INFORME SESIÓN CPS 643-25

ACTA No.	4	**Hora Inicio:**	1: 00 pm
FECHA	28 de Junio de 2025	**Hora Final:**	5: 00 pm
LUGAR	Cuenca Rio Blanco	**TIPO REUNIÓN** Presencial	Taller Habilidades Blandas, Mercadeo y Marketing Digital

OBJETO
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.

LECTURA DEL ACTA ANTERIOR Y OBSERVACIONES
N/A

TEMAS A TRATAR

1. **HABILIDADES BLANDAS**

Desarrollo de la jornada

La sesión inició con una indagación de saberes previos sobre el concepto de habilidades blandas, evidenciando que los participantes no estaban familiarizados con este término. A partir de ello, se explicó de manera práctica la diferencia entre habilidades blandas y habilidades fuertes, resaltando la importancia de ambas en el desarrollo personal y profesional.

Posteriormente, mediante un collage de habilidades blandas, se mostró la diversidad de competencias existentes y se explicó que el taller se enfocaría en aquellas más relevantes para el fortalecimiento de los emprendimientos rurales y el trabajo asociativo.

Durante la jornada se desarrollaron las temáticas de **comunicación asertiva, escucha activa, trabajo en equipo, creatividad e iniciativa, servicio al cliente y liderazgo**, utilizando ejemplos relacionados con situaciones cotidianas de la comunidad, las asociaciones y los emprendimientos rurales. Esto permitió generar espacios de reflexión y participación activa, en los que los asistentes compartieron

experiencias y analizaron la importancia de fortalecer estas habilidades para mejorar la convivencia, la organización comunitaria, la atención a los clientes y la gestión de sus iniciativas productivas.

La temática finalizó con una reflexión sobre el carácter transversal de las habilidades blandas y su importancia para la vida personal, laboral, comunitaria y el desarrollo sostenible de los emprendimientos.

Resultados observados

- Los participantes identificaron la diferencia entre las habilidades blandas y las habilidades fuertes, reconociendo la importancia de ambas para el desarrollo personal y el fortalecimiento de sus emprendimientos.
- Se evidenció una participación activa durante la jornada, caracterizada por el intercambio de experiencias, la formulación de preguntas y la construcción de ejemplos relacionados con la realidad del territorio.
- Los asistentes reflexionaron sobre la importancia de la comunicación asertiva, la escucha activa, el trabajo en equipo, el liderazgo y el servicio al cliente como competencias fundamentales para fortalecer los procesos asociativos y los emprendimientos rurales.
- Se observó una mayor sensibilización frente a la necesidad de reconocer y fortalecer las habilidades personales como base para mejorar la toma de decisiones, las relaciones interpersonales y el trabajo colaborativo.

2. MERCADEO

Desarrollo de la jornada

La temática inició con la conceptualización del mercadeo como un proceso estratégico orientado a comprender las necesidades del mercado, identificar oportunidades y generar valor a través de productos y servicios que respondan a las expectativas de los clientes.

Posteriormente, se desarrolló un ejercicio participativo basado en preguntas orientadoras que invitaron a los asistentes a reflexionar sobre aspectos fundamentales de sus emprendimientos, como el conocimiento de sus clientes, sus necesidades, preferencias, factores de decisión de compra, oportunidades de innovación y posibilidades de generar valor agregado. Más que transmitir conceptos teóricos, la metodología estuvo orientada a desarrollar una visión estratégica del mercadeo, promoviendo que cada participante analizara la realidad de su emprendimiento y construyera sus propias conclusiones a partir de su contexto.

A partir de este ejercicio, se abordó la importancia de la diferenciación y el valor agregado como elementos fundamentales para fortalecer la competitividad de los emprendimientos rurales, motivando a los participantes a identificar aquellas características que hacen únicos sus productos y a reconocer la innovación como una herramienta para responder a las nuevas necesidades del mercado.

Como complemento, se presentaron estrategias básicas de comercialización adaptadas al contexto del territorio, resaltando el valor de los **productos locales**, la **producción sostenible**, la **elaboración artesanal** y la **identidad y origen de los productos** como atributos diferenciadores con alto potencial

para fortalecer la comercialización de los emprendimientos del Sumapaz. Asimismo, se promovió la importancia de observar permanentemente las tendencias del mercado y participar en espacios comerciales y ferias empresariales como oportunidades para conocer nuevas experiencias, identificar referentes e impulsar procesos de innovación.

Finalmente, se integraron los contenidos desarrollados en habilidades blandas con las estrategias de mercadeo, evidenciando que la generación de valor, la comunicación con los clientes, la toma de decisiones y la implementación de estrategias comerciales requieren del fortalecimiento de competencias personales y sociales. En este sentido, también se resaltó la importancia de estructurar planes de trabajo con objetivos, actividades, responsables y tiempos definidos, como una herramienta para mejorar la organización y la gestión de los emprendimientos y asociaciones.

Resultados observados

- Los participantes identificaron el mercadeo como una herramienta estratégica para comprender el mercado y orientar la toma de decisiones en sus emprendimientos.
- Se evidenció una participación activa durante los ejercicios de reflexión, permitiendo analizar las características de sus clientes, reconocer oportunidades de innovación e identificar alternativas para generar valor agregado en sus productos y servicios.
- Los asistentes reconocieron las fortalezas del territorio como elementos diferenciadores para la comercialización, destacando la producción sostenible, el origen de los productos, la elaboración artesanal y el valor de los productos locales.
- Se observó una mayor sensibilización frente a la importancia de planificar las acciones comerciales, fortalecer la organización de los emprendimientos y mantenerse actualizados sobre las tendencias del mercado como parte de un proceso continuo de crecimiento e innovación.

3. MARKETING DIGITAL

Desarrollo de la jornada

La temática inició con una contextualización general sobre el marketing digital y su importancia para los emprendimientos rurales, destacando su aporte para fortalecer la visibilidad, la comunicación con los clientes y la promoción de productos y servicios mediante herramientas digitales de fácil acceso.

Posteriormente, mediante un recurso audiovisual y una metodología basada en preguntas orientadoras, se invitó a los participantes a reflexionar sobre aspectos clave antes de implementar estrategias digitales, tales como los objetivos de su emprendimiento, el perfil de sus clientes, la capacidad de producción, la logística de entrega y el tiempo disponible para administrar sus canales de comunicación. Este ejercicio permitió resaltar la importancia de tomar decisiones estratégicas antes de incursionar en el uso de redes sociales.

A continuación, se presentaron las principales redes sociales aplicables al contexto de los emprendimientos rurales (WhatsApp Business, Facebook, Instagram, TikTok y LinkedIn), explicando sus características, ventajas y posibles usos según las necesidades de cada emprendimiento. Asimismo, se dieron a conocer herramientas básicas para la creación de contenido digital, como la

cámara del teléfono móvil, Canva, CapCut y asistentes de inteligencia artificial, resaltando su utilidad para mejorar la presentación de los productos y fortalecer la comunicación con los clientes.

Finalmente, se abordaron buenas prácticas para la atención al cliente en medios digitales y se realizó una integración de los tres ejes desarrollados durante la capacitación —habilidades blandas, mercadeo y marketing digital—, resaltando la importancia de articular estos componentes como base para fortalecer la gestión y la proyección de los emprendimientos rurales.

Resultados observados

- Se evidenció una participación activa durante los espacios de reflexión y el análisis de las herramientas digitales presentadas.
- Los participantes identificaron diferentes alternativas digitales que pueden ser consideradas para fortalecer la promoción y comunicación de sus emprendimientos, de acuerdo con sus capacidades y necesidades.
- Se generó un espacio de reflexión sobre la importancia de seleccionar estratégicamente los canales digitales y las herramientas tecnológicas antes de implementar acciones de promoción. Se resaltó la importancia de integrar las habilidades blandas, el mercadeo y el marketing digital como componentes complementarios para fortalecer la gestión de los emprendimientos rurales.

4. Reflexión y aprendizajes del taller

Resultados de la evaluación

- ✓ **90 %** identificó correctamente el concepto de **habilidades blandas**.
- ✓ **100 %** respondió correctamente las preguntas relacionadas con **mercadeo**.
- ✓ **100 %** respondió correctamente las preguntas relacionadas con **marketing digital**.

Temáticas de mayor interés para profundizar

- ✓ **Mercadeo:** 5 participantes (**50 %**)
- ✓ **Habilidades blandas:** 3 participantes (**30 %**)
- ✓ **Marketing digital:** 2 participantes (**20 %**)

Análisis

Los resultados evidencian una apropiación satisfactoria de los conceptos básicos abordados durante la jornada, especialmente en los temas de mercadeo y marketing digital, donde la totalidad de los participantes respondió correctamente las preguntas de verificación del aprendizaje. Asimismo, el mayor interés por profundizar en mercadeo (50 %) sugiere que los asistentes reconocen la importancia de fortalecer sus capacidades para identificar oportunidades de mercado, generar valor agregado y mejorar la comercialización de sus productos. Por su parte, el interés manifestado en habilidades blandas (30

INFORME SESIÓN CPS 643-25

%) **y** marketing digital (20 %) refleja la necesidad de continuar fortaleciendo estas competencias como elementos complementarios para el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos rurales.

Realizó
Nombre: Claudia Patricia Lozano Administradora de Empresas Firma: *Claudia Lozano*

INFORME SESIÓN CPS 643-25

Registro fotográfico





INFORME SESIÓN CPS 643-25



