

LA EFICIENCIA DE LA CAPACITACIÓN COMO COMPONENTE DE LA EXTENSIÓN PARA LA VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD.

Autores: Licda. Maryuri Alexandra Zamora Cusme, Econ. Yesenia Aracely Zamora Cusme, M.V. Alex Roca Cedeño, Dr.C. Raul Guevara Viera, Dr.C. Arnaldo del Toro, Ing. Evelyn Estefania Villamar Cueva.

RESUMEN

El objetivo del trabajo fue evaluar con una herramienta de diagnóstico que emplea una secuencia de varias técnicas, la eficiencia de la capacitación de una supuesta organización universitaria dedicada a la educación continua como parte de su vinculación con la comunidad. Para realizar este trabajo se revisaron varios trabajos realizados para países de América latina en los que se presentan las limitaciones y potencialidades, así como las acciones de cambio propuestas por varias organizaciones de extensión universitarias y no-universitarias en la región y se asumió este análisis para una hipotética organización universitaria que tuviera en cuenta estos problemas para servir de escenario a la aplicación de una herramienta para evaluar la eficiencia de la misma en el componente capacitación para las comunidades del entorno cercano. Para traer algo más a la realidad particular de las partes de esa organización, se tuvo en cuenta la información real de informantes claves y documentación estadística e informacional de las áreas. El análisis de los factores fuerza del negocio y atractivo del mercado, vistos como limitaciones o potencialidades de la organización, indicó coincidencia en la situación con algunos de los estudios señalados, tanto por el puntaje de los índices, como por las posibles acciones para su mejora y que influyan en la organización para las acciones de capacitación en su función vinculante con la comunidad. El puntaje final es de 2.18 lo que implica la necesidad de crecer-invertir y ser apoyado por toda la institución superior, e incluso por otras entidades.

Palabras Claves: Educación, programa, organización, matriz GE, matriz DAFO

INTRODUCCIÓN:

La capacitación es trascendental en el desarrollo de la creatividad y capacidades. Su intención es ayudar a solucionar problemas, materializar estrategias de una organización y mejorar el conocimiento de las personas implicadas en diferentes procesos (Carnota, 1991; Suárez, 2006).

El empleo de técnicas evaluativas organizacionales permite contar con un instrumento para medir eficiencia–eficacia para el trabajo con los productores. En la consulta a distintos estudios sobre los factores que afectan la eficiencia de

organizaciones de extensión universitarias y no universitarias, que se dedican a la educación continua se han indicado un grupo de limitaciones y potencialidades de su trabajo para hacerlo más efectivo, entre las primeras como señalan Caballero (2010), Guevara et al., (2012) y Nápoles (2013) están la logística deficiente, transporte con problemas, financiamiento, accesibilidad a los lugares, desconocimiento de los problemas de productores, diagnósticos erróneos, desconocimiento de tradiciones, costumbres y algunas dificultades en la formación del profesional que se dedica a la extensión y el obviar el método de promotores campesinos;

En otro sentido, entre sus potencialidades indicadas por estos y otros autores como Marzin (2001) y Caballero (2010), las más conocidas son los programas de extensión debidamente ejecutados, las acciones grupales, en equipo y participativas, ideas del trabajo colectivo, el conocimiento de los métodos y el apoyo de universidades politécnicas que son fortalezas para las acciones de esa forma educacional.

Precisamente, según Berdegué (2003), Cabrera y Herrera (2003), Díaz (2008) y Nápoles (2013), si se utiliza una herramienta participativa que permita el análisis-diagnóstico de la organización en su tarea fundamental de capacitación agropecuaria, se podrán determinar sus limitaciones y potencialidades y el efecto que las mismas tienen en la eficiencia del trabajo hacia adentro del centro y con los productores agropecuarios.

El objetivo del trabajo fue evaluar con una herramienta de diagnóstico que emplea una secuencia de varias técnicas, la eficiencia de la capacitación de una supuesta organización universitaria dedicada a la educación continua como parte de su vinculación con la comunidad.

DESARROLLO

Metodología de trabajo.

Para realizar este trabajo se revisaron varios trabajos realizados para países de América latina en los que se presentan las limitaciones y potencialidades, así como las acciones de cambio propuestas por varias organizaciones de extensión universitarias y no-universitarias en la región (Marzin, 2001; Suárez, 2006; Caballero, 2010; Guevara et al., 2012; Nápoles, 2013) y se asumió este análisis para una hipotética organización universitaria que tuviera en cuenta estos problemas para servir de escenario a la aplicación de una herramienta para evaluar la eficiencia de la misma en el componente capacitación para las comunidades del entorno cercano. Para traer algo más a la realidad particular de las partes de esa organización, se tuvo en cuenta los criterios de informantes claves y documentación estadística e informacional de las áreas de dirección

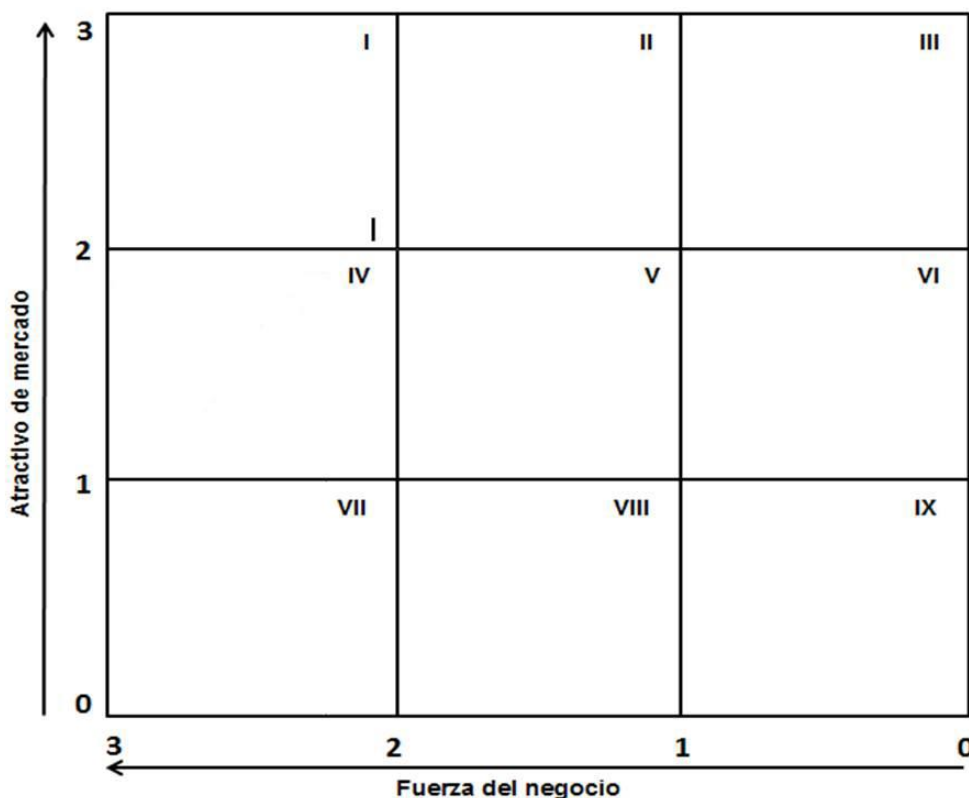
principal, económicas y de las carreras agroindustria, medio-ambiente y pecuaria de la ESPAM MFL.

Para lograr este propósito se aplicaron varios ejercicios consecutivos.

En un primer ejercicio se aplicó la técnica de reducción de listado descrita por Carnota (1991) aquí se expusieron las principales limitaciones y potencialidades que afectan la capacitación encontradas en los trabajos citados anteriormente y se ponderaron en la medida que se repetían para lo cual se usó la técnica de Suárez (2006).

Un segundo ejercicio consistió en aplicar la Matriz *General Electric* (Kotler, 1992) para el análisis de la Carrera como producto o negocio, donde se evaluaron los conceptos fuerza del negocio y atractivo de mercado según los aspectos mencionados con puntuación de 0 a 3, según incidencia de cada ítem en mayor o menor medida.

Gráfico 1.- Matriz *General Electric* o Matriz de las nueve casillas procedimiento fue descrito por Kotler (1992)



- Zona fuerte: cuadrantes I, II, IV. Unidad Estratégica de Negocio (UEN), zona para (invertir / crecer)
- Zona medio: cuadrantes III, V, VII. De atractivo medio con beneficios selectivos. (seleccionar ganancia)

- Zona débil: cuadrantes VI, VIII, IX. De negocio menos atractivo no invertir. (cosechar / desinvertir).
- Por último se usó la matriz DAFO (Carnota,1991) que permitió relacionar las debilidades y amenazas de la supuesta o hipotética organización de extensión con sus fortalezas y oportunidades y concluir en una forma de estrategia a seguir para mejorar la eficiencia de la misma en su trabajo de vinculación a la comunidad.

RESULTADOS

Tabla 1: Análisis de la escuela en relación al factor Fuerza del negocio (puntaje 2.33).

No	Fuerza del negocio	Pe(j)	Fuerte	Medio	Débil	Muy Débil	Pi
2	Calidad de la escuela como producto funcional y tecnológico.	0.10	2.7				0.27
3	Calidad de la escuela del punto de vista ambiental	0.06	2.5				0.15
8	Imagen de la escuela.	0.06	2.6				0.16
12	Promoción de la escuela.	0.05	2.6				0.13
13	Personal calificado y de extensión de la escuela.	0.16	2.5				0.40

Tabla 2: Análisis de la escuela con relación al factor Atractivo del mercado (puntaje de 2.03).

No	Atractivo del mercado	Pe(j)	Fuerte	Medio	Débil	Muy Débil	Pi
1	Dinámica hacia el mercado interno del producto de la escuela.	0.25	2.4				0.60
2	Dinámica hacia el mercado externo de los productos de la escuela.	0.067		2.0			0.13
3	Fuerza de la competición.	0.15	2.3				0.34
4	Barreras a la actividad de la escuela.	0.067		2.0			0.13
7	Restricciones a la actividad de la escuela.	0.066	2.3				0.15
8	Sumatoria	1.00					1.96

El análisis de los factores de la matriz GE, según los indicadores de cada factor, visto como limitaciones o potencialidades de la supuesta organización, indicó coincidencia en la situación con algunos de los estudios señalados (Berdegué., 2003; Caballero, 2010; Guevara et al.,2012; Nápoles; 2013), tanto por el puntaje de los índices, como por las posibles acciones para su mejora y que influyan en la organización para las acciones de capacitación en su función vinculante con la comunidad, a continuación se presenta un análisis con el puntaje por aspectos de esta matriz según sus indicadores:

1.-Competencia y diferenciación con homólogos. (2, MEDIO):

Poca competencia con otros centros, aunque es necesario mejorar la difusión tecnológica a los productores, incrementar vínculos con otras instituciones, reforzar diferenciación de productos, liderar en mayor número de productos en la zona, incrementar promoción e imagen del centro y fortalecer el trabajo en equipo con responsabilidad individuales por área.

2.- Calidad de sus funciones de productos tecnológicos. (3, Fuerte):

En la relación resultados-producto-tecnología-extensión, para mantener estos resultados es necesario una evaluación de su situación actual y decidir qué hacer en cada caso e incrementar su divulgación.

3.- Calidad de sus funciones de productos ambientales. (3, Fuerte): Se necesita mejorar o incluir nuevos métodos de análisis de corte ambiental en lo concerniente al calentamiento global y otros procesos.

4.- Nivel de innovación tecnológica. (2, Medio): Está presente en la misión del centro. Se propone un paquete tecnológico amplio que integre desde la producción primaria, los balances y los cambios tecnológicos necesarios en un sistema para la toma de decisiones y se integre con software reconocidos foráneos y que se adapten a la gestión de proyecto en la cual participe el centro.

5.- Vulnerabilidad de las funciones respecto a otras organizaciones. (2, Medio): Es necesario reformular la estrategia de extensión actual con MAGAP para delimitar funciones, para lo cual se deben convocar encuentros de todos los factores implicados y dimensionar el trabajo del centro.

6.-Servicio Post-venta y ampliación. (1, Débil): Flujo poco sostenible de los productos-servicios del centro por limitaciones de transporte, logística y otros. Se propone extender funciones servicios y productos de manera estratégica para lograr más credibilidad y promoción.

7.- Conocimiento de las necesidades del mercado. (3, Fuerte): Es necesario revisar periódicamente los bancos de problemas de la ganadería y

8, 9, 10, 11 y 12.- Imagen, promoción, novedades, Impacto socioeconómico y costos de la organización. (2, Media): Se necesitan medidas urgentes precisas y efectivas, como son el arreglos de algunos locales para capacitación, apoyo en equipamiento, replanteamiento de la visión, misión y ambición del centro, acciones divulgativas, talleres, estrategias, transporte, reuniones al máximo nivel y en la base, proyectos. Algunos de los factores implicados deben mejorarse, aunque las técnicas, software y servicios que propone el centro tienen bajo costo operacional.

13.-Personal del Centro: (3, Fuerte): es constante, debe mantenerse espíritu de equipo y desterrar individualismos para avanzar más y que cada cual tenga sus responsabilidades. Integrar más Jóvenes, escritura de libros y estimular a más docentes a implicarse en doctorados.

El puntaje final fue de 2.33 en este aspecto de Fuerza del negocio y es necesario un programa de apoyo en estos aspectos que le permita Crecer como organización y esto significa Reforzar sus puntos débiles, lo que requiere una nueva mirada a sus programas y estrategias de acción y el Apoyo por la dirección de la Universidad y de cada área.

Análisis del aspecto “**ATRACTIVO DEL MERCADO**” en el centro.

1 y 2. Dinámica del Mercado Interno y Externo (2, Medio): La dinámica de productos-servicios puede ser mejor, para lo cual se impone análisis de cada producto para mejorar su estado y para ello es necesario cambiar su modo de oferta como son plegables, días de campo, espacios en periódico provincial y nacional, en la TV y en la Radio local y producir mejores multimedias, reforzamiento de la difusión de los programas de maestría y el programa de doctorado, mas agresividad para introducir tecnologías y software y hacer más trabajo de cabildeo local, regional, nacional e internacional para integrarse vía proyectos y alianzas efectivas.

3, 4 y 5. Competencia externa, distribución de productos y barreras en el mercado (2, Medio): En ambos aspectos los productos-servicios pueden superar la situación actual y las limitaciones, para lo cual se impone análisis de cada producto para mejorar su estado y para ello es necesario cambiar su modo de oferta y hacer más trabajo de cabildeo nacional y buscar socios vía proyectos y alianzas efectivas con centros del territorio, país y universidades internacionales.

6.y 7.- Oferta de acciones del CEDEPA y Restricciones (2, Medio): Es muy similar al aspecto de la dinámica para lo cual se impone análisis de cada producto y para ello es necesario cambiar su modo de oferta con días de campo, espacios en periódicos y en la TV y en la Radio y producir multimedia, reforzamiento de la difusión de la maestría y el programa de doctorado tutelar, mas agresividad para introducir tecnologías y software y hacer más trabajo de cabildeo nacional e internacional y buscar socios vía proyectos y alianzas efectivas.

El puntaje del aspecto **ATRACTIVO DEL MERCADO** fue de **2.03** y es necesario un programa de apoyo a la organización en estos aspectos, que le permita **Crecer** como dentro de la universidad y **Reforzar** sus puntos débiles como. **El puntaje final** es de **2.18** lo que implica la necesidad de **crecer-invertir y ser apoyado** por toda la institución superior, e incluso por otras entidades ajenas a la misma.

ANÁLISIS DE FACTORES CON LA MATRIZ DAFO

Amenazas...

- Dificultades en planificación de capacitaciones.
- Algunos problemas económicos regionales.
- Parque de transporte colectivo y ligero con algunas deficiencias.

Oportunidades...

- Reordenamiento económico y social del país y de sus comunidades agrícolas
- Buen ambiente de intercambio con instituciones nacionales e internacionales.
- Estar ubicados en una universidad politécnica.

Fortalezas

- Prestigio y reconocimiento del personal y del centro en las comunidades
- Recursos e instalaciones con que contamos.
- Interés en las tareas que realizamos.
- Sentido de pertenencia.

Debilidades

- Insuficiente gestión de recursos financieros vía proyectos-alianzas.
- No se hace un buen aprovechamiento del potencial de todas las áreas de la universidad.

CONCLUSIONES

La ESPAM MFL es un referente a nivel nacional de vinculación con la Comunidad, se han realizado proyectos de vinculación con las comunidades entre ellas Casas Viejas, Camarón macho, Mamey colorado, La Pavita, Membrillo entre otros, donde los productores reciben el beneficio de la capacitación donde participan docentes, estudiantes, personal administrativo y directivos de la Institución, misma que permite tecnificar y mejorar los procesos de trabajo de las explotaciones y producciones agropecuarias, procurando elevar el resultado costo-beneficio y por ende mejorando la calidad de vida socio económica de la familia, productores y la sociedad.

Otro indicador positivo que promueve vinculación con la comunidad es la Cooperativa de Ahorro y Crédito ESPAM MFL, desde su creación ha proporcionado diferentes productos financieros a sus asociados incorporando aquí a nuestros estudiantes politécnicos, la adquisición de estos servicios

disminuyo notablemente el sobreendeudamiento de la población afiliada en calidad de socio frente a chulqueros que cobraban altas tasas de interés para poder acceder a dinero y suplir necesidades empresariales, de educación, de consumo y productivas. La COAC ha sido una institución impulsador de economía productiva de nuestro sector.

En el mercado si influye el ambiente de intercambio nacional e internacional, el estar en universidad politécnica, el prestigio de especialistas, los recursos, el interés y sentido de pertenencia de sus trabajadores y su reconocimiento probado en la comunidad y si se resuelve la insuficiente gestión de recursos por diferentes vías como proyectos y alianzas, e incrementar el aprovechamiento de las áreas propias, la organización podrá enfrentar con éxito los problemas que aún dificultan la capacitación y su mayor impacto en la vinculación.

BIBLIOGRAFÍAS.

1. Berdegú, J. A. (2003). "El sistema privado de extensión en Chile: 17 años de experiencia. En: J.A. Berdegú y E. Ramírez(editores), Investigación con enfoque de sistemas en la agricultura y el desarrollo rural. RIMISP: Santiago, Chile. ." 329-339
2. Caballero, A. R. (2010). "Sostenibilidad e Información. ILEIA. Revista de Agroecología Información y Comunicación Rural." Volumen 18. N° 2.: 6.
3. Cabrera, J. A. y Herrera, F. (2003). "Seguimiento y evaluación de un sistema de formación y su impacto en el desempeño individual y organizacional. Trabajo presentado en el I Taller Nacional Medición del Impacto de la Capacitación. Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos". Matanzas, Cuba.
4. Carnota, E. (1991). "Cuando el tiempo no alcanza. Editorial Ciencias Sociales, Sección de Economía.": 249.
5. Díaz, J. (2008). "Contribución al desarrollo organizacional para la transferencia de tecnología en la ganadería bovina."
6. Guevara, R., Guevara, G., Soto, S., Curbelo, L. y Pedraza, R. (2012). Manual de Extención Rural para curso de la Maestría en producción animal sostenible, Documento Interno del CEDEPA. 241.
7. Kotler, P. (1992). "Dirección de Marketing. Análisis, planificación, gestión y control. 7ma ed. Prentice Hall. México. DF.": 473.

8. Marzin, J. (2001). Conferencia de extensión rural en la Universidad de Camaguey, 26pp
9. Nápoles, N. (2013). Estudio de factores que afectan la capacitación en una escuela de capacitación agrícola. Informe de investigación. MINAGRI, Cuba, 14pp.
10. Suárez, J. (2006). "Comportamiento innovador en empresas ganaderas de la región central de Cuba. Vol 18 no 6, Pastos y Forrajes (Cuba).".