

“El proceso de investigación-acción entre las Unidades Didáctico Productivas del Instituto Científico Tecnológico y de Extensión Agro Industrial (ICTEAI) y el Departamento Académico de Humanidades de la Universidad Nacional de La Rioja (UNLAR)”

**Efraín Molina
María Gabriela Bazán
Elizabeth Tello
Marcela Cargemel Vega
Universidad Nacional de La Rioja (UNLaR)
Departamento Académico de Humanidades
Cátedra Psicología del Consumidor
Instituto de Economía y Administración (IDEA)
Instituto Científico Tecnológico y de Extensión Agro Industrial (ICTEAI)
emolina@unlar.edu.ar,
emolinaromano@gmail.com,**

Eje 1: Educación Superior y Universitaria en el NOA.

(*) El número de autores supera lo establecido por el comité organizador, en razón de conformar el equipo de cátedra a cargo del trabajo de investigación-acción.

Los sistemas económicos descansan sobre la base de conocimientos, en tanto las organizaciones dependen de la existencia previa de este recurso de construcción social, y las Instituciones de Educación Superior son quienes deben promover su desarrollo erigiéndose como referentes científico-tecnológico a nivel local, regional y nacional. Los requerimientos del mercado laboral han llevado a las comunidades educativas a repensar en cómo transferir el conocimiento y desarrollar las destrezas necesarias para la incorporación de sus egresados al mundo productivo, cada vez más competitivo.

En este sentido la internacionalización de la educación superior, tanto como las nuevas demandas que le impone la sociedad, requiere de profesionales que desplieguen competencias laborales, entendidas como el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y disposiciones, que los conduzcan a trabajar en equipos, los habilite para conseguir un empleo, generar unidades asociativas, cooperativas, empresas unipersonales o iniciativas de autoempleo.

En esta perspectiva el desafío de las Instituciones de Educación Superior es desarrollar la capacidad de sus estudiantes, tanto para generar conocimientos como para aplicarlos. En este sentido debe contribuir a la generación de espacios de análisis; reflexión y praxis a acerca de la realidad social; la brecha productiva y los antagonismos territoriales, a fin de promover la articulación de la sociedad del conocimiento y los actores e instituciones sociales.

Esta articulación es ineludible, en la transferencia de lo conocimiento para la formación del capital humano como refuerzo en el desarrollo económico territorial, regional y nacional. Todo esto se traduce en las oportunidades de desarrollo profesional, el logro de resultados, la posibilidad de mantener la actividad que eligió por vocación, y su correlación en la transferencia de los nuevos conocimientos, procedimientos; herramientas y valores al mundo del trabajo, que trascienden de los intereses particulares profesionales a los sociales.

En este marco, se presenta el trabajo que se desarrolla en las Unidades Didáctico Productivas de la Universidad Nacional de La Rioja, cuyos objetivos son la formación e integración profesional de docentes, no-docentes, graduados y alumnos; su actualización e investigación permanente, y la prestación de servicios especializados a organizaciones productivas de la región bajo estricta normas de producción certificada tanto por la excelencia profesional como la calidad de los productos y servicios desarrollados.

El Parque Tecnológico Solar, se encuentra ubicado al costado Norte de la Ciudad Universitaria de la Ciencia y la Técnica, de la Universidad Nacional de La Rioja, comprendiendo una superficie similar a

la de aquella y formando parte integral del inmueble Universitario. A partir del año 1942 y hasta 1960, a través de la acción oficial de un organismo llamado “Corporación Nacional de Olivicultura”, se realizaron importantes acciones tendientes a difundir el cultivo del olivo en el país, para lo cual se crearon establecimientos olivícolas para la producción de plantas de variedades traídas de distintas regiones del mundo, especialmente de la cuenca del mediterráneo (España, Italia y Portugal).

En el año 1993, a instancias del Rectorado y por la acción de un grupo de alumnos, egresados y docentes de la Carrera Ingeniería Agroindustrial de la UNLaR, se realizaron trabajos de recuperación del predio cedido por convenio previo, tanto en sus 22 hectáreas de plantaciones de olivos (con 56 variedades y 1.560 plantas adultas en producción), como en su antigua planta de elaboración de aceite de oliva por sistema de prensado.

Así, el 4 de junio de 1993, se formalizó el Acto Inaugural, a partir del cual la UNLaR formó un Consejo de Administración y contrató a ingenieros agroindustriales egresados de esta Casa de Altos Estudios, quienes se abocaron a los trabajos de puesta en valor de las instalaciones que se encontraban en un estado de total abandono. A partir de allí, la UNLaR asumió el compromiso de transformar éste “Vivero”, en un Parque Científico Tecnológico Modelo, que sirva a la comunidad para el desarrollo de pequeños, medianos y grandes emprendimientos acompañado por docentes y alumnos de diversas Carreras que realizan sus prácticas logrando destrezas y habilidades que afianzan y potencian la salida laboral de futuros graduados (Ingenieros, Contadores, Licenciados en Administración, Licenciados en Economía, entre otros). Sus áreas se encuentran conformadas por el Centro de Investigación y Formación Productiva, Agronómica, Agropecuaria, Agroindustrial e Industrial (CIFPRAAAI), el Centro de Investigación para el Desarrollo Sustentable, Urbanismo, Calidad y Ambiente (CIDSURCA) y el Instituto Científico Tecnológico y de Extensión Agro Industrial (ICTEAI). Este último se integra por: Unidad de Desarrollo y Laboratorio de Aceite de Oliva, Unidad de Prácticas y Oficios: Invernadero y Rusticadero, Unidad de Desarrollo y Laboratorio de Aceites Esenciales, Unidad de Adiestramiento e Idoneidad Apícola, Unidad de Desarrollo y Laboratorio de Dulces, Unidad Elaboradora de Cerveza Artesanal. Cabe aclarar que actualmente solo se encuentran en funcionamiento la Unidad Didáctica Productiva de Desarrollo y Laboratorio de Aceite de Oliva, Unidad Didáctica Productiva de Elaboración de Dulces, Mermeladas y Frutos al Almíbar y por último la Unidad Didáctica Productiva de Elaboración de Agua de Mesa.

El Solar, cuenta con dos lagos artificiales, un estanque y una acequia que permite el riego del cultivo; como así también cuenta con su propia huerta orgánica donde se cosechan distintas frutas en la categoría de duraznos, melones, higos, berenjenas, rabanitos, entre otros.

Con respecto a la fábrica de dulces, se producen mermeladas y jaleas con diferentes presentaciones según la época de cosecha y estación. En la producción emplean frutillas, peras, manzanas, naranjas entre otras frutas e inclusive se compran frutas en contraestación, en escasas cantidades, bajo la iniciativa de pulir detalles de producción, también se produce mermelada de membrillo en pan.

Con relación al tratamiento de agua envasada, cuentan con dos máquinas en proceso de reparación y acondicionamiento para tal fin, las presentaciones se realizan en bidones de 20 lts. como así también en forma próxima envases de 500 cm³ y de litro y medio.

En cuanto al producto “Aceite de Oliva extra virgen Solar”, ha sido ganador de varios galardones en su rubro; a nivel nacional con el Premio “Balseiro”, otorgado en 1997, como expreso reconocimiento a la calidad de este emprendimiento y su vinculación con el desarrollo regional, en el cual se meritó que, merced a su implementación, se verificó un notable incremento en el cultivo de hectáreas destinadas a esta actividad en la provincia. También recibió el Premio “El Gauchito” (Resistencia Chaco, 2002); Mención de Honor al Premio del Banco Francés al Tecno (Emprendedor, Buenos Aires 200) ; Premio “Oliva de Oro” en la Categoría Blend “CUIYOLIVA 2009” (Mendoza); Premio “Oliva de Oro” en la categoría Blend “CUIYOLIVA 2010 (Mendoza); Premio Universidad 2010 (Universidad Nacional de La Rioja), Premio “CUIYOLIVA de Oro” Categoría Blend y Categoría Varietal Arauco (2011, y 2012).

Los diferentes productos se comercialización en el Museo de Ciencias Naturales y Antropológicas, los días martes y miércoles, solo a nivel provincial. Sin embargo se desea impulsar la marca Solar nivel nacional. Por último, es importante destacar, que se realizaron distintas acciones para lograr un rediseño en la marca Solar, con el objetivo no solo de llegar una unificación en los diferente logos de

los distintos productos, sino también para permitir el fortalecimiento de la identidad de la marca y consolidar el posicionamiento en el mercado.

Este trabajo, por lo tanto, es el resultado de un proceso de investigación-acción que se enmarca en el programa de formación y vinculación con el entorno social y productivo, a fin de establecer vínculos de cooperación, que tiendan al desarrollo educativo, científico y productivo, acrecentando y afianzando lazos de colaboración como objetivo de desarrollar múltiples actividades académicas orientadas a la aplicación del conocimiento, al desarrollo de destrezas y habilidades específicas que los estudiantes deben adquirir para un adecuado desempeño en su futura profesión.

Para ello el equipo de Cátedra de Psicología del Consumidor y Mercadotecnia de la Carrera Licenciatura en Gestión Organización y Recursos Humanos perteneciente al Departamento Académico de Ciencias Humanas y de la Educación, asumen el compromiso de llevar adelante la ejecución del Trabajo Práctico Anual de Investigación-Acción en el Instituto Científico Tecnológico y de Extensión Agro Industrial (ICTEAI); que pondrá a disposición de la Cátedra las Unidades Didáctico Productivas para la aplicación de las distintas instancias del trabajo de campo, proporcionando toda la información necesaria para tal fin. Por su parte la cátedra tiene a su cargo el seguimiento de todas las prácticas pre profesionales que estarán articuladas al plan anual de actividades de la misma, distribuyéndose a lo largo del año académico según la organización curricular tomando en cuenta los objetivos de cada unidad, como los niveles de conocimiento y destrezas en investigación adquiridas por los alumnos.

Los objetivos específicos de la práctica de los estudiantes están direccionados a conocer y utilizar los modelos y principios de la Psicología del Consumidor en favor de los objetivos estratégicos de una organización; comprender el rol del consumidor en el marketing estratégico y en la planeación de tácticas específicas de mercadeo; otorgar elementos fundamentales para el manejo de la metodología de investigación científica aplicada al estudio del comportamiento del consumidor; promover a que los alumnos actúen como agente de cambio en las organizaciones, influyendo en las mismas para impulsar una evolución hacia la competitividad necesaria para desarrollarse en mercados emergentes complejos; entender la importancia de las redes sociales y otros ambientes virtuales en el comportamiento del consumidor, adquiriendo herramientas que permitan plantear estrategias digitales exitosas, tanto para sus productos como los servicios que desarrolla.

Esta actividad académica es de carácter obligatoria en la currícula, y enfocada tanto en los productos de su marca Solar, como al servicio que brindan a pequeños productores de la región como una opción ideal que no tienen cantidades relevantes de productos para ingresar al circuito de las empresas comerciales de mayor envergadura, tanto en la producción de aceite como dulces aceptando pequeñas cantidades de fruta que pueden ser procesada de manera conjunta para poder completar los lotes mínimos. También se ofrece a los productores medianos que tiene marca propia y pueden tener productos de primera calidad para ofrecer comercialmente como producto regional en los circuitos de venta para las zonas turísticas de la región.

Este servicio se desarrolla en dos modalidades maquila o servicio, en la primera se pacta un porcentaje del producto terminado que queda como parte de pago para las Unidades Didáctico Productivas o directamente la modalidad de servicio, en el cual se abona un cierto canon de acuerdo a los kilos de materia prima entregada.

Cabe destacar, que las Unidades Didáctico Productivas brindan una opción real y concreta a los alumnos para realizar sus prácticas sin intermediar permisos especiales para tal fin, asegurando su desarrollo en un ambiente profesional, y la posibilidad de formarse de manera paralela en tareas específicas del área de investigación. De este modo, desde el Instituto Científico Tecnológico y de Extensión Agro Industrial se favorecen tareas de campo que toman las Unidades Didáctico Productivas como un modelo de pyme habiéndose desarrollado prácticas relacionadas al marketing, comercialización, estudios financieros y contables de áreas productivas, análisis de mercado, entre otras.

Por lo antes expuesto, consideramos pertinente compartir esta experiencia de enseñanza-aprendizaje en el marco de estas Jornadas, que tienen como objetivo consolidar un espacio de construcción y cooperación en la Región NOA, y atendiendo las nuevas demandas de la agenda universitaria, con una visión comprometida en la co-creación de procesos formativos con una perspectiva de desarrollo sustentable, consecuente con los nuevos contextos y peticiones sociales; inclusiva e innovadora que

promueve la integración de redes de trabajo académico acompañado de la implementación y apropiación de las TIC como nuevas herramientas en la sociedad del conocimiento.

Bibliografía

- Alonso Rivas, J. y Grande Esteban, I (2012):“Comportamiento del Consumidor: decisiones y estrategias de Marketing”. Alfaomega, Barcelona.
- Kotler, P. y Amstrong, G. (2012): “Marketing. Edición adaptada para Latinoamérica”. 8va. Edición. Prentice Hall.
- Lamb, Ch., McDaniel, C., Hair, J.(2012): “Fundamentos de Marketing”. Ed Thompson., 2012.
- Molina,E. Bazán, G; Tello, E; Cargemel Vega, M.(2016) Informe El Solar. Departamento Académico de Humanidades, Universidad Nacional de La Rioja.