desarrollo Rural, 10(72).
4. Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing* (13.ª ed.). Fundamentos de marketing. Pearson Educación.
5. López Santamaría, M. (2019). *Apuntes para el fomento de la asociatividad solidaria y el logro de los objetivos de desarrollo sostenible*. Bogotá: Centro de Investigación, Documentación e Información de la Economía Social, Pública y Cooperativa – CIRIEC-Colombia y Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias. ISBN: 978-958-56658-2-8.
6. Maestre Matos, M., Lombana-Coy, J., Barrios-Vásquez, J., & Rodríguez-Turizzo, A. (2023). *Comercio justo en cooperativas bananeras del Magdalena (Colombia): una estrategia para disminuir la pobreza en pequeños productores*. Revista Perspectiva Empresarial, 9(2), 69–86.
7. Marín Aranguren, E. M., & Ramírez Cleves, G. A. (Eds.). (2013). *Comercio justo, globalización y medio ambiente*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia. ISBN: 9789587109221.
8. Sánchez Álvarez, C. (2018). *Comercio justo y economía social y solidaria: historia y evolución de sus instituciones de fomento*. Revista Equidad y Desarrollo, (30), 149-172. DOI: https://doi.org/10.19052/ed.4216
9. Vélez Tamayo, J. M. (2014). *Construcción del concepto de economía solidaria: una mirada a la teoría económica comprensiva*. Cooperativismo & Desarrollo, 22(105). DOI: https://doi.org/10.16925/co.v22i105.690

PLAN METODOLÓGICO CPS 643-25 ACTIVIDAD FORMACIÓN DE FORMADORES

| Componente | Formación de formadores. Plan de Manejo Ambiental, Productivo y Comercial (PMAPC) | | |
|---|---|---|---|
| Nombre del taller | Habilidades Blandas, Mercadeo y Marketing Digital | N° Sesión | 4 |
| Marco Técnico y Pedagógico del PMAPC en Sumapaz | | | |
| FECHA DE REVISIÓN | | FECHA DE APROBACIÓN | 15-05-2026 |

## REQUISITOS

1. Debe estar localizado en la localidad de Sumapaz.
2.Copia del recibo de servicio público del domicilio donde se ejerce la actividad económica, no mayor a tres (3) meses de antigüedad, que permita verificar según dirección la ubicación del emprendimiento en la localidad de Sumapaz.
3. Todos los miembros y/o empleados de la MiPyme y/o emprendimiento, debe ser mayores de edad. Adjuntar documento de identidad del representante legal. Equipo conformado por persona o más incluyendo el representante legal

## INTRODUCCIÓN

La localidad de Sumapaz se caracteriza por ser un territorio predominantemente rural, donde las actividades agrícolas, pecuarias y agroecológicas constituyen una base fundamental de la economía, la cultura y el tejido social de las comunidades campesinas. En este contexto, el emprendimiento rural representa una estrategia importante para la generación de ingresos, la permanencia en el territorio y el fortalecimiento de la economía local. Sin embargo, el desarrollo de estas iniciativas productivas requiere no solo conocimientos técnicos, sino también capacidades administrativas, comerciales y comunicativas que permitan mejorar su sostenibilidad y proyección en el mercado.

Las dinámicas productivas de Sumapaz varían de acuerdo con el tipo de actividad económica desarrollada, ya sea agrícola, pecuaria, agroindustrial o de servicios rurales. Cada uno de estos sectores demanda capacidades específicas relacionadas con la producción, la transformación de productos, la comercialización, el valor agregado y el acceso a mercados. En este sentido, resulta fundamental promover procesos de formación y acompañamiento que contribuyan al fortalecimiento de las capacidades de los emprendedores rurales, de acuerdo con las necesidades y características del territorio.

Aunque la agroindustria local aún presenta un desarrollo limitado, existen iniciativas de transformación de alimentos que representan oportunidades importantes para el fortalecimiento económico de la región, entre ellas la producción de derivados lácteos, la elaboración de productos cárnicos y la transformación de frutas y otros productos agroalimentarios. No obstante, persisten dificultades asociadas a la baja tecnificación, la

limitada infraestructura, las dificultades de acceso y transporte, las restricciones ambientales, las pérdidas postcosecha y las limitaciones en comercialización y posicionamiento de productos.

Frente a este panorama, se hace necesario fortalecer conocimientos y herramientas prácticas relacionadas con la promoción comercial, la presentación de productos, la atención al cliente y el uso básico de herramientas digitales que permitan mejorar la visibilidad de los emprendimientos rurales. De igual manera, las habilidades blandas adquieren un papel transversal en los procesos de interacción, comunicación, trabajo colaborativo y relacionamiento comercial, aportando al fortalecimiento de las dinámicas productivas y comunitarias del territorio.

En este marco, los procesos de capacitación y formación buscan generar espacios prácticos y participativos orientados al fortalecimiento de capacidades básicas en habilidades blandas, mercadeo y marketing digital, contribuyendo al mejoramiento de la promoción, comercialización y posicionamiento de productos y servicios rurales en diferentes entornos de interacción y comercialización.

## OBJETIVOS

**General**

Fortalecer capacidades básicas en habilidades blandas, mercadeo y marketing digital en emprendedores rurales de la localidad de Sumapaz, mediante herramientas prácticas orientadas a mejorar la promoción, visibilidad y comercialización de productos y servicios en entornos presenciales y digitales.

**Específicos**

- Introducir conceptos básicos de habilidades blandas aplicadas a la interacción personal, comercial y comunitaria.
- Presentar fundamentos básicos de mercadeo orientados a la promoción y comercialización de productos y servicios rurales.
- Orientar a los participantes en el uso práctico de redes sociales y herramientas digitales para fortalecer la visibilidad de sus emprendimientos.
- Sensibilizar sobre la importancia de la presentación de productos, la atención al cliente y la comunicación comercial en los procesos de comercialización.

## DESARROLLO - 4 HORAS

| | | |
|---|---|---|
| **FASE INICIAL** | Apertura y contextualización<br>• Presentación del facilitador.<br>• Acuerdos de participación<br>• Evaluación de saberes previos. | 20 minutos |

| | | |
|---|---|---|
| **FASE CENTRAL** | Introducción a las habilidades blandas | 40 minutos |
| | Fundamentos básicos de mercadeo | 60 minutos |
| | Receso | 20 minutos |
| | Introducción al marketing digital | 60 minutos |
| | Actividad práctica de integración | 20 minutos |
| **FASE FINAL** | Evaluación final | 20 minutos |

| | |
|---|---|
| **Competencia específica de la clase** | ● **Competencia argumentativa**:<br><br>Reconoce la importancia de las habilidades blandas, el mercadeo y el marketing digital como herramientas básicas para el fortalecimiento y la promoción de los emprendimientos rurales.<br><br>● **Competencia Comunicativa**:<br><br>Fortalece capacidades de comunicación, atención al cliente y relacionamiento interpersonal mediante la participación en actividades prácticas orientadas al contexto comercial y emprendedor.<br><br>● **Competencia propositiva**:<br><br>Identifica acciones y estrategias básicas de promoción y visibilidad que puedan ser aplicadas en los emprendimientos a través del uso de herramientas comerciales y digitales. |
| **Propósitos de la formación** | **1. Saber**<br>● Comprender conceptos básicos de habilidades blandas.<br>● Reconocer fundamentos básicos de mercadeo.<br>● Identificar herramientas básicas de marketing digital. Conservación y vida útil<br><br>**2. Saber hacer**<br>● Aplicar estrategias básicas de comunicación.<br>● Relacionar herramientas digitales con la promoción de productos.<br>● Utilizar elementos básicos de atención al cliente.<br><br>**3. Ser** |

| | |
|---|---|
| | • Fortalecer actitudes de participación y creatividad.<br>• Promover el trabajo colaborativo y la interacción positiva.<br>• Valorar la comunicación y el relacionamiento comercial. |

**DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO PROGRAMÁTICO**

**Contenido 1**
**Introducción a las habilidades blandas**

- ¿Qué son las habilidades blandas?
- Importancia de las habilidades blandas en el entorno laboral y comercial.
- Comunicación asertiva.
- Escucha activa.
- Trabajo en equipo.
- Creatividad e iniciativa.
- Atención y servicio al cliente.
- Actitud y relacionamiento interpersonal.
- Reflexión práctica sobre experiencias cotidianas.

**Contenido 2**
**Fundamentos básicos de mercadeo**

- ¿Qué es el mercadeo?
- Importancia del mercadeo en los emprendimientos.
- Identificación de clientes y necesidades.
- Presentación de productos y servicios.
- Diferenciación y valor agregado.
- Estrategias básicas de comercialización.
- Importancia de la imagen y presentación del producto.
- Relación entre mercadeo y atención al cliente.
- Ejemplos prácticos aplicados a emprendimientos rurales.

**Contenido 3**
**Introducción al marketing digital**

- ¿Qué es el marketing digital?
- Importancia del marketing digital en los emprendimientos rurales.
- Uso básico de redes sociales para la promoción de productos y servicios.

- Importancia de la imagen y presentación visual de los productos.
- Recomendaciones básicas para fotografías y publicaciones digitales.
- Comunicación y atención básica al cliente a través de medios digitales.
- Estrategias básicas para fortalecer la visibilidad de los emprendimientos.
- Ejemplos prácticos aplicados al contexto rural.

**Contenido 4**
**Actividad práctica de integración**

- Actividad práctica y participativa.
- Integración de los temas abordados durante el taller.
- Reflexión e intercambio de ideas entre los participantes.
- Socialización de conclusiones y aprendizajes.

**TABLA DE SABERES ESENCIALES**

PLAN METODOLÓGICO CPS 643-25 ACTIVIDAD FORMACIÓN DE FORMADORES

| Unidades de Aprendizaje Integrado | Saber | Saber Hacer | Saber Ser |
|---|---|---|---|
| **Fortalecer habilidades comunicativas y comerciales** | • ¿Qué son las habilidades blandas?<br>• Comunicación asertiva.<br>• Atención y servicio al cliente. | • Aplica elementos básicos de comunicación e interacción.<br>• Participa en actividades de reflexión e integración grupal. | • Promueve actitudes de respeto, participación y trabajo colaborativo.<br>• Fortalece la interacción positiva en espacios comerciales y comunitarios. |
| **Identificar herramientas básicas de marketing digital** | • ¿Qué es el mercadeo?<br>• Identificación de clientes y necesidades.<br>• Importancia de la presentación de productos. | • Relaciona estrategias básicas de promoción y comercialización.<br>• Identifica elementos de diferenciación y valor agregado. | • Valora la atención al cliente y la presentación comercial.<br>• Reconoce el mercadeo como apoyo para los emprendimientos rurales. |
| **Identificar herramientas básicas de marketing digital** | • ¿Qué es el marketing digital?<br>• Uso básico de redes sociales.<br>• Importancia de la imagen y presentación visual. | • Utiliza herramientas digitales básicas para promoción.<br>• Reconoce recomendaciones básicas para publicaciones digitales. | • Promueve el uso responsable de herramientas digitales.<br>• Fortalece el interés por la visibilidad de los emprendimientos. |

## RECURSOS EDUCATIVOS

A continuación, un listado general de los recursos que se emplearán para prácticas de laboratorio del curso:

- Equipos audiovisuales (computador, video beam y sistema de sonido).
- Hojas Blancas
- Post-it (tacos de notas adhesivas)
- Esferos
- Marcadores

## REFERENCIAS


- Kotler, P. y Armstrong, G. Fundamentos de Marketing. Pearson Educación.
- Goleman, D. Inteligencia emocional. Editorial Kairós.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (MinTIC). Guías y contenidos sobre apropiación digital y uso de herramientas digitales.
- SENA. Materiales de formación complementaria en emprendimiento, mercadeo y habilidades blandas.
- Contenidos y orientaciones metodológicas estructurados desde un enfoque práctico y participativo, construidos a partir de información contextual del territorio, experiencias de trabajo comunitario y necesidades identificadas para el fortalecimiento de emprendimientos rurales de la localidad de Sumapaz.

PLAN METODOLÓGICO CPS 643-25 ACTIVIDAD FORMACIÓN DE FORMADORES

| **Componente** | Formación de formadores. Plan de Manejo Ambiental, Productivo y Comercial (PMAPC) | | |
|---|---|---|---|
| Nombre del taller | Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), Orgánicos, Sistemas Participativos de Garantía (SPG) y Sellos de Confianza para la Producción Agroecológica | N° Sesión | 1 |
| Marco Técnico y Pedagógico del PMAPC en Sumapaz | | | |
| FECHA DE REVISIÓN | | FECHA DE APROBACIÓN | 15-05-2026 |

## REQUISITOS

1. Estar localizado en la localidad de Sumapaz.
2. Presentar copia del recibo de servicio público del domicilio donde se desarrolla la actividad productiva, no mayor a tres (3) meses.
3. Los participantes deben pertenecer a unidades productivas agropecuarias, emprendimientos rurales o asociaciones campesinas interesadas en procesos de producción limpia y comercialización diferenciada.
4. Contar con disposición para implementar prácticas sostenibles y participar en procesos organizativos comunitarios.

## INTRODUCCIÓN

La localidad de Sumapaz posee una importante vocación agropecuaria y agroecológica, donde las familias campesinas desarrollan procesos productivos asociados a la seguridad alimentaria, la conservación ambiental y la comercialización de productos rurales. En este contexto, las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) constituyen una herramienta fundamental para garantizar la inocuidad, sostenibilidad y calidad de la producción agropecuaria.

Las BPA permiten mejorar los procesos de manejo del suelo, agua, fertilización, control fitosanitario, cosecha y poscosecha, reduciendo riesgos para la salud humana y el ambiente. Asimismo, las BPA orgánicas fortalecen modelos de producción basados en principios ecológicos, promoviendo el uso racional de los recursos naturales y disminuyendo la dependencia de insumos químicos de síntesis.

De igual manera, los Sistemas Participativos de Garantía (SPG) y los sellos de confianza representan mecanismos comunitarios y alternativos de certificación que fortalecen la comercialización local, generan confianza entre productores y consumidores, y promueven mercados solidarios y sostenibles. Estos procesos favorecen la asociatividad campesina, la transparencia productiva y el reconocimiento de prácticas agroecológicas responsables.

En este sentido, fortalecer capacidades en BPA, producción orgánica, SPG y sellos de confianza contribuye al desarrollo rural sostenible, al mejoramiento de la competitividad de los emprendimientos agropecuarios y al fortalecimiento de circuitos cortos de comercialización en la localidad de Sumapaz.

## OBJETIVOS

**General**

Fortalecer las capacidades técnicas, organizativas y ambientales de productores rurales mediante la apropiación de conocimientos sobre Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), BPA orgánicos, Sistemas Participativos de Garantía (SPG) y sellos de confianza, promoviendo la producción sostenible y la comercialización responsable.

**Específicos:**

- Identificar los principios y componentes fundamentales de las Buenas Prácticas Agrícolas.
- Reconocer las diferencias entre producción convencional, BPA y producción orgánica.
- Comprender el funcionamiento y beneficios de los Sistemas Participativos de Garantía (SPG).
- Fortalecer conocimientos sobre sellos de confianza y comercialización diferenciada de productos agroecológicos.
- Promover prácticas sostenibles que contribuyan a la inocuidad alimentaria y conservación ambiental.

## DESARROLLO - 4 HORAS

| | | |
|---|---|---|
| FASE INICIAL | • Actividad rompehielo: “Reconociendo prácticas en mi finca”<br>• Dinámica participativa donde los asistentes identifican prácticas adecuadas e inadecuadas presentes en sus sistemas productivos. | 20 minutos |
| | • Contextualización: Importancia de las BPA y producción agroecológica.<br>•<br>• Presentación sobre:<br>• Situación actual de la producción agropecuaria. | 40 minutos |

| | | |
|---|---|---|
| | • Riesgos asociados al manejo inadecuado de agroquímicos.<br>• Beneficios ambientales, sociales y económicos de implementar BPA. | |
| FASE CENTRAL | • Break | 15 minutos |
| | • Exposición temática: Buenas Prácticas Agrícolas y BPA orgánicos<br>• Temas:<br>• Concepto y objetivos de las BPA.<br>• Manejo de suelos y aguas.<br>• Manejo integrado de plagas y enfermedades.<br>• Trazabilidad e inocuidad.<br>• Diferencias entre BPA convencionales y producción orgánica.<br>• Normatividad básica aplicable.<br>• | 50 minutos |
| | • Taller práctico participativo<br>• Actividad grupal:<br>• Diagnóstico rápido de prácticas productivas.<br>• Identificación de riesgos y oportunidades de mejora.<br>• Elaboración de compromisos de implementación en finca. | |

| | | |
|---|---|---|
| | • Exposición: SPG y sellos de confianza<br>• Temas:<br>• ¿Qué es un SPG?<br>• Principios de participación y confianza.<br>• Ventajas para pequeños productores.<br>• Sellos agroecológicos y mercados diferenciados.<br>• Experiencias locales y nacionales. | **45 minutos**<br><br>**30 minutos** |
| FASE FINAL | • Socialización y reflexión colectiva<br>• Cada grupo comparte:<br>• Principales aprendizajes.<br>• Prácticas que implementará.<br>• Retos identificados en el territorio. | **20 minutos** |
| | • Evaluación participativa y cierre<br>• 20 minutos<br>• Retroalimentación colectiva sobre:<br>• Claridad de los contenidos.<br>• Aplicabilidad en los sistemas productivos.<br>• Compromisos de mejora continua. | |

PLAN METODOLÓGICO CPS 643-25 ACTIVIDAD FORMACIÓN DE FORMADORES

| | |
|---|---|
| Competencia específica de la clase | • **Competencia argumentativa:** Sustentar la importancia de implementar BPA y procesos agroecológicos como estrategia de sostenibilidad y acceso a mercados.<br>• **Competencia comunicativa:** Socializar prácticas sostenibles y mecanismos de garantía comunitaria en espacios organizativos y comerciales.<br>• **Competencia propositiva:** Diseñar acciones de mejora para fortalecer la producción limpia y la comercialización con valor agregado. |
| Propósitos de la formación | **1. Saber (conocimientos)**<br>• Concepto de Buenas Prácticas Agrícolas.<br>• Principios de producción orgánica.<br>• Sistemas Participativos de Garantía.<br>• Sellos de confianza y comercialización agroecológica.<br>• Normatividad básica de inocuidad y sostenibilidad.<br><br>**2. Saber hacer (habilidades)**<br>• Identificación de riesgos productivos.<br>• Aplicación básica de BPA en finca.<br>• Elaboración de diagnósticos participativos.<br>• Implementación de acciones de mejora productiva y ambiental.<br><br>**3. Ser (actitudes y valores)**<br>• Responsabilidad ambiental.<br>• Trabajo colaborativo y asociativo.<br>• Compromiso con la inocuidad alimentaria.<br>• Transparencia y confianza en procesos comunitarios. |
| **DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO PROGRAMÁTICO** | |
| **Contenido 1: Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)**<br>• Concepto y objetivos.<br>• Inocuidad alimentaria.<br>• Manejo sostenible del suelo y agua.<br>• Manejo integrado de plagas.<br>• Uso responsable de insumos agropecuarios.<br><br>**Contenido 2: BPA Orgánicos y Producción Agroecológica**<br>• Principios de agricultura orgánica.<br>• Fertilización orgánica. | |

- Conservación de biodiversidad.
- Control biológico y manejo ecológico.

**Contenido 3: Sistemas Participativos de Garantía (SPG)**

- Definición y funcionamiento.
- Participación comunitaria.
- Evaluación y seguimiento entre productores.
- Confianza y transparencia.

**Contenido 4: Sellos de confianza y comercialización**

- Diferenciación de productos.
- Mercados agroecológicos.
- Valor agregado.
- Relación productor-consumidor.

**TABLA DE SABERES ESENCIALES**

| Unidades de Aprendizaje Integrado | Saber Conocer | Saber Hacer | Saber Ser |
|---|---|---|---|
| Implementación de BPA | Reconoce principios de inocuidad y sostenibilidad | Aplica prácticas adecuadas en el sistema productivo | Demuestra compromiso ambiental |
| Producción orgánica | Comprende fundamentos agroecológicos | Identifica alternativas ecológicas de manejo | Valora la conservación de recursos naturales |
| Sistemas Participativos de Garantía | Reconoce funcionamiento de los SPG | Participa en ejercicios de evaluación comunitaria | Fortalece confianza y trabajo colectivo |
| Sellos de confianza | Comprende estrategias de diferenciación comercial | Relaciona sellos con acceso a mercados | Promueve consumo responsable y comercio justo |

| RECURSOS EDUCATIVOS |
| --- |
| ✓ Material audiovisual.<br>✓ Video beam.<br>✓ Tablero y marcadores.<br>✓ Guías impresas Check List BPA<br>✓ Carteleras y papel periódico.<br>✓ Hojas y esferos.<br>✓ Fotografías y ejemplos de sellos de certificación.<br>✓ Estudios de caso de SPG y mercados agroecológicos<br>✓ Herramientas agrícolas: pala (2), (palin, azadón, balde, machete (Uno de cada uno)<br>✓ Bandejas de germinación de 72 o 128 cavidades (4 bandejas)<br>✓ Sustrato profesional de germinación (fibra de coco o turba) (4 kg)<br>✓ Semillas de hortalizas (lechuga, espinaca, acelga) (1 sobre de cada uno)<br>✓ Tierra negra (1 bulto) Cascarilla de arroz (1 bulto) Gallinaza (1 bulto) Melaza (2kg) ceniza (1/2 bulto) Cal (1 kg) |

| REFERENCIAS |
| --- |
| • Instituto Colombiano Agropecuario. Resolución 30021 de 2017 sobre Buenas Prácticas Agrícolas.<br>• Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Lineamientos para producción agroecológica y mercados campesinos.<br>• IFOAM Organics International. Sistemas Participativos de Garantía (SPG).<br>• Altieri, M. (2018). Agroecología: bases científicas para una agricultura sustentable.<br>• Gliessman, S. (2015). Agroecology: The Ecology of Sustainable Food Systems. |

PLAN METODOLÓGICO CPS 643-25 ACTIVIDAD FORMACIÓN

| **Componente** | **Formación de formadores. Plan de Manejo Ambiental, Productivo y Comercial (PMAPC)** | | |
|---|---|---|---|
| Nombre del taller | • Fortalecimiento de la transformación y generación de valor agregado en los productos alimenticios elaborados en la localidad de Sumapaz, mediante procesos de capacitación y asistencia técnica en temas relacionados con la fabricación de productos agroalimentarios, tales como empaque, conservación, inocuidad y certificaciones básicas, con el fin de que los productores avancen en la diversificación y el mejoramiento de la calidad de sus productos.<br>• . | N° Sesión | 2 |
| Marco Técnico y Pedagógico del PMAPC en Sumapaz | | | |
| FECHA DE REVISIÓN | | FECHA DE APROBACIÓN | 15-05-2026 |

## REQUISITOS

1. Debe estar localizado en la localidad de Sumapaz.
2.Copia del recibo de servicio público del domicilio donde se ejerce la actividad económica, no mayor a tres (3) meses de antigüedad, que permita verificar según dirección la ubicación del emprendimiento en la localidad de Sumapaz.
3. Todos los miembros y/o empleados de la MiPyme y/o emprendimiento, debe ser mayores de edad. Adjuntar documento de identidad del representante legal. Equipo conformado por persona o más incluyendo el representante legal

## INTRODUCCIÓN

La localidad de Sumapaz se caracteriza por ser un territorio predominantemente rural, donde las actividades agrícolas, pecuarias y agroecológicas constituyen la base económica y cultural de las comunidades campesinas. En este contexto, el emprendimiento rural surge como una estrategia fundamental para fortalecer los ingresos familiares, promover la permanencia en el territorio y dinamizar la economía local. Sin embargo, el desarrollo de estos emprendimientos requiere la consolidación de diversas capacidades que permitan a

los productores no solo generar bienes y servicios, sino también gestionar de manera eficiente sus iniciativas productivas.

Las capacidades de los emprendedores en Sumapaz varían según el tipo de emprendimiento que desarrollen, ya sea agrícola, pecuario, agroindustrialo de servicios rurales. Cada uno de estos sectores demanda conocimientos técnicos específicos, habilidades administrativas, competencias comerciales y una adecuada gestión de los recursos naturales. Por ejemplo, los emprendimientos agrícolas requieren capacidades relacionadas con la producción sostenible, el manejo de cultivos y la comercialización directa, mientras que los emprendimientos agroindustriales demandan habilidades en transformación de productos, control de calidad, valor agregado y acceso a mercados.

En este sentido, identificar y fortalecer las capacidades según el tipo de emprendimiento permite comprender mejor las necesidades formativas de los emprendedores del territorio, así como orientar procesos de capacitación, asistencia técnica y acompañamiento institucional. De esta manera, se contribuye al fortalecimiento del tejido productivo local, a la generación de oportunidades económicas sostenibles y al desarrollo rural integral de la localidad de Sumapaz.

Aunque la agroindustria aún es pequeña, existen iniciativas de transformación de alimentos que generan valor agregado, como:

- Producción de quesos, yogures y derivados lácteos.
- Elaboración de productos cárnicos
- Transformación de frutas y productos agroalimentarios

El sector también enfrenta varias dificultades como baja tecnificación y limitada infraestructura, dificultades en vías y transporte, poco valor agregado en algunos productos, Acceso limitado a mercados y comercialización, restricciones ambientales por áreas protegidas, pérdidas postcosecha y falta de cadenas de frío.

La implementación de conocimientos en buenas prácticas de manipulación, además de identificar cual seria el mejor empaque para cada uno de los productos a comercializar.

No es menos importante pero también se va tratar en la capacitación temas referenciados a certificaciones y trazabilidad en los procesos productivos.

## OBJETIVOS

**General**

- Fortalecer las técnicas de transformación y valor agregado en cada una de los sectores de trasformación de alimentos de la localidad de Sumapaz.

**Específicos:**

- Promover la asistencia técnica en temas de transformación de productos agroalimentarios (conservación, inocuidad, certificaciones básicas), de modo que los productores avancen hacia la diversificación y mejoramiento de la calidad

PLAN METODOLÓGICO CPS 643-25 ACTIVIDAD FORMACIÓN

- Brindar conocimientos básicos y prácticos sobre selección, uso y manejo de empaques para alimentos, con el fin de mejorar la calidad, conservación, inocuidad y presentación de los productos alimenticios.
- orientar al aprovechamiento de productos locales como frutas, lácteos, hortalizas y transformados, fortaleciendo la seguridad alimentaria y el valor agregado de la producción rural en la localidad de Sumapaz.
- Incentivar a los productores a desarrollar productos alimenticios de acuerdo a la normatividad vigente.

| **DESARROLLO - 4 HORAS** | | |
|---|---|---|
| FASE INICIAL | Evaluación de saberes previos | 15 minutos |
| FASE CENTRAL | Contextualización de BPM e inocuidad en alimentos | 45 minutos |
| | Conservación de alimentos | 45 minutos |
| | Break | 20 minutos |
| | Actividad cognitiva juego escalera de las BPM | 40 minutos |
| | Empaques en la industria de alimentos | 45 |
| FASE FINAL | Evaluación final | 30 minutos |

| | |
|---|---|
| Competencia específica de la clase | • **Competencia argumentativa**:<br>Garantizar la inocuidad, higiene y calidad de los alimentos durante su elaboración, transformación y comercialización.<br>• **Competencia Comunicativa**:<br>Transmitir el valor del producto a comercializar y así generar confianza al consumidor final<br>• **Competencia propositiva**:<br>Identificar los puntos críticos en la elaboración y comercialización de los productos elaborados en la localidad de Sumapaz. |
| Propósitos de la formación | **1. Saber (conocimientos)** |

| | |
|---|---|
| | • Introducción a las BPM<br>• Inocuidad alimentaria<br>• empaques alimentarios<br>• Conservación y vida útil<br><br>**2. Saber hacer (habilidades)**<br>**Manejo higiénico de alimentos**<br><br>• Higiene persona<br>• Limpieza y desinfección<br>• Procesos de transformación de alimentos<br>• Selección del empaque adecuado<br>• Etiquetado de alimentos<br>• Documentación y registros<br><br>**3. Ser (actitudes y valores)**<br><br>• Atención al cliente y comercialización<br>• Entrega de un producto de calidad y confiable al consumidor final |

## DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO PROGRAMÁTICO

**Contenido 1**

**Introducción a las BPM**

- Higiene personal
- Limpieza y desinfección
- Manejo higiénico de alimentos
- Instalaciones y equipos
- Documentación y registros

**Contenido 2**

**Conservación de alimentos:**

- Procesos de transformación de alimentos
- Introducción a la conservación de alimentos

- Concepto e importancia de la conservación.
- Métodos de conservación

**Contenido 3**

**Empaque y almacenamiento**

- Tipos de empaques para alimentos.
- Etiquetado básico.
- Condiciones de almacenamiento.
- Control de humedad y temperatura.
- Comercialización y presentación

TABLA DE SABERES ESENCIALES

PLAN METODOLÓGICO CPS 643-25 ACTIVIDAD FORMACIÓN

| Unidades de Aprendizaje Integrado | Saber Conocer | Saber Hacer | Saber Ser |
|---|---|---|---|
| **Que debemos Saber para emprender (actitud emprendedora)** | Introducción a las BPM<br>Inocuidad alimentaria<br>Empaques alimentarios<br>Conservación y vida útil | - Aplica los conocimientos adquiridos para difundir conocimientos acerca de BPM, conservación de alimentos y empaques | - Muestra interés por los temas explicados y relaciona la forma como los puede aplicar en su comunidad.<br>- Asiste activa y puntualmente en el desarrollo de la capacitación |
| **Identificar oportunidades** | Generación de ideas de negocio. | - En el desarrollo de las actividades demuestra los conocimientos aprendidos y su aplicación | - De acuerdo a los conceptos identifica la mejor opción para las de BPM, conservación de alimentos y empaques unidades productivas localizadas en la localidad de Sumapaz |
| **Saber innovar y adaptarse** | Adaptación a cambios del mercado | - Aplica los conceptos aprendidos demostrándolo en la aplicación de la actividad | Mejora continua del producto alimenticio |

## RECURSOS EDUCATIVOS

A continuación, un listado general de los recursos que se emplearán para prácticas de laboratorio del curso:
- Materiales audiovisuales.
- Tablero.
- Hojas
- Esferos
- Marcadores
- Video beam
- Para el activador actitudinal (termómetros, balanza, jarra medidora, )

## REFERENCIAS

1. ministerio de Salud y Protección Social. Resolución 2674 de 2013.
   “Por la cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012 y se dictan otras disposiciones”. Bogotá, Colombia, 2013.
   Disponible en: INVIMA – Resolución 2674 de 2013

2. INVIMA.
   Compilación Jurídica – Resolución 2674 de 2013. Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Colombia.
   Disponible en: Normograma INVIMA

3. Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia.
   Ley 9 de 1979 – Código Sanitario Nacional. Bogotá, Colombia.
   Norma base para higiene y control sanitario de alimentos en Colombia.

4. Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia.
   Decreto 3075 de 1997.
   “Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se regulan las actividades relacionadas con alimentos”. Bogotá, Colombia.

5. Organización Mundial de la Salud (OMS).
   Cinco claves para la inocuidad de los alimentos. OMS, Ginebra.
   Documento guía sobre higiene y manipulación segura de alimentos.

6. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).
   Manual de Buenas Prácticas de Higiene y Manufactura de Alimentos. FAO, Roma.

7. Flórez Fuentes, A. & Ibarra López, A.
   “Mejoramiento del manual de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) en la panificadora”.
   Revista @limentech Ciencia y Tecnología Alimentaria, Universidad de Pamplona, 2021.
   Disponible en: Artículo académico BPM en panificadora

8. INVIMA.
   Guías y lineamientos sobre manipulación higiénica de alimentos, saneamiento, inocuidad y capacitación para manipuladores de alimentos en Colombia.

9. Sanecol.
“Norma BPM manipulación de alimentos en Colombia: resumen 2026”.
Disponible en: Resumen BPM Colombia 2026