



MEMORIA ACADÉMICA Y CIENTÍFICA: GERENCIA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Esp. Javier Mazzey

Ingeniero Mecánico, (ULA)

Especialista en gerencia de Empresas, (UVM)

Profesor de la Universidad Valle del Momboy (Valera - Venezuela)

E-mail: mazzeyj@uvm.edu.ve

MSc. Marilyn Briceño

Ingeniera de Sistemas, (ULA).

Licenciada en Administración de Empresas (UVM)

Magister Scientiarum en Docencia para la Educación Superior (UNERMB).

Profesora de la Universidad Valle del Momboy (Valera - Venezuela)

E-mail: bricenom@uvm.edu.ve

Ing. Yumary Valecillos

Ingeniero Químico, (ULA).

Profesora de la Universidad Valle del Momboy (Valera - Venezuela)

E-mail: valecillosy@uvm.edu.ve

RESUMEN

El presente artículo tuvo como propósito caracterizar las actividades para el aprendizaje vivencial aplicadas durante el periodo académico 2021A, en la Facultad de Ingeniería de la Universidad Valle del Momboy enmarcados en el proyecto Gerencia Socialmente Responsable, considerado el estudio de tipo descriptivo, bajo los postulados de Guedez, (2006), Valenzuela, (2005) y Chiavenato (2009), cuya sustentación dio lugar a la propuesta de proyectos en diversas asignaturas de la malla curricular de las carreras de ingeniería industrial y de computación, destacándose en los resultados la percepción de los estudiantes de la Facultad respecto a los servicios brindados por la Universidad Valle del Momboy, cuyos indicadores relacionados con servicios de tecnología, integrales, de comunicación institucional y aspectos relacionados con la docencia, en función de los contenidos adaptados a la realidad su contribución al perfil profesional, los consensos y retroalimentación en las evaluaciones, trato y apoyo del docente en su labor, concluyendo que en todos indicadores se reflejó como buena la percepción por parte de los estudiantes. Así mismo, se generaron propuestas de responsabilidad social, atendiendo las necesidades del personal, con iniciativas de motivación, fortalecimiento del clima organizacional, fomento de valores institucionales aunado a propuesta para la conservación y mejoramiento del medio ambiente.

Palabras clave: Aprendizaje por Proyectos, Gerencia, Responsabilidad social.

ABSTRACT

The purpose of this article was to characterize the activities for experiential learning applied during the academic period 2021A, in the Faculty of Engineering of the Universidad Valle del Momboy framed in the Socially Responsible Management project, considered a descriptive study, under the postulates of Guedez, (2006), Valenzuela, (2005) and Chiavenato (2009), whose support gave rise to the proposal of projects in various subjects of the curricular network of industrial and computer engineering careers, highlighting in the results the perception of Faculty students regarding the services provided by the Momboy Valley University, whose indicators related to technology, comprehensive, institutional communication services and aspects related to teaching, depending on the content adapted to reality, their contribution to the profile professional, consensus and feedback in evaluations, treatment and support of the teacher in their work, concluding that in all indicators the perception by the students was reflected as good. Likewise, proposals for social responsibility were generated, meeting the needs of the staff, with motivational initiatives, strengthening the organizational climate, fostering institutional values coupled with a proposal for the conservation and improvement of the environment

Keywords: Project Learning, Management, Social Responsibility.

GERENCIA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Esp. Javier Mazzey,
MSc. Marilyn Briceño,
Ing. Yumary Valecillos.

Fundamentación.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (1998), expone la labor de las universidades de proporcionar una educación útil a la sociedad, favoreciendo tanto a la creación como la difusión del saber, permitiendo que el conocimiento esté al alcance de la sociedad, para ello las instituciones de educación universitaria se fundamentada en tres funciones tradicionales, docencia, investigación y extensión, debiendo existir una congruencia entre las actividades desarrolladas en cada una de ellas con el propósito de generar aportes significativos al desarrollo sustentable.

Esta concepción, esboza elementos de compromiso social ante los actores universitarios y la comunidad donde se encuentran inmersas las universidades, y si bien, se ha intentado estrechar el vínculo universidad-sociedad, se requiere incluir en este esfuerzo, una actividad indispensable en toda organización como lo es su gestión, así lo presenta la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura en la Declaración Mundial de Educación Superior (1998) al exponer que los establecimientos de enseñanza superior deberían adoptar prácticas de gestión con una perspectiva de futuro que responda a las necesidades de sus entornos, siendo el objetivo el cumplimiento óptimo de la

misión institucional asegurando una enseñanza, formación e investigación de gran calidad, y prestando servicios a la comunidad mediante una dirección que combine la visión social, incluida la comprensión de los problemas mundiales, con competencias de gestión eficaces.

En este sentido, se enmarca la responsabilidad social universitaria, describiéndola como la capacidad que tiene la universidad de difundir, haciendo prácticos un conjunto de principios y valores por medio de sus funciones básicas, respondiendo socialmente ante la comunidad universitaria así como a su entorno. Bajo estas perspectivas, los docentes como gestores de sus funciones universitarias y con la implicación, que estos tienen como transmisores de conocimientos y formadores de valores éticos, deben orientarse a generar acciones en la conducción de planes que respondan socialmente en la búsqueda de satisfacer necesidades puntuales de la comunidad universitaria y de la sociedad en general.

Justificación del Proyecto

Para ejercer la responsabilidad social universitaria desde la perspectiva docente, se requiere del amalgamamiento de las funciones universitarias, con miras al desarrollo integral de la universidad con su entorno en el marco del compromiso ante la sociedad, tal concepción se propone abordarla mediante la actuación de los docentes universitarios como gerentes inclinados a incorporar en su gestión, actividades que contribuyan al desarrollo de proyectos enmarcados en la

responsabilidad social, definiendo sus funciones universitarias a dar respuestas a los componentes de responsabilidad social y a los fines a los cuales se orientan sus acciones socialmente responsables.

Se busca entonces que, el docente desempeñe un rol protagónico con la puesta en práctica de los acciones incorporando la labor cooperativa entre los mismos docentes, con la perspectiva de la multidisciplinariedad e interdisciplinariedad y el compromiso social, los docentes procuraran organizar actividades que vinculen a estudiantes en acciones e iniciativas orientados a contribuir a la transformación de la realidad, en acuerdo con los actores significativos de su entorno, es decir, organizar iniciativas con la participación de toda la comunidad universitaria que permita el aprendizaje con la aplicación de los contenidos de las materias en situaciones reales al servicio de las personas.

Aprendizaje por Proyectos

En consideración de las ideas señaladas anteriormente en esta propuesta, se visualiza al docente como gerente social. Tal situación aparece como una oportunidad para que el docente, aumente la eficiencia y el impacto en los contenidos programáticos de las distintas asignaturas correspondientes a diferentes áreas de conocimientos, que en conjunto aportan el sentido multidisciplinario de la responsabilidad social, integrando las funciones universitarias al contexto o realidad, con la finalidad de sensibilizar a los

estudiantes respecto a su entorno social, desde la docencia, promoviéndola con la extensión y creándola desde la investigación.

La educación, tal como explica Guédez, V (2006:59), “es recuperación y aprendizaje de lo ocurrido, es sensibilización y vitalización del presente y finalmente es anticipación y conquista del futuro”, estas ideas indican, que en la educación, se ha ido perfilado la ampliación del potencial del ser humano convirtiéndola en la fuerza más dinámica de la sociedad, señala el autor, donde deja de ser educación destinada a formar empleados y pasa a ser formadora de empleables con perspectivas integradas que contemplan distintos enfoques del conocimiento científico y del conocimiento cotidiano en su afán por comprender la realidad. En tal sentido, esta propuesta, basa su razón de ser, en dos nociones mencionadas anteriormente; y que se describirán brevemente a continuación: El docente como gerente de aula y la responsabilidad social universitaria.

Nociones de la Responsabilidad Social Universitaria.

La Responsabilidad Social en las Instituciones de Educación Universitaria debe ser entendida y del mismo modo asumida como un elemento esencial, competente a todas las instancias, los cuales deben ponerse en disposición de servicio para establecer coherencia institucional en acciones respondientes al entorno de la sociedad, es decir, unificar esfuerzos organizados para proporcionar una educación útil a la sociedad. En este orden de ideas, se parte de la generación de un ambiente adecuado que posibilite el bienestar aunado al

desarrollo humano individual y social de todas las personas que hacen parte de la Comunidad Universitaria: estudiantes, docentes, personal administrativo, directivo así como el desarrollo humano sustentable de la sociedad en pleno.

Aspectos considerados para abordar los proyectos.

Entre estos aspectos se consideran tanto los componentes de la responsabilidad social, como los fines de la misma, descritos a continuación:

Componentes de responsabilidad social

Es importante destacar entonces, cómo está integrada la responsabilidad social dentro de las empresas, para ello se presenta a continuación la descripción de sus componentes desde la perspectiva de Valenzuela, L (2005:294).

Los Propietarios

El ejecutivo de empresa es un empleado de los propietarios de empresa, con quienes tiene directa responsabilidad, estos han de conducirla según los deseos de aquellos, en un marco legal y ético. Bajo esta perspectiva aparece la figura del gerente como agente que incide poderosamente en la solución de problemas sociales tanto dentro de las organizaciones como fuera de ellas. Así mismo, el autor expresa que la primera preocupación de la gestión directiva ha de ser, el alcanzar resultados satisfactorios para los dueños de la empresa, pero esto no puede ser lo único, ni excluyente, igualmente se procura enmarcar el desarrollo de facetas como la incidencia de la gestión en indicadores de desarrollo social, o en la situación del medio ambiente o el nivel de vida de los mismos trabajadores.

Los empleados

Un segundo componente, está constituido por los empleados quienes conforman el área interna de la responsabilidad social y representan el motor de una filosofía empresarial. Del mismo modo, Valenzuela, L (2005:261) explica que “los trabajadores conforman el llamado capital humano e intelectual de una empresa, entendido como el conjunto de conocimientos y capacidades que tiene la empresa y sus empleados”, entonces las empresas, además de desarrollar, el capital humano, deben: “atraerlo y mantenerlo, asunto que en parte se logra con las buenas condiciones laborales, con el apoyo a proyectos sociales, ayudando a los empleados a desarrollar nuevas capacidades, aumentando su motivación, fomentando la creatividad, incluye conceptos como calidad de empleo, aprendizaje permanente, la igualdad de oportunidades, las que se concretan en acciones como mecanismos para su inclusión en el mando de la empresa, la promoción de una sana alimentación, costumbres, el fomento del voluntariado corporativo además de aquellas actividades que tienden a la satisfacción de necesidades de los trabajadores, sin limitarse al contrato de trabajo”. (p. 261)

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, el componente empleados, figura como actor activo de la responsabilidad social, en un sentido dual, es decir, como beneficiario de la misma así como propiciador y ejecutor de las acciones emprendidas para lograr el bienestar. En este orden de ideas, Valenzuela, L (2005:352) manifiesta que los resultados de considerar las necesidades de

quienes laboran en las empresas se relaciona con “la valoración de la autoestima del trabajador así como el incremento del sentido de pertenencia con la empresa, de manera que los trabajadores también se preocupen buscando que los intereses y expectativas razonables de los dueños se alcancen”.

Para este proyecto, se considera el modelo de los dos factores, Herzberg, sostiene que distintos tipos de experiencias producen satisfacción e insatisfacción laboral, enfatiza, la motivación de las personas en el trabajo depende de dos factores íntimamente relacionados: factores de higiene y motivacionales. Los factores de higiene definidos como “condiciones de trabajo que rodean a la persona” (Chiavenato, 2009, p. 244), así mismo indica que los factores de higiene son: “calidad de la supervisión, salario, políticas de la compañía, condiciones físicas de trabajo, relaciones con los demás y seguridad laboral”.

Por otra parte, los factores motivacionales: son el “perfil del puesto y a las actividades relacionadas con él” (Chiavenato, 2009, p.245). Los mismos aumentan la productividad a niveles de excelencia y producen una satisfacción perdurable. Frente a este escenario, el proyecto busca precisamente, generar acciones que propicien en los empleados la motivación, la salud emocional, el aprendizaje a través de planes de capacitación, y las condiciones de seguridad laboral, que si bien, están establecidas en el LOPCYMAT, su cumplimiento va más allá de un requisito, figura como estímulo para el empleado para sentirse cómodo y cuidado en su ambiente de trabajo.

Medio Ambiente

En este aspecto, Valenzuela, L (2005:264) explica que una empresa comprometida socialmente será aquella que “reduzca el impacto sobre el medio ambiente, propicie disminución del consumo de los recursos o de los desechos y las emisiones contaminantes”. Entonces, una empresa comprometida socialmente, será aquella que “reduzca el impacto sobre el medio ambiente, propicie disminución del consumo de los recursos o de los desechos y las emisiones contaminantes”. En este contexto, este proyecto apuntará esfuerzos a la gestión y protección ambiental, no solo desde el punto de vista conservacionista sino desde una perspectiva de los conocimientos en normativas de calidad ambiental.

La sociedad

Seguidamente, se presenta como último componente a la sociedad, este elemento, según Valenzuela, L (2005:268) incluye “la comunidad cercana de la empresa, la ciudadana, los clientes, los competidores, el gobierno y los demás grupos de interés que en cualquier momento puedan verse afectados con las interacciones económicas o actuaciones de la empresa”. Una empresa socialmente responsable se identifica con el sentir de problemas básicos de la sociedad donde se encuentra inmersa, así como en prestar ayuda para resolverlos, acción que puede realizar de manera conjunta con el gobierno, requiriendo además para su cristalización la participación de los integrantes de la misma comunidad. Esta propuesta entonces, apunta a abordar este componente,

con un enfoque de actividades de servicio comunitario, el acercarse directamente a la sociedad, incluso, desde la investigación y extensión universitaria, brindar servicio a las personas, y con ello trascender de los muros de la universidad.

Actividades desarrolladas en el proyecto.

1- Estudio estadístico de la percepción de los estudiantes acerca de la calidad de los servicios de la UVM.

Propósito: Aplicar métodos estadísticos para realizar estimaciones de la opinión de los estudiantes a partir de datos muestrales, complementado con un análisis de correlación entre las opiniones y el trimestre cursado por los alumnos.

Materias: Estadística Descriptiva y Aplicada.

Acciones:

- ✓ Desarrollo colaborativo de la encuesta en Google Form y su aplicación a los estudiantes de las Facultades de Ingeniería y FACEAG.
- ✓ Realizar la tabulación de resultados.
- ✓ Cálculo e interpretación de los intervalos de confianza para las medias de cada uno de los servicios.
- ✓ Contraste de los resultados de los intervalos de confianza con pruebas de hipótesis.
- ✓ Análisis de correlación de la opinión de los alumnos y el trimestre cursado.

Resultados Obtenidos.

La encuesta tuvo como instrumento el formulario en línea con 21 ítems relacionados con los distintos servicios y cuyas opciones de respuesta fueron: Excelente (5), Bueno (4), Regular (3), Deficiente (2) y Pésimo (1) y se aplicó a 109 estudiantes, que representaron la muestra. El estudio consistió en calcular los intervalos de confianza del 95%, para estimar el promedio de las respuestas a nivel de toda la población estudiantil y contrastarla con una prueba de hipótesis, utilizando como hipótesis nula, la hipótesis a prueba, que la media de la población era igual a 4 es decir, a una percepción “buena” en el servicio. Los resultados se tabularon en la escala cuantitativa indicando lo siguiente:

Tabla 1. Servicio Aldea Tecnológica

Item	Estimación	Contraste de hipótesis $H_0: \mu=4$ (Bueno)
Correo Institucional.	$\bar{X}=4.44$ $4.32 < \mu < 4.55$	No se acepta H_0 , posiblemente tenga una tendencia que supera a buena la percepción.
Página Web.	$\bar{X}=4.05$ $3.90 < \mu < 4.19$	Se acepta H_0 , hay evidencia estadística para inferir la percepción de este servicio como bueno.
Atención del Ternanet.	$\bar{X}=4.20$ $4.07 < \mu < 4.21$	No se acepta H_0 , posiblemente tenga una tendencia que supera a buena la percepción.

Fuente: Los investigadores (2021)

Nota: Se presenta el intervalo de confianza calculado y su correspondiente contraste con la prueba de hipótesis.

Fuente: Estudiantes de Estadística Aplicada (2021).

En el servicio de aldea tecnológica, en dos de los ítems, no se aceptó la hipótesis nula, por lo tanto posiblemente esta tendencia supera la percepción “bueno” lo que coincide con lo que se expresaba los intervalos de confianza.

Tabla 2. Servicios Integrales.

Item	Estimación	Contraste de hipótesis $H_0: \mu=4$ (Bueno)
Condiciones de las aulas.	$\bar{X}=4.07$ $3.90 < \mu < 4.24$	Se acepta H_0 , hay evidencia estadística para inferir la percepción de este servicio como bueno.
Limpieza aéreas sanitarias.	$\bar{X}=4.11$ $3.93 < \mu < 4.30$	Se acepta H_0 , hay evidencia estadística para inferir la percepción de este servicio como bueno.
Espacios comunes.	$\bar{X}=4.23$ $4.08 < \mu < 4.40$	No se acepta H_0 , posiblemente tenga una tendencia que supera a buena la percepción.

Fuente: Los investigadores (2021)

Nota: Se presenta el intervalo de confianza calculado y su correspondiente contraste con la prueba de hipótesis.

Fuente: Estudiantes de Estadística Aplicada (2021).

Asimismo, respecto a los servicios integrales también hubo un ítem reaccionado con las condiciones de los espacios comunes, que tampoco aceptó la hipótesis de la percepción igual a “bueno”, lo que induce a plasmar una percepción sobre 4, más que buena reflejado en los intervalos de confianza a pesar de que actualmente los estudiantes no están asistiendo regularmente presencial, igualmente dieron su opinión. Por su parte, en el servicio de comunicación institucional, los ítems estuvieron valorados con una percepción de bueno, coincidiendo el resultado en ambos métodos, tal como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla 3. Comunicación Institucional.

Item	Estimación	Contraste de hipótesis H0: $\mu=4$ (Bueno)
Información en redes sociales.	$\bar{X}=4.13$ $3.95 < \mu < 4.31$	Se acepta H0, hay evidencia estadística para inferir la percepción de este servicio como bueno.
Respuesta en Redes sociales.	$\bar{X}=4.08$ $3.84 < \mu < 4.21$	Se acepta H0, hay evidencia estadística para inferir la percepción de este servicio como bueno.

Fuente: Los investigadores (2021)

Nota: Se presenta el intervalo de confianza calculado y su correspondiente contraste con la prueba de hipótesis.

Fuente: Estudiantes de Estadística Aplicada (2021).

Tabla 4. Docencia.

Item	Estimación	Contraste de hipótesis H0: $\mu=4$ (Bueno)
Asignaturas adaptadas a la realidad.	$\bar{X}=3.94$ $3.71 < \mu < 4.16$	Se acepta H0, hay evidencia estadística para inferir la percepción de este ítem como bueno.
Contenidos contribuyen al perfil profesional.	$\bar{X}=4.10$ $3.94 < \mu < 4.27$	Se acepta, hay evidencia estadística para inferir la percepción de este ítem como bueno.
Consenso de las evaluaciones.	$\bar{X}=3.95$ $3.73 < \mu < 4.27$	Se acepta H0, hay evidencia estadística para inferir la percepción de este ítem como bueno.
Trato amable del docente.	$\bar{X}=4.47$ $4.30 < \mu < 4.64$	No se acepta H0, posiblemente tenga una tendencia que supera a buena la percepción.
Apoyo del docente por Telegram.	$\bar{X}=4.18$ $3.96 < \mu < 4.40$	No se acepta H0, posiblemente tenga una tendencia que supera a buena la percepción.
Retroalimentación de las evaluaciones.	$\bar{X}=4.0$ $3.87 < \mu < 4.27$	Se acepta H0, hay evidencia estadística para inferir la percepción de este ítem como bueno.

Fuente: Los investigadores (2021)

Nota: Se presenta el intervalo de confianza calculado y su correspondiente contraste con la prueba de hipótesis.

Fuente: Estudiantes de Estadística Aplicada (2021).

Finalmente, en el servicio de docencia también se observaron algunos ítems que destacaron al rechazar la hipótesis nula del promedio igual a cuatro, los cuales fueron: el trato amable del docente y el apoyo del docente a través de Telegram, cuyos resultados al contrastarlos con los intervalos de confianza pueden concluirse como una percepción hacia la excelencia. Igualmente los estudiantes al final dieron sus recomendaciones de mejora y es importante destacar, que en el análisis de correlación lineal realizado para establecer la posible correlación entre las opiniones de los alumnos y el trimestre que cursan, no se evidenció que existía es una correlación entre esas variables.

2. Estrategias de Responsabilidad Social en la UVM.

Propósito: Proponer los planes de acción para las estrategias de RSE y ejecutar los objetivos a corto plazo.

Materia: Electiva. Responsabilidad Social Empresarial.

Acciones:

- ✓ Análisis FODA de la Universidad Valle del Momboy para la propuestas de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial contemplado sus fines.
- ✓ Diseño de planes de acción para las estrategias propuestas considerando los objetivos a corto, mediano y largo plazo, actividades, recursos y responsables.

Resultados Obtenidos.

Se desarrollaron análisis FODA que dieron lugar a la propuesta de estrategias enmarcadas en los fines de responsabilidad social, por ejemplo en relación a la conservación y mejoramiento del ambiente destaca las estrategias basadas en campañas de concientización del impacto ambiental y calentamiento global a través de redes sociales y otros medios virtuales. Respecto a la solución de problemas sociales, destaca la participación de la universidad en iniciativas de desarrollo sostenible así como el enfoque de investigación y desarrollo tecnológico para lograr impactos positivos en la sociedad. Por otro lado, relacionado con el la contribución de las políticas del Estado las propuestas se orientaron al cumplimiento de las normas de bioseguridad. Asimismo, en los relacionados con la satisfacción de las necesidades de los trabajadores, las estrategias se marcaron en la promoción del buen comportamiento ciudadano, así también la valoración del profesorado en su trabajo. Finalmente, en la satisfacción de las necesidades de los propietarios, se destacaron alianzas aseguramiento de las prácticas profesionales el posicionamiento y reputación de la universidad a través de acciones de desarrollo humano sustentable lo cual genera un prestigio académico.

En el mismo orden de ideas, se desarrollaron acciones, entre ellas se mencionan, la realización de cuatro Foro Chat, dirigidos hacia la comunidad universitaria en el marco de las estrategias propuestas, uno de ellos orientados a los objetivos del desarrollo humano sostenible, dos relacionados tanto con el

medio ambiente como con el calentamiento global y un foro chat relacionado con el buen comportamiento ciudadano. Estos Foros se realizaron a través de la plataforma Telegram y dispuestos para la participación de toda la comunidad universitaria, dando así cumplimiento a algunas acciones a corto plazo desarrolladas en este proyecto durante el período académico.



Figura 3. Flyer de los Foro Chat realizados. Fuente: Estudiantes de la Materia Responsabilidad Social Empresarial (2021)

3. Aplicación de Herramientas gerenciales de motivación al personal UVM (II etapa).

Propósito: Comprender y analizar las diferentes tendencias actuales de la gerencia moderna, y las diversas herramientas gerenciales de motivación disponibles para ser aplicadas en las organizaciones.

Materia: Gerencia Industrial.

Acciones:

- ✓ Generar propuestas de aplicación de herramientas gerenciales de motivación (Empowerment, coaching y mentoring) a diferentes departamentos, unidades y/o cuerpos directivos de la UVM que no fueron abordados en la primera etapa de la actividad.

Resultados Obtenidos.

Se presentaron propuestas de aplicación de herramientas gerenciales a unidades, departamentos o cuerpos directivos de la UVM entre los que destacan:

1. Empowerment al personal de la Dirección de Administración
2. Coaching a los docentes de la Facultad de Ingeniería
3. Empowerment a los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Gerenciales.
4. Coaching a los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Gerenciales.

4. Análisis de las causas y efectos del clima laboral en una unidad, departamento o cuerpo directivo de la UVM.

Propósito: Resaltar la importancia del clima laboral en una organización

Materia: Gerencia Industrial.

Materia: Motivación Organizacional.

Acciones:

- ✓ Se presentaron análisis de causas y efectos del clima laboral en unidades, departamentos y cuerpos directivos de la UVM.

Resultados Obtenidos.

5. Planes de compensación y motivación al personal UVM (Segunda etapa).

Propósito: Desarrollar diferentes planes de compensación y motivación al personal UVM basados en las teorías de motivación laboral

Materia: Administración de Recursos Humanos.

Acciones:

- ✓ Propuestas de diferentes planes de compensación y motivación al personal UVM en diferentes unidades, departamentos o cuerpos directivos que no fueron cubiertos en la primera fase de la actividad.

Resultados Obtenidos.

Se presentaron Planes de compensación y motivación en las siguientes unidades y departamentos de la UVM entre los que destacan:

1. Plan de compensación y motivación a los docentes de la Facultad de Ciencias Jurídicas, políticas y sociales basado en la teoría de Motivación de Herzberg.
2. Plan de compensación y motivación al personal de Aldea Tecnológica basado en la Teoría de Motivación de Maslow
3. Plan de compensación al personal de la Dirección de Administración basado en la Teoría de McClelland.

6. Campaña de Concientización “El Planeta Tierra es de Todos “dirigida al personal de la UVM.

Propósito: Realizar una propuesta apropiada dirigida al personal que labora en la universidad UVM acerca de la importancia de cuidar el medio ambiente y luego ejecutarla.

Materia: Gestión y Protección Ambiental

Actividades Desarrolladas

- Consultar las normativas y legislación en materia ambiental aplicadas a través de una propuesta, en beneficio de la campaña "El Planeta tierra es de todos “

- Diseño de planes de acción para las estrategias propuestas en el desarrollo de actividades.
- Diseño de Flyer para la publicidad
- Elaboración de video
- Presentación de Foro-Chat

Resultados obtenidos:

En esta sección de resultados se presentaron propuestas en esta primera fase, donde se exponen estrategias en detalle como lo son sus planes, sistemas de gestión ambiental y salvemos al planeta .En este sentido la información queda expuesta en la tabla N°.5

Tabla N°5. Estrategias para la primera fase

Propuesta	Estrategias
Plan de estrategias para incentivar e implementar la educación ambiental y el reciclaje en la universidad Valle del Momboy	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="620 529 1409 604">□ Desarrollar directrices y recomendaciones para llevar a cabo las actividades de conservación <li data-bbox="620 638 1409 747">□ Crear y promover una nueva cultura ética ambiental en la UVM, utilizando el método del reciclaje y difundirlas a la sociedad. <li data-bbox="620 814 1409 1176">□ Gestión de residuos generados: Es una de las principales estrategias aplicada en las Universidades, iniciado con la reducción y propiciando un buen ambiente para el reciclaje, ya que existe un sin número de problemas generados tales como la logística, la limpieza del material y los tratamientos. A raíz de ello se crea un programa especializado para el reciclaje de residuos sólidos asegurando residuos peligrosos, electrónicos, limpieza de desechos entre otros. <li data-bbox="620 1243 1409 1499">□ Limpieza verde: Incluir en el programa en su programa estrategias como la compra de productos de limpieza que cumplan Requisitos de sostenibilidad, compra de equipos que por ejemplo ahorre agua en Procesos de lavado y la capacitación constante a su personal de mantenimiento y limpieza. <li data-bbox="620 1566 1409 1896">□ Charlas y auditorías: Dónde el estudiante universitario recibirá las influencias externas de su entorno que le permiten hacer valoraciones, por lo que el profesor debe aprovechar el espacio de la clase y otros que se organicen al respecto para transmitir conocimientos, motivarlos, hacer reflexiones de esta realidad, y de esta manera instaurar patrones de conductas y modos de actuación.

Propuesta	Estrategias
Sistema de gestión ambiental para actividades y acciones que posibiliten, desde la universidad, el desarrollo de habilidades y capacidades para la conservación del medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Aplicar normativas y leyes ambientales como : <input type="checkbox"/> Ley de gestión integral de la basura, Ley orgánica del ambiente, Normas sobre calidad del aire y control de la contaminación atmosférica, etc . <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Conocer en profundidad las consecuencias ambientales de la actividad universitaria <input type="checkbox"/> Difundir la conciencia ambiental entre todos los miembros de la comunidad universitaria <input type="checkbox"/> Crear protocolos de actuación para solucionar o mejorar las actuaciones ambientales generadas en la universidad que fomente la calidad académica con respecto a este tema de interés. <input type="checkbox"/> Se determina una campaña y actividades de conciencia ambiental para la sede universitaria
Salvemos al planeta; El planeta es de todos y debemos cuidarlo.	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Proporcionar el conocimiento y las soluciones que sustenten la implementación de los ODS <input type="checkbox"/> Talleres de Capacitación, charlas que orienten a los trabajadores de la universidad en materia ambiental. <input type="checkbox"/> Foro –Chat para dar a conocer la campaña

Fuente: Los investigadores (2021)

Fase II. Campaña de Concientización “El Planeta Tierra es de Todos”:

Se realizó un Foro –chat donde se presentó la campaña, Incluye video, flayers.

Video: <https://youtu.be/wE37cWDJdHI>



Figura 4. Foro Chat Campaña de Concientización Fuente: Los investigadores (2021).

Trípticos



Figura 5. Trípticos Campaña de Concientización .Fuente: Los investigadores (2021)

Con esta campaña se busca concientizar a las personas a que aprendan a cuidar el medio ambiente, la misma se compartió por el grupo de trabajadores de la UVM y como Universidad este tema es de gran importancia en vista de la situación que se presenta a nivel mundial y que afecta a todos.

Reflexiones Finales

A partir de la aplicación de la aplicación del aprendizaje por proyectos, se logrado integrar el conocimiento generado a partir de los contenidos de las materias y el conocimiento a partir de la experiencia en la realización de actividades que contribuyen al logro en la atención de necesidades sociales vinculada con la satisfacción de las personas, desde el punto de vista de clientes como las relacionadas con los miembros de la organización.

En tal sentido, los resultados obtenidos, permiten concebir propuestas enmarcadas en la responsabilidad social contemplando los diferentes fines de la misma, así mismo, obtener planes de acción estableciendo objetivos a corto, mediano y largo plazo, dando a conocer tales resultados y con ello, promover las iniciativas de una gerencia universitaria socialmente responsable.

Referencias

- Chiavenato, I. (2009). Comportamiento Organizacional. Editorial McGraw Hill. Colombia.
- Guédez, V. (2006) Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial. Editorial Planeta Venezolana S.A. Caracas, Venezuela

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
Unesco. (1998) Declaración mundial de educación superior.
[Información en línea] [Consulta, Enero 2009].
- Valenzuela, L. (2005) Perspectivas de la responsabilidad social empresarial.
Editorial GáficasJes Ltda.