

GDEPORTES, interfase de la ciencia y la tecnología para la Cultura Física.

Autor: M. Sc. Benito Rodríguez Marrero.

Los avances científicos, el desarrollo de tecnologías de punta y los problemas sociales del mundo actual, son fuente permanente de elementos contradictorios que requieren para su solución de cambios esenciales en las formas de pensar y actuar del hombre.

Según Castro Díaz – Balart: “En décadas recientes hemos sido testigos de grandes transformaciones a nivel internacional en los más diversos terrenos. Estamos en el umbral de un nuevo paradigma no solo económico, sino social, cultural y científico – tecnológico. Tal es la rapidez de los cambios e innovaciones, que la expresión Nuevas Tecnologías resulta ya de difícil aplicación, pues muchas de estas quedan obsoletas a los pocos meses, incluso semanas de su aparición.

“Entre los factores que ha coadyuvado a esas transformaciones está el desarrollo vertiginoso de las Tecnologías de la Información y de las Telecomunicaciones (TICS). Así las TICS han transformado el conocimiento en un factor primordial de la producción basando la productividad en la generación de conocimiento y en el procesamiento de la información. Aunque es cierto que el conocimiento y la información han desempeñado siempre un papel primordial de la productividad es, cada vez más la acción del conocimiento sobre el conocimiento mismo, en un curioso círculo virtuoso entre una innovación y las aplicaciones de esa misma innovación”.

La política de la Ciencia y la Tecnología en Cuba define la necesidad de instrumentar un modelo interactivo dentro del proceso de innovación que presupone, en primera instancia, la concepción de que la ciencia es halada por el mercado, en correspondencia con esto se hace necesario introducir en nuestra Universidad del Deporte un sistema de gestión asociado con la actividad apoyado en un enfoque de Marketing, tal como la realizan otras centros de enseñanza superior del país.

El enfoque de Marketing en la gestión de los servicios de la universidades significa hacer corresponder los esfuerzos de investigación de estas instituciones con las líneas de desarrollo económico y social priorizadas en el ámbito nacional, ramal y territorial.

De ahí que, dado los éxitos alcanzados por el deporte cubano, se necesita mantener y superar los mismos en las condiciones económicas y sociales contemporáneas, a partir del perfeccionamiento del trabajo científico con un enfoque multidisciplinario y la integración de toda la comunidad científico – técnica del INDER y del país en general.

La aplicación de una estructura para ese fin presupone establecer otras pautas en el desarrollo de la ciencia en la Universidad del Deporte tomando en consideración la base conceptual de la gestión de la innovación, la cual tiene como común denominador desarrollar nuevos procesos de conocimiento. Esto condiciona, además, determinar un sistema integrado donde se adiciona, en etapas, el proceso de vinculación Universidad-entorno y la aplicación de determinadas técnicas, con la consiguiente delimitación de funciones, en cada uno de los pasos de la metodología.

La Universidad debe organizar los servicios científicos a partir de servir y satisfacer un conjunto bien definido de exigencias que presenta nuestro

Sistema de Cultura Física, pues los beneficios que aporta la solución del problema están vinculados esencialmente al impacto que los conocimientos que se generen puedan tener sobre el Sistema.

Para lograr una adecuada integración entre los fines y el contexto es necesario sistematizar una gestión anticipada, especializada y profesional en la generalización de productos y servicios universitarios, que permitan una mayor pertinencia de los resultados en el entorno y un aumento significativo de la eficiencia de la actividad de la Cultura Física en la provincia.

Desde este concepto se hace imprescindible asumir:

- Diseño de productos informáticos en función de las necesidades de la Cultura Física.
- Definición de la estrategia de generalización de los productos y servicios.
- Tramitación de Patentes y Seguros. Implementación del Sistema Interno de propiedad industrial en función de la Cultura Física.
- Estudio de las necesidades investigativas y de servicios técnicos especializados.
- Contratación del producto universitario y la representación legal correspondiente.
- La contratación de servicios o productos a otras instituciones del sistema de educación cubano.
- Elaboración de productos publicitarios para la Cultura Física: revistas, boletines, etc.

Por supuesto, alcanzar tales resultados supone la existencia de una estructura que sirva como interfase entre los productores científicos y los usuarios. Con este propósito fue que se decidió constituir en la F. C. F. "Nancy Uranga Romagoza" el Grupo GDEPORTES. (Grupo de Gestión y Generalización de la Ciencia y la Tecnología en el Deporte), que se halla oficializado como tal en el Registro de Marcas y Patentes del CITMA, con la siguiente estructura:

- Jefe del Grupo.
- 1 Especialista de Marketing.
- 1 Jurídico.
- 3 Especialistas en Gestión y Generalización de Proyectos y Resultados.
- 2 Programadores.
- 1 Diseñador.
- 1 Especialista Audio – Visual.

A su vez el grupo asumirá las siguientes funciones:

- Captar, procesar y aportar información de los centros de la Cultura Física de la provincia. Identificar la demanda del entorno y establecer un sistema de retroalimentación que permita vigilar los cambios producidos en la misma.
- Integrar la actividad de la Universidad del Deporte y otros CES de la provincia en función de la demanda de los usuarios.
- Diseñar y gestionar estrategias de protección para productos y servicios.
- Planificar y controlar la ejecución de cada producto o servicio, confeccionando un expediente donde aparezca toda la información relativa al servicio, incluyendo los resultados del control de la calidad con los usuarios.
- Realizar la contratación de productos y servicios flexibilizando en los procedimientos administrativos y burocráticos de negociación y contratación, así como los plazos de ejecución, con el fin de adecuarse a los criterios de

eficiencia.

- Coordinar, contratar o subcontratar los servicios de apoyo para la prestación de los servicios.
- Subcontratar especialistas en otros CES y entidades a nivel provincial y nacional para complementar los productos y servicios demandados.
- Análisis y evaluación de las potencialidades de ofertas de productos y servicios de la universidad del deporte.
- Diseñar estrategias promocionales para productos y servicios universitarios. Explotar la imagen de calidad y el sello de la universidad del deporte.
- Desarrollar acciones de Marketing interno que fomenten una actitud de acercamiento e interés por parte de los profesores e investigadores hacia los usuarios. Retroalimentar sistemáticamente las acciones desarrolladas por el grupo con los profesores e investigadores.
- Gestionar y controlar la generalización de los productos y servicios resultados de las investigaciones.
- Diseñar productos multimedia para facilitar el proceso de enseñanza – aprendizaje de los futuros licenciados en Cultura Física. Así como el perfeccionamiento del aprendizaje desde la base hasta el alto rendimiento.
- Diseñar productos software para perfeccionar y automatizar los modelos de evaluación y control del entrenamiento desde la base hasta el alto rendimiento a escala de terreno o factibles en el laboratorio. También se ampliará a los restantes subsistemas de la Cultura Física.
- Diseñar productos Web para la publicación y divulgación de los productos y servicios que ofertan la universidad del deporte y en específico la del grupo. Así como la prestación de servicios Web a centros de la rama que lo necesiten.

Como puede apreciarse no se pretende constituir otra estructura que se inserte en el numeroso conjunto de la investigación y la racionalización tecnológica; consideramos que se estaba haciendo necesaria esta función de interfase a partir de la cantidad de resultados tecnológicos e investigaciones que se iban quedando en archivos y registros sin que sus creadores pudieran asumir la imprescindible divulgación de sus resultados ni, por supuesto, ser conocidos como potenciales solucionadores de dificultades en las múltiples esferas que en la Cultura Física requieren de el talento y la constancia concentrada en nuestras instituciones docentes y científicas.

A partir de tales presupuestos GDEPORTES aspira cumplir con los siguientes objetivos específicos:

- Gestionar con enfoque de mercadotecnia los productos y servicios que demanda el entorno deportivo.
- Agilizar los procesos de negocios de contratación de productos y servicios.
- Promocionar la imagen de la universidad del deporte y sus productos y servicios.
- Lograr un alto nivel de especialización y profesionalismo en la generalización de productos y servicios.
- Incrementar los niveles de calidad de productos y servicios universitarios.
- Fortalecer la aplicación de las Ciencias Informáticas a las Ciencias de la Cultura Física.
- Capacitar en los temas en Gestión de Proyectos y Generalización y propiedad Intelectual a los investigadores del Organismo de la provincia.

Bibliografía

- ❖ Castro Díaz – Balart, Fidel. (2003). Ciencia, tecnología y sociedad. Hacia un desarrollo sostenible en la Era de la Globalización. Ed. Científico – Técnica. Ciudad de la Habana, Cuba.
- ❖ Rodríguez Marrero, Benito. (2004). Propuesta de Metodología de Gestión en los Deportes Estratégicos en Pinar del Río. Tesis de Maestría en Administración y Gestión del Deporte. Ciudad de La Habana, Cuba.