

2. DIRECCION DE EXTENSION AGROPECUARIA

En julio de 1992, se le devolvió el estatus de Dirección a la Subdirección de Extensión, la que asumió la responsabilidad de inducir un cambio metodológico para lograr incrementar la eficiencia del servicio.

Las acciones realizadas por la Dirección de Extensión Agropecuaria, permitieron inducir la participación de los productores en la toma de decisiones sobre su problemática agropecuaria y el tipo de asistencia técnica que requieren del Ministerio.

Para lograrlo, se promovió el cambio en los enfoques y procedimientos de asistencia de los extensionistas a los productores. Dicho cambio se originó en los principios y normas definidas en la estrategia institucional de "vincular las acciones de investigación y la extensión en la finca de los productores".

La metodología utilizada, denominada **INVEX**, incorporó cinco elementos básicos al trabajo de extensión, que son:

- a. Participación de los productores en la toma de decisiones, mediante la formación de grupos locales de extensión,
- b. Aplicación del enfoque de sistemas de producción como base del análisis y diseño de alternativas tecnológicas;
- c. Atención a la "finca" como elemento básico del servicio de extensión;
- d. Fortalecimiento de los vínculos de la

investigación y extensión, con la demanda local de los grupos de productores.

- e. Integración de la demanda de servicios y tecnología en proyectos de extensión formulados con los grupos de productores.
- f. Promover el uso de tecnologías apropiadas a la realidad socioeconómica del producto.

El servicio de extensión se brindó a 79 Agencias de Extensión y a 17 Promotorías. En el cuadro 1 se observa la distribución por Dirección Regional, así como el total nacional.

El cambio de actitud de los extensionistas se logró por el trabajo de capacitación en servicio, apoyo metodológico y seguimiento operativo realizado por las diferentes unidades de la Dirección General.

Los principales instrumentos formulados para incrementar la cobertura del servicio fueron: políticas y estrategias de extensión agropecuaria; manual de normas para la programación y ejecución de la extensión agropecuaria; instructivos técnicos para formular el diagnóstico participativo y guías para la preparación de proyectos de investigación adaptativa.

Como un mecanismo operativo importante, se constituyó la Comisión Nacional de Extensión Agropecuaria (**CONEA**). El objetivo de la misma fue promover y dar

seguimiento a la metodología **INVEX**. Las reuniones se realizaron en forma rotativa, en las Direcciones Regionales del Ministerio. Participaron las Direcciones Nacionales, los jefes de Investigación y Extensión, el Director Regional de la sede de la reunión y organismos internacionales, como la **FAO** y el **IICA**.

Como resultado de las actividades anteriores, las Agencias de Extensión promovieron la integración o identificación de 155 grupos de productores, como sujetos de atención prioritaria. El número total de productores agrupados son aproximadamente 5.000 con un total de 32.000 hectáreas. En este esfuerzo se identificó como mínimo, un grupo por Agencia de Extensión o Promotoría.

Para lograr avanzar en el cambio, la Dirección realizó un proceso intensivo de

capacitación mediante 25 eventos para 645 funcionarios de las Direcciones Regionales y Agencias de Extensión. Como complemento, se ofreció asesoría y seguimiento a las Direcciones Regionales en las fases de diagnóstico de los sistemas de producción y en planificación para la formulación de los proyectos de extensión.

Esto se logró con la formación de cuatro equipos de apoyo interdisciplinarios en la Dirección de Extensión para participar en forma permanente en las agencias, realizando visitas y asistiendo a las reuniones con los grupos de productores. En síntesis, se logró asistir en la formulación de un diagnóstico socioeconómico y un proyecto de asistencia de extensión a cada grupo de productores constituidos durante el primer año de operación de la metodología **INVEX**.

CUADRO 1. DISTRIBUCION DE LAS AGENCIAS DE EXTENSION Y PROMOTORIAS POR DIRECCION REGIONAL

DIRECCION REGIONAL	AGENCIAS	PROMOTORIAS	TOTAL
1. PACIFICO SECO	11	3	14
2. PACIFICO CENTRAL	13	-	13
3. PACIFICO SUR	10	1	11
4. HUETAR ATLANTICA	5	2	7
5. CENTRAL	7	1	8
6. CENTRAL ORIENTAL	12	2	14
7. CENTRAL OCCIDENTAL	12	-	12
8. HUETAR NORTE	9	8	17
TOTAL	79	17	96