Bogotá D.C., 26 de diciembre de 2024

DÉCIMO SEGUNDO INFORME DE VISITA A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN
INFORMACIÓN GENERAL DEL CONVENIO

Conviniente	ASOCIACION COLOMBIANA PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL - ASOCODEM
NIT	900.871.211-9
Convenio n.°	CO1.PCCNTR. 6818070 de 2024
Nombre de la acción formativa	AF5 GREEN MARKETING - RESPONSABILIDAD AMBIENTAL
Modalidad	Presencial-Híbrida
Grupo	1
Unidad temática	UT1 GREEN MARKETING - RESPONSABILIDAD AMBIENTAL
Tipo de evento formativo	Foro
Metodología	Teórica
Lugar de ejecución	Unidades Tecnológicas de Santander UTS Av. los Estudiantes # 9-82, Bucaramanga
Herramienta empleada	https://www.youtube.com/watch?v=N6gUI0Z4W1A
Fecha de visita	14/11/2024
Hora de la visita	9:00 am – 12:00 pm
Interventor líder	David Stiven Orrego castaño
Interventor que realiza la visita	Sandra Yamile Paez Velasco - Presencial Cristian Pérez Oquendo- Virtual

La Interventoría de la Universidad de Antioquia, en cumplimiento del objeto del **contrato de interventoría n.°CO1.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 DG –0001 de 2024, del Programa de Formación Continua Especializada, al convenio suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA y ASOCIACION COLOMBIANA PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL - ASOCODEM, se permite presentar el informe de la visita de campo

1. DATOS DE LOS CAPACITADORES

- Nombre: Luis Fernando Prada Cobos
- Identificación: C.C. 91.225.334

- Nombre York Rossler
- Identificación: PAS CG6P956N4

- Nombre: Hecney Alexcevith Acosta Sánchez
- Identificación: C.C. 91.480.167

- Nombre: Luis Eduardo Sepúlveda Ibarbuen
- Identificación: C.C. 19.354.997

2. OBJETIVOS DE LA VISITA

- Verificar el cumplimiento de las actividades de capacitación programadas en los cronogramas aprobados por la Interventoría.

- Verificar las condiciones y los recursos, físicos o digitales, empleados en el desarrollo de la (s) actividad (es) de capacitación.

A continuación, se presentan los resultados de la visita de campo efectuada a la acción de formación:

3. DESARROLLO DE LA VISITA

3.1. Detalles de la acción de formación:

Componente presencial: La Interventoría verificó la realización de una sesión académica de 3 horas efectuada a la AF5 GREEN MARKETING RESPONSABILIDAD AMBIENTAL, correspondiente a la ejecución de Foro que se realizó de manera presencial en el Unidades Tecnológicas de Santander UTS, Av. los Estudiantes # 9-82, Bucaramanga, el día 14 de noviembre de 2024 en el horario de 9:00 am a 12:00 m.

La unidad temática desarrollada corresponde a la UT1 GREEN MARKETING - RESPONSABILIDAD AMBIENTAL.

Componente en modalidad PAT: Se dio inicio con puntualidad de la Acción de Formación: indicar si se presenta demora en inicio de la formación, para ello el interventor debe participar en toda la sesión desde la hora de inicio informada hasta el final.

- La acción de formación está ejecutada entre las 9:00 a. m. y las 12:00 m.
- La duración de la sesión del Foro tuvo una duración de tres (3) horas

3.2. Uso de imagen institucional del SENA: La Interventoría pudo evidenciar el uso de la imagen institucional del SENA, en las diapositivas que utilizó el docente para la exposición de la temática, el pendón utilizado en la formación y en el

material de formación suministrado por el conviniente. Las cuales corresponden a las aprobadas por el SENA.

3.3. Gratuidad de la formación: La sesión académica inició con la presentación del Jingle. De igual forma en las diapositivas y material de formación se evidencia la frase que "Las acciones de formación ejecutadas en el marco de la convocatoria DG-0001 de 2024 son gratuitas para los trabajadores beneficiarios.

De igual forma en las encuestas diligenciadas se observa que ninguno de los beneficiarios respondió haber cancelado valor alguno por recibir la capacitación.

3.4. Beneficiarios: El número de beneficiarios esperados de acuerdo con el cronograma y la propuesta aprobada corresponde a 400 durante la visita se encontraron 107 beneficiarios en modalidad presencial y 310 en virtual a través de la plataforma de Youtube. La población beneficiaria pertenece a las áreas funcionales de Proyectos.

Nota: Es importante indicar que debido a que eran tantas personas en el encuentro presencial (107), no todos lograron firmar la asistencia, por eso la diferencia que se ve en el listado.

3.5. Capacitadores: Los capacitadores a cargo de la sesión formativa son los señores Luis Fernando Prada Cobos con C.C. 91.225.334, York Rossler con Pasaporte CG6P956N4, Hecney Alexcevith Acosta Sánchez con C.C. 91.480.167 y Luis Eduardo Sepúlveda Ibarbuen con C.C. 19.354.99, quienes fueron aprobados por la interventoría y coincide con el registrado en el cronograma del proyecto.

Los capacitadores fueron aprobados por la interventoría y coinciden con lo establecido en el cronograma aprobado para la acción de formación. Durante su exposición se observó seguridad y buen manejo del tema, además de versatilidad en su método de enseñanza, manteniendo la atención y propiciando constantemente la participación de los beneficiarios los capacitadores contaban con el carnet que la identificaba como capacitadores

3.6. Material de formación: El material de formación propuesto y aprobado para esta acción de formación es:

En el desarrollo del evento, ***se usarán aplicaciones multi media interactivas*** *que incorporan contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones, y sonido con el fin de facilitar el proceso de aprendizaje, aportando dinamismo y eficiencia, de modo que el estudiante pueda navegar, interactuar, crear, comunicarse y*

sobre todo aprender o reforzar contenidos de una forma amena (en tiempo real, desde su tablet, celular o pc), lo que nos permitirá mantenerlos participativos e incentivar la discusión grupal, participación, gestionar tareas y establecer diálogo, enriqueciendo de esta manera la experiencia de aprendizaje. Estas aplicaciones serán usadas en este curso, e incluidas en el presupuesto del proyecto, pero no se solicitará valor de cofinanciación, pues se cuenta con ellas y serán puestas a disposición de cada beneficiario, como valor agregado de la formación.

El material incluye recursos didácticos que se utilizarán como apoyo en el proceso de aprendizaje: se entregarán recursos de apoyo virtual que constarán de fundamentación teórica requerida para cada temática, artículos, ensayos relacionados con la temática, incluye también videos de apoyo, talleres y casos de estudio, junto al material del docente.

(TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN TIC). Se dispondrá de un sitio web (aula virtual) en la aplicación CLASSROOM de Google que permite apoyar tanto a los profesores, como a los estudiantes, en el desarrollo de sus clases y facilita el acceso al material de cada curso, tareas, bibliografía especializada, presentaciones, documentos, plantillas, actas, etc. Se contará con la plataforma TIC con información en repositorios en la nube, con acceso a simuladores y evaluación por cada unidad temática, con acceso a todo el material, talleres y ejercicios. Esta tecnología TIC, facilita el uso del material, la interacción y consultas con el docente, lo cual permite que los beneficiarlos tengan acceso a la información requerida para el desarrollo de la acción de formación; así mismo permite entregar, acompañar, apoyar y evaluar el proceso de aprendizaje de cada beneficiario

La interventoría valido la entrega del material de formación de acuerdo al proyecto aprobado a los beneficiarios asistentes con código QR el cual enviaba el link para descargar.

4. CONDICIONES DEL AMBIENTE DE FORMACIÓN

4.1. Componente presencial

En la visita se evidenció que las condiciones físicas del espacio donde se llevó a cabo la sesión académica son adecuadas, toda vez que el salón es amplio, cuenta con buena iluminación y ventilación, tiene sillas cómodas y mesas para apoyo. Cuenta con equipos electrónicos para la proyección de las diapositivas, computador y sonido.

El ambiente de formación es apto para desarrollar la capacitación, toda vez que tiene las características propias para ofrecer a los beneficiarios las sesiones académicas sin ruidos, ni interrupciones.

Durante la visita se evidenció lo siguiente:

4.1.1. **Ayudas y equipos para la formación:** Los recursos tecnológicos utilizados para la ejecución de la acción de formación son Video Bean, computador y sonido.

4.1.2. **Aulas, salones y auditorios:** La capacitación se llevó a cabo en Unidades Tecnológicas de Santander UTS Av. los Estudiantes # 9-82, Bucaramanga, el día 14 de noviembre de 2024 en el horario de 9:00 am a 12:00 m., el cual posee las características exigidas como la facilidad de acceso, iluminación, buena ventilación y con suficiente espacio para realizar las diferentes actividades propuestas por el capacitador.

4.2. Componente PAT

La Interventoría verificó el tiempo de respuesta al momento de bloguearse y enlazarse a la sesión a través de La plataforma streamyard y se transmitió por YouTube, carga de la aplicación, recursos digitales, archivos y contenidos y descarga y consulta desde la plataforma del material, contenidos o elementos compartidos por los capacitadores.

La posibilidad de integración con diferentes infraestructuras informáticas o sistemas operativos y navegadores web se validó ingresando desde un ordenador a través de Chrome, Safari y FireFox y desde un dispositivo móvil a través de Chrome. La plataforma es compatible entonces con más de un sistema operativo y pudo ser visibilizada y ejecutada desde los navegadores mencionados.

5. SEGUIMIENTO ACADÉMICO

Enfoque de la acción de formación: La visita se centró en verificar la sesión académica de la acción formativa **AF5 Green marketing responsabilidad ambiental** durante la sesión, se exploraron los principios de la unidad UT1 Green marketing responsabilidad ambiental, realizada el día 14 de noviembre de 2024, de 9:00 am a 12:00 m.

La AF5 tiene enfoque formación en el trabajo, la cual está dirigida a trabajadores de niveles ocupacionales como Gerentes, directores de marketing, producción, compras y

aprovisionamiento, logística, humana, calidad, roles y equipos, entre otras, personal de secretarías de medio ambiente departamentales y de ciudad: directores, ingenieros, personal de control a empresas, docentes en temas de marketing y cambio organizacional.

La acción de formación: **GREEN MARKETING - RESPONSABILIDAD AMBIENTAL**, es un Foro que tiene como propósito formar competencias lograr la sensibilización y mayor convicción de los asistentes acerca de las realidades y tendencias para mitigar y enfrentar el daño colectivo al medio ambiente, de acuerdo con el diagnóstico de necesidades, se determinó la urgencia de generar capacidades que permitan abordar los desafíos del cambio climático y promover el desarrollo sostenible. Facultar al participante en la apropiación conceptual, metodológica y especialmente prácticas necesarias para mejorar el ejercicio de la responsabilidad ambiental de empresa liderazgo y de su relacionamiento amigable con sus entornos. Para mejorar e incorporar herramientas y aprendizajes que impacten positivamente a las organizaciones y sus formas de interactuar, y la de sus miembros en sus iniciativas de marketing, productos, servicios y formas de hacerlo, con conciencia ambiental.

6. HALLAZGOS

No se evidenciaron desviaciones por parte de la interventoría que requerían ser abordadas como hallazgos.

7. RECOMENDACIONES

La Herramienta de Conexión que proporcionaron para la visita virtual tuvo problemas de audio y conexión, para próximos encuentros la recomendación es cambiar de plataforma como meet o zoom, dado que YouTube no es una buena plataforma para transmitir

8. CONCLUSIONES

- la plataforma virtual conforme lo descrito en el proyecto aprobado.
- El docente asociado a la acción de formación y unidad temática visitada es el aprobado por la Interventoría y coincide con el registrado en el cronograma aprobado.
- Los contenidos académicos dispuestos en la plataforma corresponden a los establecidos en el proyecto aprobado

9. REGISTRO VISUAL

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

Componente presencial

Fachada del lugar donde se ejecuta la acción de formación




Capacitadores





Carné y cédula de los capacitadores



Luis Fernando Prada Cobos C.C. 91.225.334



York Rossler PAS CG6P956N4

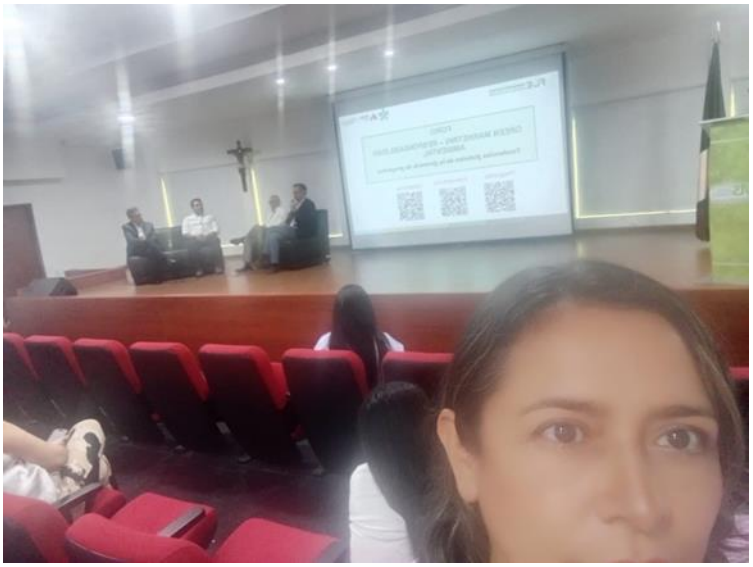


Hecney Alexcevith Acosta Sánchez C.C. 91.480.167



Luis Eduardo Sepúlveda Ibarbuen C.C. 19.354.997

El interventor con los capacitadores y el grupo visitado

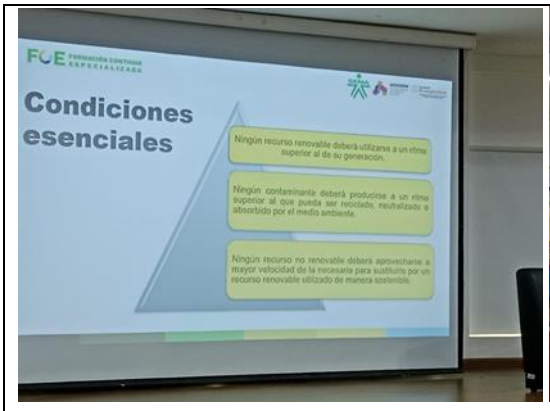




Unidad temática desarrollada en la sesión













Beneficiarios asistentes presencial a la acción de formación





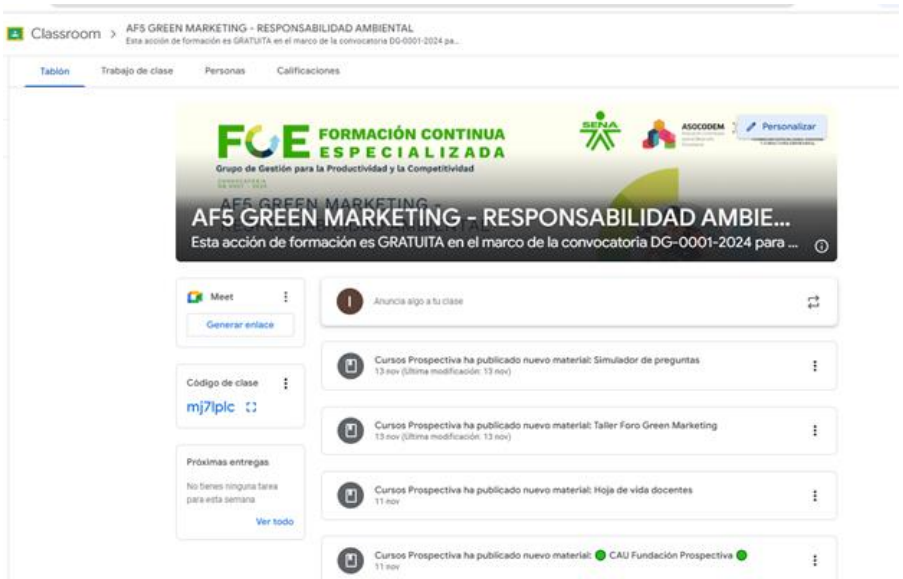
Beneficiarios asistentes virtual a la acción de formación a través de youtube

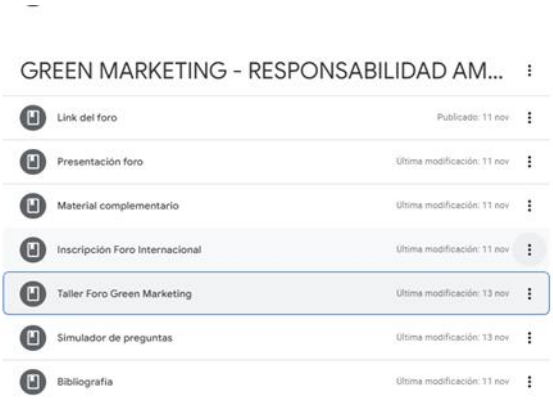

YouTube CO
Marketing green asocodem
FORO INTERNACIONAL
GREEN MARKETING Y
RESPONSABILIDAD AMBIETAAL


FORO INTERNACIONAL GREEN MARKETING - RESPONSABILIDAD AMBIENTAL
EN VIVO 2:06:29
CAMARA
MASTER
Audio
CAMARA



Material de formación




GREEN MARKETING - RESPONSABILIDAD AM...
Link del foro
Publicado: 11 nov
Presentación foro
Última modificación: 11 nov
Material complementario
Última modificación: 11 nov
Inscripción Foro Internacional
Última modificación: 11 nov
Taller Foro Green Marketing
Última modificación: 13 nov
Simulador de preguntas
Última modificación: 13 nov
Bibliografia
Última modificación: 11 nov


FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA
FORO
GREEN MARKETING – RESPONSABILIDAD AMBIENTAL.
Tendencias globales de la gerencia de proyectos


FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA
PhD. York Roessler
Accredited Kanban Trainer (AKT), Project Management Professional (PMP), Scrum Master
Trainer, coach e instructor para prácticas ágiles, magister y doctor en administración de empresas de la Universidad de Núremberg, un posgrado en Advanced Project Management de la Stanford University y dos especializaciones de la American University, Washington, D.C. Tiene certificación como/en Accredited Kanban Trainer (AKT), Kanban Management Professional (KMP), Team Kanban Practitioner (TKP), Scrum Master, Scrum Product Owner, Project Management Professional (PMP), Risk Management Professional (PMI-RPM), PRINCE2 Practitioner, Management 3.0 y Scrum@Scale Practitioner.
Kanban University
EGERIA CONSULTING
Aparte de haber entrenado miles de participantes de sus cursos también ha consultado a empresas en Estados Unidos, Europa y America Latina en las siguientes industrias: Desarrollo de software, bancos, oil & gas, automotriz, ingeniería y el sector público. Su enfoque esta en dar habilidades a sus clientes para que a través de ellas agilicen su negocio (Business Agility) y creen entornos en donde los empleados amen su trabajo. Es apasionado de las metodologías modernas del management y se esfuerza constantemente en ampliar sus conocimientos.

FCE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA



Green Marketing

FCE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA

El marketing verde, marketing ambiental o eco-marketing:

- Estrategias de marketing que promueven productos o servicios que son respetuosos con el medio ambiente.
- M. Verde Destaca las prácticas sostenibles de una empresa.
- El marketing verde busca atraer a consumidores conscientes del medio ambiente y promover un consumo más sostenible


FCE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA
SENA
ASOCODEM
Fundación Prospectiva
PRODUCTOS
•Materiales verdes a usar
•Producción verde o sustentable
•Empaques verdes
•Proveedores verde
PRECIO
•Reducir el precio para estandarizar al mercado
•Sobresaltar los valores agregados de ser verde
• Buscar ahorro para los consumidores
Green
Marketing Mix
PROMOCIÓN
•Publicidad Verde
•Relaciones públicas
•Venta directa al consumidor
•Promociones para el consumidor
PLAZA
•Que se ubiquen en donde van
•Que sea fácil encontrarlos
•Canal de distribución adecuado también verde


FCE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA
SENA
ASOCODEM
Fundación Prospectiva
Green
Project Management
iPMOGuide.com

Material complementario







1.2. Green marketing

Kotler y Keller (2012) afirman que el GM es una evolución del *marketing social*, ya que se sitúa como intermediario entre los intereses individuales y el interés público, y según Kharde (2016) se inserta dentro del *marketing* orientado a satisfacer las necesidades de los consumidores de manera rentable, pero hacia un sentido de sostenibilidad.

Dias (2008) señala que el GM es un término que se remonta a 1975 con temas de sostenibilidad expuestos en la conferencia impartida por la *American Marketing Association* (AMA). El GM es explicado por Santesmases (citado en Salas Canales, 2018) como la comercialización de productos elaborados con material reciclado, amigables con el medio ambiente y que contaminen poco. Para lograrlo, Shrikanth y Raju (2012) plantean que esto implica desarrollar productos de buena calidad, que satisfagan las necesidades y los deseos de los consumidores, pero de una manera amigable con el medio ambiente.

Imagen institucional SENA



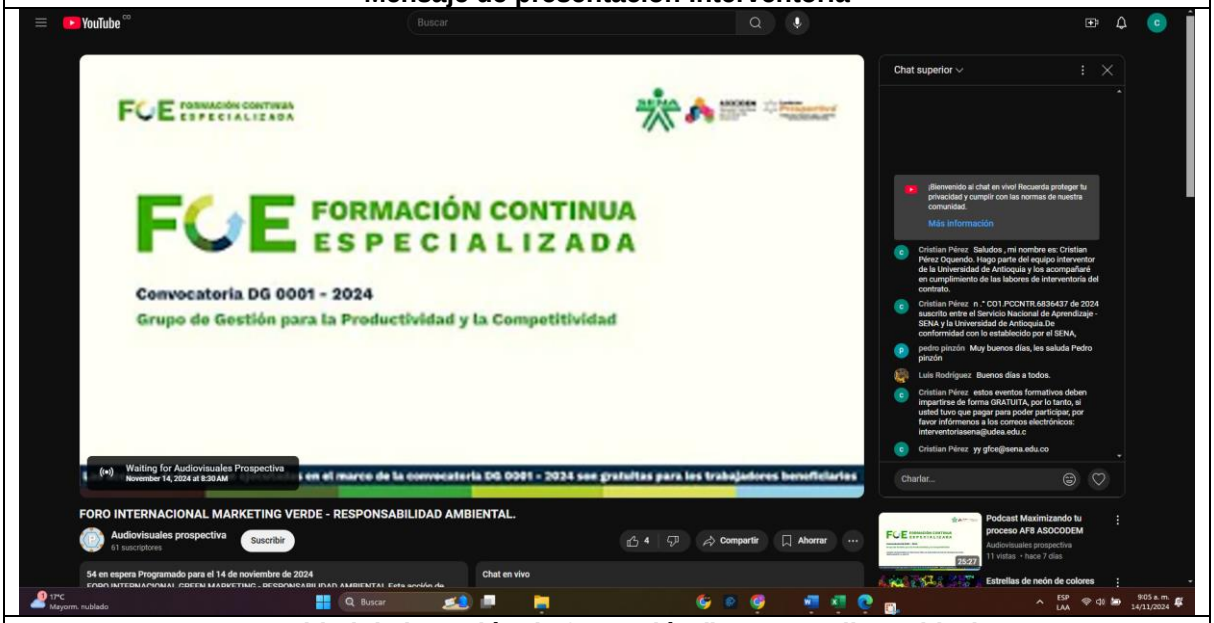
Ayudas y equipos



Espacio de formación (salón, sillas, etc.)


Componente PAT

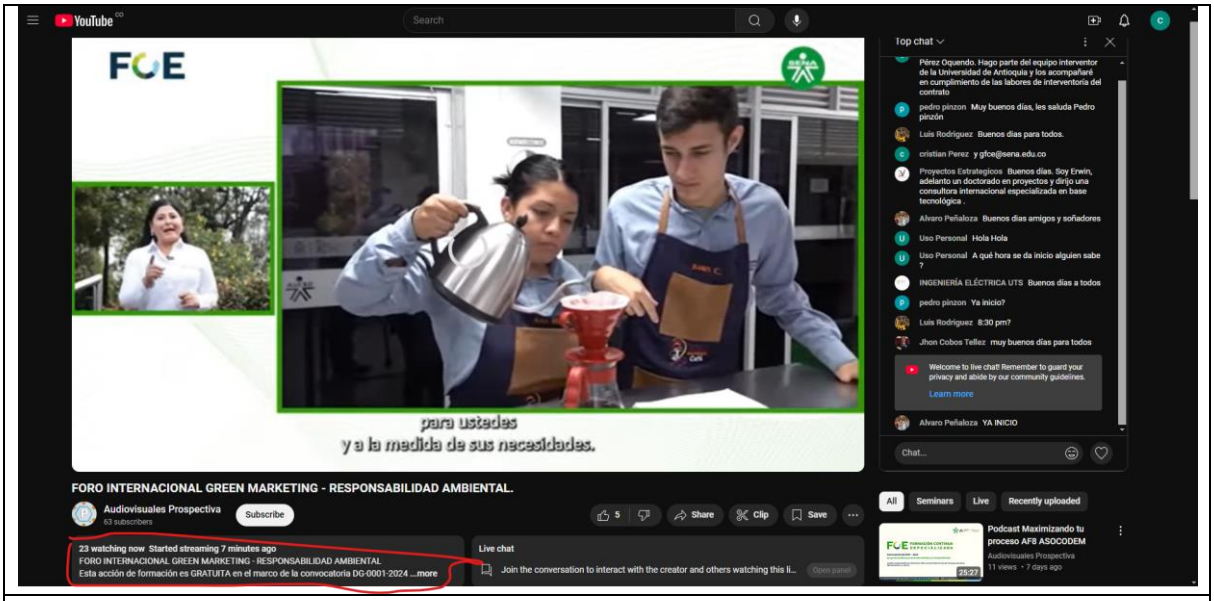
Mensaje de presentación Interventoría



Gratuidad de la acción de formación (imagen o diapositiva)



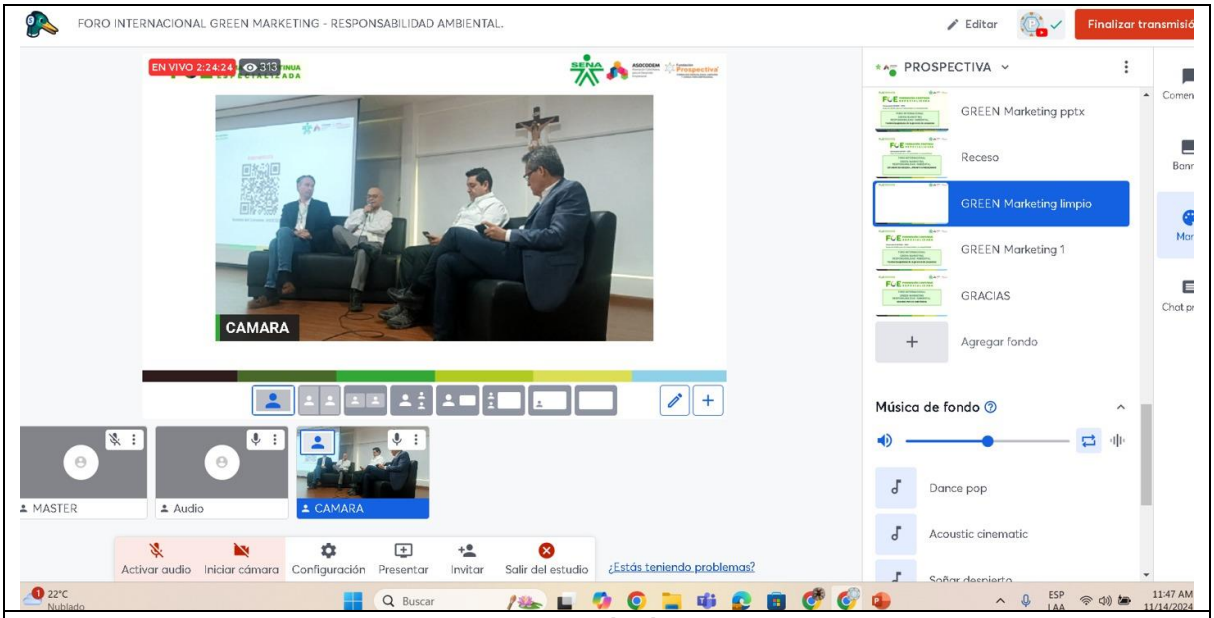
Beneficiarios que participan en la acción de formación (inicio)



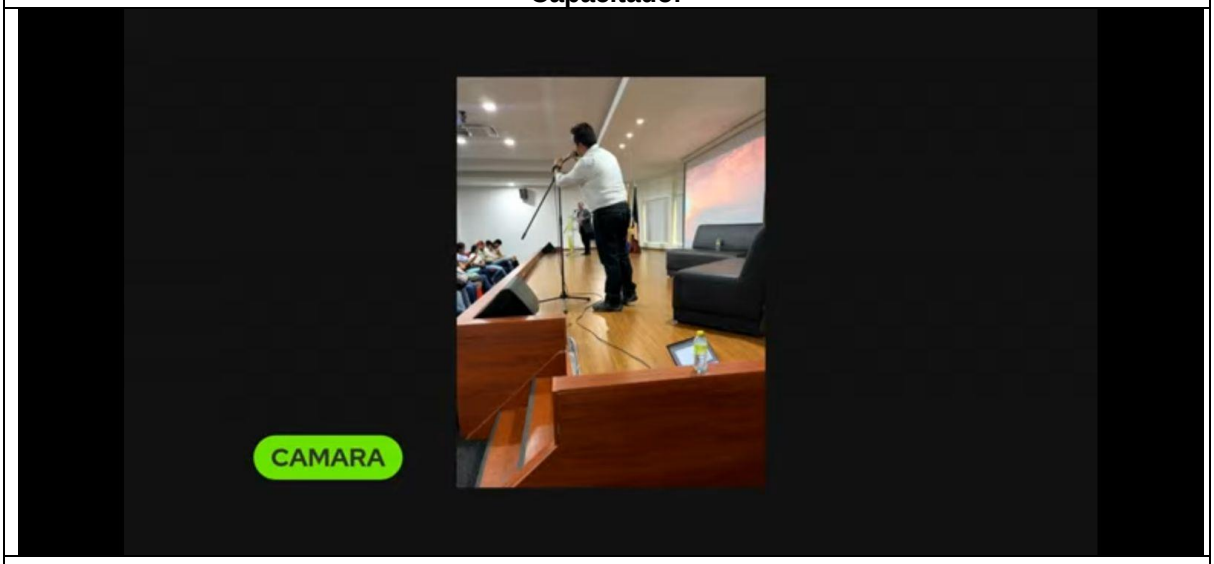
Beneficiarios que participan en la acción de formación (desarrollo)



Beneficiarios que participan en la acción de formación (cierre)



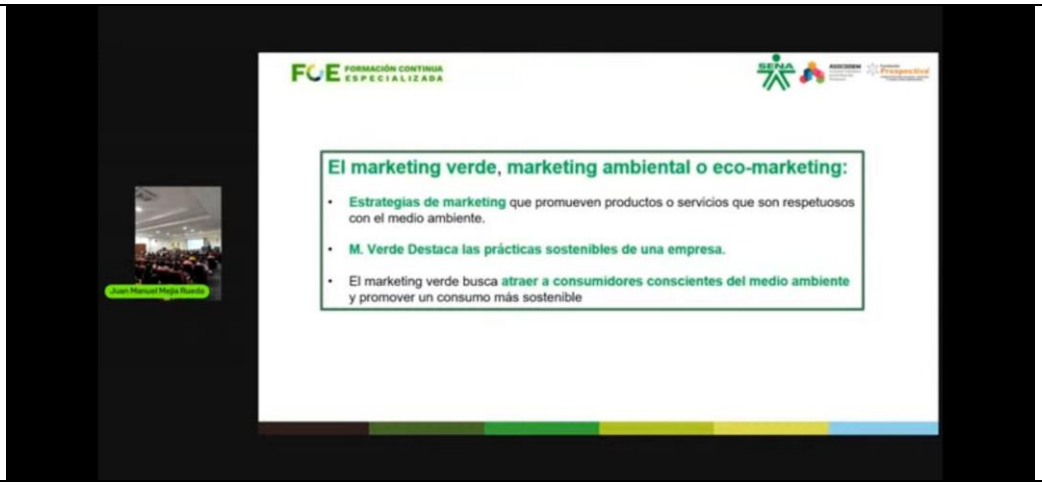
Capacitador



Carné y cédula del capacitador



Unidad temática desarrollada en la sesión




FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA
Marketing social y verde
Innovación social
Marketing mix
PRODUCTOS
PRECIO
PROMOCIÓN
PLAZA
Green
Marketing Mix
Marketing estratégico
Marketing operativo
Marketing digital
Posicionamiento
Plan estratégico de marketing
Investigación de mercados
Segmentación del mercado
Desarrollo de productos
Canales de distribución
Mercado objetivo
Modelos de negocios verdes
Negocios verdes


25 estándares para la gerencia de proyectos del PMI®
• 185 países
• 2 millones de gerentes de proyectos
2021 7ª Edición PMBOK
2017 6ª Edición PMBok
2013 5ª Edición PMBok
2008 4ª Edición PMBok
2004 3ª Edición PMBok
1996/2000 2ª Edición PMBok
1987 1ª Edición PMBok
1969 Nace PMI
Project Management Institute.
ATP: Authorized Trainer Partner.
Project Management Profesional
PMI-ACP®, PMI- PBA®, PgMP®, PfMP®,
PMI-SP®, PMI-CP®
PMI®, PMP®, PMBOK® son marcas registradas del Project Management Institute

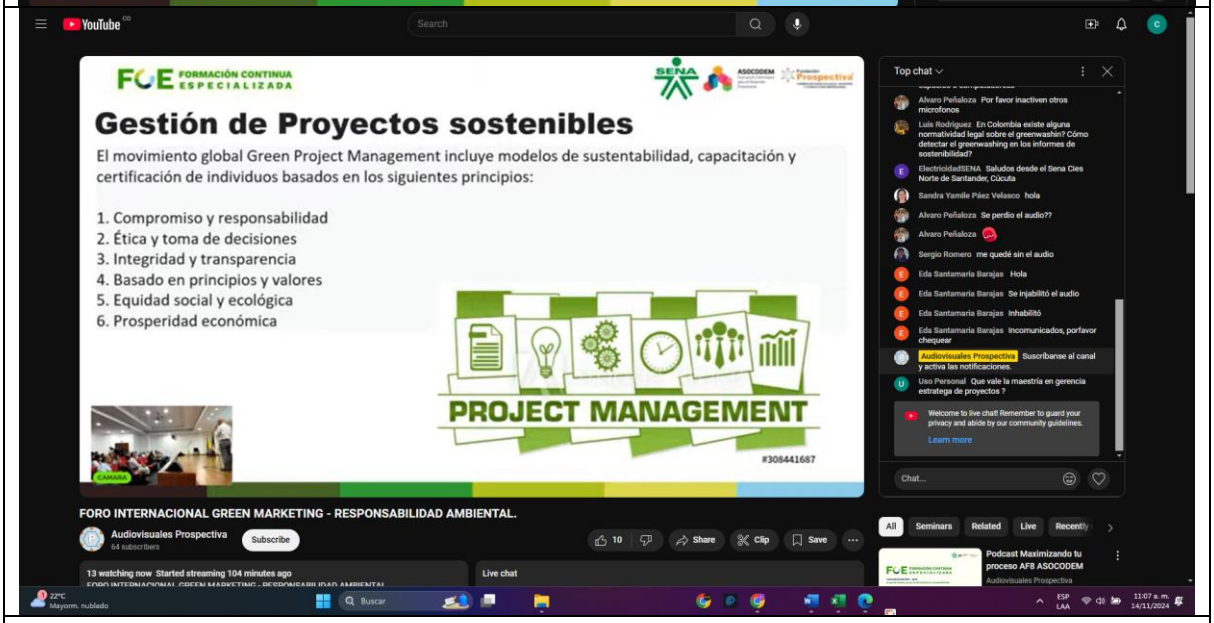

FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA
ESTÁNDARES DEL PMI®
2017
2021
AGILE PRACTICE GUIDE
PMBOK GUIDE
PMBOK GUIDE
PROGRAM MANAGEMENT
PORTFOLIO MANAGEMENT
BUSINESS ANALYSIS
OPM
RISK MANAGEMENT
EARNED VALUE MANAGEMENT





Interacciones en el chat por parte de los participantes

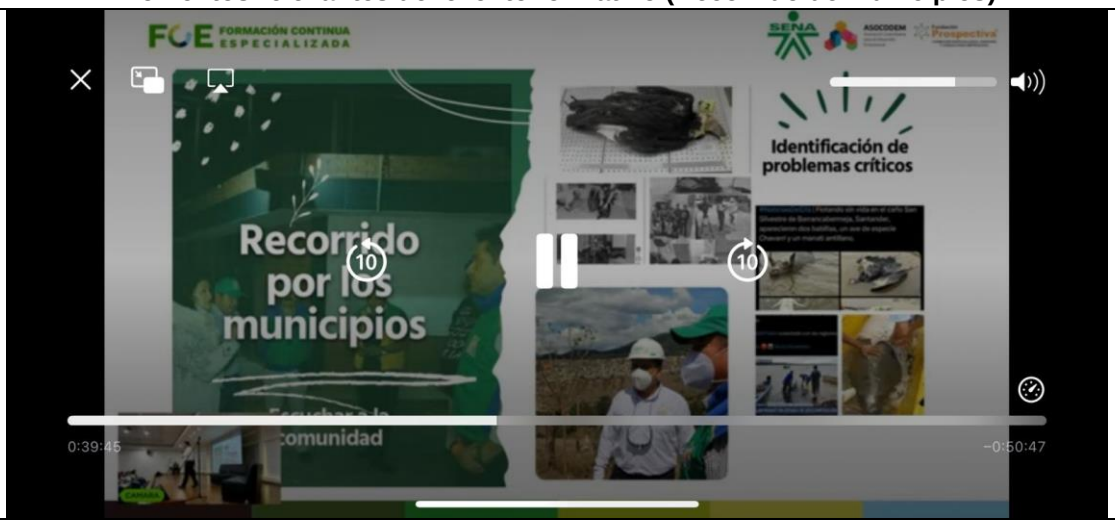




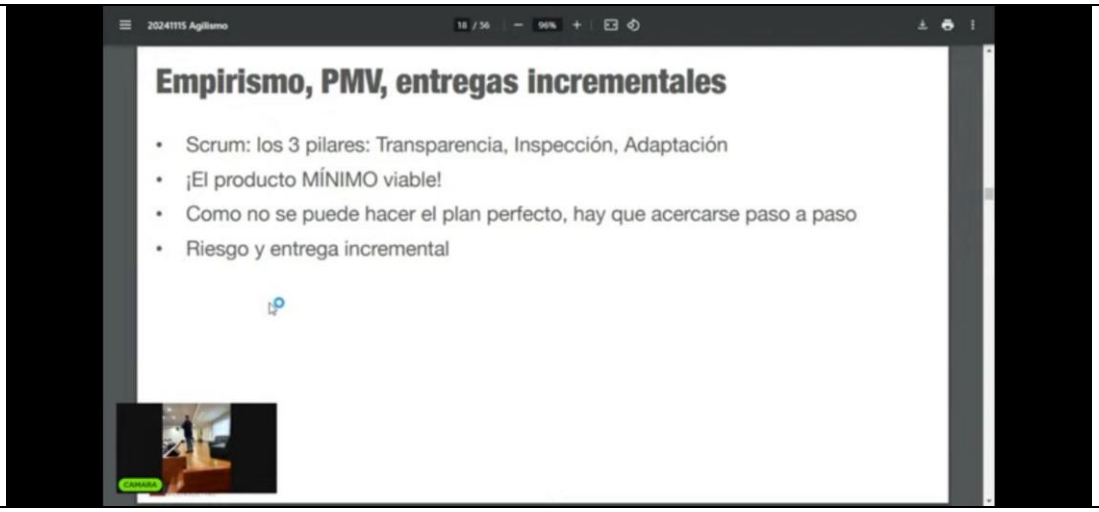
Momentos relevantes del evento formativo (Complejidad de la función publica)



Momentos relevantes del evento formativo (Recorrido de municipios)



Momentos relevantes del evento formativo (Capacitador Internacional York)



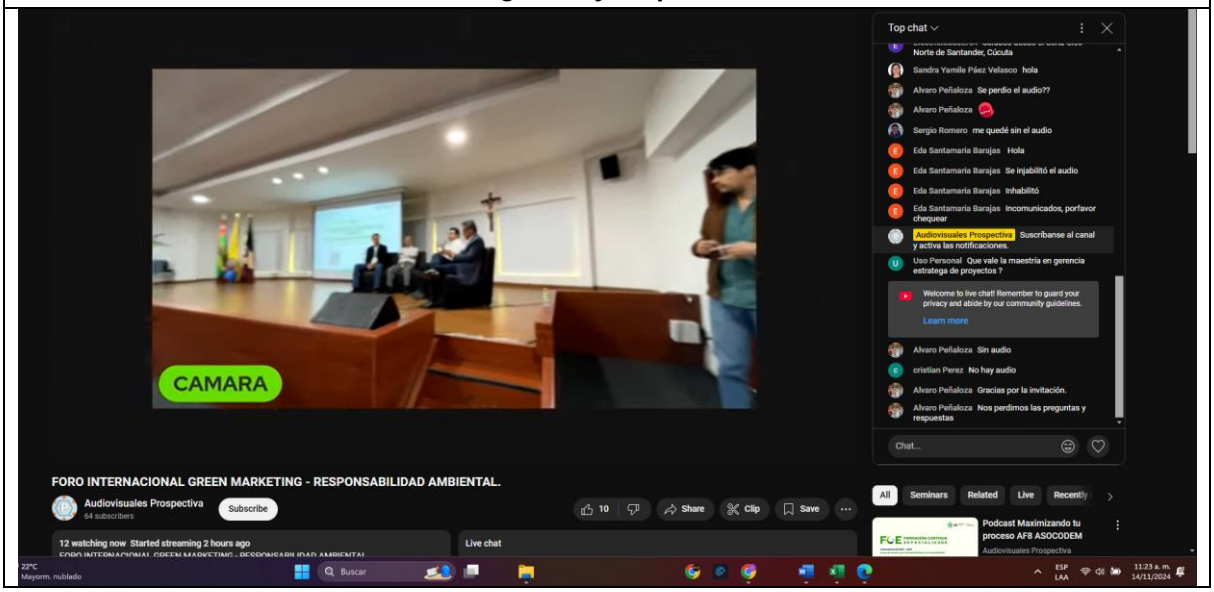
Momentos relevantes del evento formativo (Soluciones Innovadoras)



Momentos relevantes del evento formativo (El Agilismo)



Preguntas y respuestas



10. CONCEPTO ACÁDEMICO

Desde una perspectiva pedagógica y académica, la acción de formación de la unidad temática *UT1 GREEN MARKETING - RESPONSABILIDAD AMBIENTAL* fue evaluada positivamente en cuanto a su ejecución. Durante la visita de campo y virtual, se verificó que la sesión cumplió con los objetivos establecidos en el cronograma, con un enfoque teórico-práctico adecuado y una metodología participativa. Los capacitadores, Luis Fernando Prada Cobos, York Rossler, Hecney Alexcevith Acosta Sánchez y Luis Eduardo Sepúlveda Ibarbuen, demostraron un dominio profundo del tema y un estilo versátil que facilitó la participación de los beneficiarios, permitiendo un entorno de aprendizaje enriquecedor y alineado con los requerimientos del proyecto aprobado.

Los recursos y el ambiente formativo fueron igualmente satisfactorios. Se utilizaron materiales didácticos relevantes y de calidad, como aplicaciones multimedia interactivas, que apoyaron el proceso de enseñanza y facilitaron la consolidación de conceptos clave. Estos materiales, actualizados y coherentes con la temática, permitieron una representación clara de contenidos complejos, lo que propició un aprendizaje significativo y aplicable al contexto de los participantes. Además, se observó el cumplimiento de los estándares institucionales del SENA, incluida la adecuada visualización de la imagen institucional y la promoción de la gratuidad del curso, asegurando así la transparencia de la formación.

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

SANDRA YAMILE PAEZ VELASCO
Interventor Líder
Proyecto Interventoría SENA
Universidad de Antioquia

Copia: Dra. Rusby Cecilia Vargas Almeida – Coordinadora del Grupo de Gestión para la Productividad y Competitividad

Proyectó: Sandra Yamile Paez Velasco Interventora
Revisó: Martha Álvarez – Coordinadora académica