

Desencuentros entre la universidad y la empresa

WHARTON UNIVERSITY OF PENNSYLVANIA

Son dos mundos que se buscan pero no se encuentran. La relación entre las universidades españolas y las empresas es escasa y, en la mayoría de los casos, inconexa. Aunque ambas reconocen la importancia vital de trabajar unidas, en muchas ocasiones no lo consiguen, según el estudio La Universidad y la Empresa Española, elaborado por la Fundación Conocimiento y Desarrollo. Un perfil demasiado academicista frente al pragmatismo empresarial y un desconocimiento de las posibilidades que ofrecen los centros universitarios son los principales puntos de fricción que impiden un trato más estrecho entre estos dos motores económicos del país.

"Las empresas que han mantenido algún tipo de relación con las universidades reconocen que ésta ha sido satisfactoria o muy satisfactoria, lo que indica que, en muchos casos, el problema de fondo es un desconocimiento por parte de las compañías de los servicios que pueden ofrecerles las universidades. Porque, cuando lo mantienen, lo valora positivamente", afirma Francisco Solé Parellada, vicepresidente de la Fundación y catedrático de la Universidad Politécnica de Cataluña.

El 53% de las 400 empresas consultadas reconoce no haber mantenido lazo alguno con los centros universitarios, un dato que varía en función del tamaño y, cuanto mayores son las compañías, más vínculos se establecen. A esta falta de conexión se suma una pobre visión del papel de las universidades como motor económico del país. El 33% cree que no ejerce este papel, el 43% considera que carecen de la organización necesaria para serlo, mientras que el 60% de las empresas reconoce que no está comprometida con la universidad para que llegue a serlo.

"Estos resultados ponen de manifiesto la necesidad de acercar el mundo empresarial al mundouniversitario, y viceversa", asegura en la presentación del estudio Ana Patricia Botín, presidenta de la Fundación y primera ejecutiva del banco español Banesto.

Fuente de empleo

La formación de los profesionales del futuro y el papel que juega la universidad como fuente de alimento de las plantillas son los aspectos más valorados de estos centros y su principal lazo de unión con las empresas. De hecho, el 83% de las empresas reconoce tener convenios de incorporación de estudiantes y programas de prácticas con un elevado grado de satisfacción en el 70% de los casos. Sin embargo, las cualidades que más valoran las empresas de un profesional son, precisamente, las que menos consiguen inculcar las universidades a los estudiantes.

Así, aunque las compañías destacan los conocimientos teóricos, la formación informática y en nuevas tecnologías, la capacidad de análisis y el afán de aprender como los puntos fuertes de los universitarios; critican su escasa formación práctica, falta de habilidades directivas y pobreza de idiomas, aspectos que consideran los más importantes para formar parte de su plantilla.

"Las universidades aprueban con buena nota su papel formativo en conocimientos teóricos, pero carecen de una visión más práctica, que es fundamental para las empresas", reconoce Martí Parellada, coordinador del estudio y catedrático de la Universidad de Barcelona. "La Universidad española necesita modificar su organización, estar más cerca de las empresas y de sus necesidades. La toma de decisiones es muy lenta, porque entran en juego muchos agentes y muchas opiniones. Además, son entes enormes, con multitud de organismos dentro que, muchas veces, no se comunican entre sí y siguen trayectorias paralelas", añade como crítica constructiva.

"El gobierno de las universidades, y su estructura, es muy complejo. Por lo tanto, deben eliminar las barreras que impiden desarrollar muchas estrategias", corrobora Solé. "Además, en la universidad pública hay un problema de modelo organizativo. Los profesores ganan puntos por publicar en revistas científicas,

pero si hacen cien trabajos para una gran compañía no les sirve de nada", apunta con una visión práctica Parellada.

Fomentar el espíritu emprendedor es, para el 97% de las empresas, la principal asignatura pendiente de las universidades. Además, el 90% cree que las universidades deben favorecer la creación de empresas de base tecnológica. Una vía para incentivar el espíritu emprendedor y estrechar los objetivos de estos dos mundos es el intercambio de profesionales. De hecho, el 87% de las empresas aboga por que los profesores desarrollen un periodo de su vida profesional dentro de las compañías, conociendo en profundidad los entresijos de las corporaciones. Del mismo modo, consideran muy positivo que sus profesionales tengan estancias dentro de los claustros.

"Aunque las empresas no creen que la universidad actúe como motor del desarrollo económico, ni que disponga de la organización adecuada para ello, si participan de la idea, de una manera muy mayoritaria, de que las empresas deberían estar más comprometidas con el modelo de universidad como motor de desarrollo económico, y que la universidad, en este caso de manera prácticamente unánime, debería promover las actitudes emprendedoras de los estudiantes, favorecer la creación de empresas de base tecnológica y la movilidad de profesores y técnicos entre la universidad y la empresa", señala el estudio.

Desconocimiento mayoritario

Las compañías también necesitan cambiar la visión que tienen de estos centros de formación superior. "Sorprende que muchas empresas desconocen el amplio abanico de servicios que pueden ofrecerles las universidades y, por eso, no acuden a ellas. Sin embargo, las que lo hacen, están muy satisfechas con el resultado", destaca el profesor Solé.

Los servicios de asesoramiento, formación e investigación que ofrecen los centros universitarios apenas son utilizados por el 36% de las compañías. Actividades más concretas y a la medida, como la realización de proyectos conjuntos de Investigación y Desarrollo (I+D), cursos de postgrado o las conferencias apenas han sido contratados por el 27% de las compañías, debido a que la mayoría reconoce desconocer que puedan contratar estos servicios. Sin embargo, las que si los han recibido, apuntan en el 77% de los casos una gran satisfacción.

"Las universidades no han sabido transmitir su papel de investigación, de consultoría o de formación específica de directivos, mientras que las escuelas de negocios sí han conseguido conquistar este mercado", añade el profesor Solé, que también encuentra "diferencias entre los centros públicos y privados, que en general consiguen mejores resultados. Pero la universidad española es la universidad pública, que representa a la inmensa mayoría".

Una simplificación de la estructura interna y de los procesos de toma de decisiones dentro de las universidades aportaría grandes beneficios a estos centros y a las empresas, que reconocen carecer de importantes activos que pueden ofrecerles las universidades. Por ejemplo, las compañías que han contratado proyectos conjuntos de I+D lo han hecho, mayoritariamente, por la falta de recursos internos que sufren para poder abordarlo en solitario y por su carencia de especialistas, un activo que, en cambio, posee la universidad.

Además, las compañías no se guían por la reputación de un determinado centro, sino que persiguen un buen servicio en aquel centro donde haya especialistas cualificados para poder llevarlo a cabo. De hecho, menos del tres por ciento de los encuestados considera que la universidad realice mala investigación. No obstante, el grado de satisfacción medio en la labor investigadora de las universidades es inferior a la que cosechan como formadores.

Cambio de tornas

"El problema de la universidad española es el problema de un cambio vertiginoso. La universidad española tiene apenas 25 años. Antes, había muy pocas y un selecto grupo de la población podía acceder a ellas. Pero, en las últimas décadas, el número de centros y de estudiantes se ha multiplicado y, ahora, casi todo el mundo es universitario. Se ha producido un fuerte cambio que las universidades deben asumir y adaptarse a él para ofrecer un buen servicio a las empresas y cumplir con su papel de motor económico",

reflexiona el profesor Solé.

El espejo en el que deben mirarse las universidades españolas en aspectos como la conexión con el mundo empresarial o el espíritu emprendedor son los centros anglosajones. En cambio, Latinoamérica sufre una problemática todavía más grave que la española. "En los países iberoamericanos la situación es similar pero más grave", reconoce el profesor Parellada, que exporta muchas de las conclusiones del análisis español al otro lado del Atlántico donde, además, la burocracia interna es mucho más marcada.