

# El compromiso empresarial por una universidad motor de desarrollo



**Francesc Santacana**  
Vicepresidente  
Fundación CYD

**Hablar de la necesidad** de potenciar las relaciones universidad-empresa se ha convertido ya en un tópico que se repite en foros y reuniones.

En España recuerdo la gran revolución que significó el famoso artículo 11 de la Ley de Reforma Universitaria del 1983, que permitía que los profesores universitarios pudieran celebrar contratos con empresas. A su amparo comenzaron a proliferar fundaciones, otras y otras plataformas que, con mayor o menor eficacia, han ido profundizando en el complejo campo de las relaciones entre la universidad y las empresas.

Sin embargo, como afirma la secretaria de Estado de Investigación, Carmen Vela, los resultados todavía no han llegado suficientemente a los canales de innovación. Persiste un *gap* —en las áreas tecnológicas y formativas— que no se acaba de superar, hecho que se debe solucionar de forma urgente. Nos jugamos la competitividad y la empleabilidad de nuestra economía: ahora, más que nunca, la educación cualifica la capacidad de competir de una economía y los niveles de empleabilidad de sus individuos.

Las relaciones universidad-empresa han de dejar de ser un tópico para ser una verdadera estrategia de los gobiernos, las empresas y las propias universidades. El entorno en el que se venían produciendo ha cambiado radicalmente y está cambiando día a día, como puso de manifiesto Ana P. Botín, presidenta de la Fundación CYD, en ocasión de la presentación del Informe CYD 2012: «El siglo XXI es el siglo de las innovaciones, de la competencia global, de la irrupción de nuevas tecnologías y nuevos actores; y es, también, el siglo de la sociedad en red. El talento, las competencias del capital humano y las tecnologías son los elementos por los que compiten las universidades de todo el mundo». Es importante remarcar, en este sentido, el significado de universidades de «todo el mundo». La riqueza ya no se concentra en el oeste. La influencia política y económica se está desplazando hacia el este y hacia América Latina, y la investigación universitaria parece que está siguiendo el mismo modelo.

Otro de los ámbitos en plena transformación es el de la formación como consecuencia de las nuevas tecnologías y de los cambios culturales implícitos. Si las personas ya piensan y actúan en red, los procesos formativos no pueden permanecer estáticos. La enseñanza en línea va a progresar hasta implicar a un elevado

porcentaje de alumnos (el 65 % de los presidentes de las universidades de EE. UU. consideran que pueden superar el 50 % en los próximos 10 años).

Estos son, pues, los escenarios en los que se han de mover las universidades y que van más allá del impacto de la crisis y sus consecuencias sobre sus presupuestos. Son muchos los países que ya están afrontando estos retos, planteando, con claridad, reformas que no pueden ser superficiales, como recalca el responsable de estrategias educativas del Pearson Think Tank, sir Michael Barber: «Los modelos de educación que han estado vigentes durante la segunda mitad del siglo XXI no son suficientes para el futuro. Los cambios que se han de introducir van a un ritmo demasiado lento».

Estamos, por tanto, en tiempos de cambios de modelo y de discurso. La relación universidad-empresa ha de dar un paso cualitativo y transformarse en compromiso de la universidad con la sociedad en general y con la empresa en particular, y compromiso de la empresa con una universidad abierta, flexible, autónoma e internacionalizada que le permita cumplir con su rol como motor de desarrollo.

Este compromiso de la parte empresarial es fundamental para contrarrestar, en palabras de un expresidente de la Universidad de Harvard (D. Bock) las «tendencias “inconscientes” de las propias instituciones universitarias, involucrando al mundo exterior en un debate crítico y continuo sobre la responsabilidad social de la universidad». A su vez el mundo empresarial ha de ser consciente de su responsabilidad con la ciencia y la formación.

Fue precisamente este compromiso del mundo empresarial lo que motivó a un grupo de representantes de grandes empresas españolas a la creación de una fundación cuyo nombre resume perfectamente su misión: Conocimiento y Desarrollo.

**Ahora, más que nunca, la educación cualifica la capacidad de competir de una economía y los niveles de empleabilidad de sus individuos.**

## Instrumentos a favor del conocimiento y el desarrollo

La Fundación CYD, presidida por Ana Patricia Botín, se ha convertido en uno de los referentes en el proceso complejo de la modernización de nuestro sistema universitario. En sus 10 años de existencia, la Fundación CYD ha generado conocimiento necesario a través de

diversas publicaciones, fundamentalmente su informe anual, el Informe CYD; ha comunicado y difundido sus mensajes en reuniones, desayunos de trabajo, jornadas, blogs y medios de comunicación; y ha promovido todo tipo de intercambios con los actores más directamente relacionados con el tema.

Sin duda, el Informe CYD es el instrumento más conocido y apreciado de la fundación. Sus cinco capítulos analizan de forma pormenorizada aspectos tales como la oferta y demanda universitaria, su impacto económico, los graduados y el mercado de trabajo, la cultura emprendedora o las aportaciones de algún ranking como, en el caso más reciente, el de las universidades españolas basado en indicadores de producción científica.

### **La relación universidad-empresa ha de dar un paso cualitativo y transformarse en compromiso de la universidad con la sociedad en general y con la empresa en particular**

Para un futuro próximo la fundación está ultimando un nuevo instrumento: el Ranking CYD, que aportará aquella información necesaria para que las instituciones y las familias puedan tener una idea más clara de la posición de las universidades españolas con respecto a una serie de indicadores. Su interés se verá aumentado por la relación de complementariedad con el ranking internacional promovido por la Comisión Europea, el U-Multirank.

Al margen de todo ello, la Fundación CYD está trabajando en la actualidad en tres grandes temas de sobrada justificación:

-La empleabilidad. La cifra de paro de los graduados universitarios (14 %) dobla la del conjunto de la UE 27. Entre las causas que lo motivan podrían estar un tejido industrial que no crea suficientes puestos de trabajo de esta categoría, una formación poco práctica, una lenta adecuación a la demanda y una baja cultura emprendedora; pero los costes de esta situación no son sostenibles.

-La reforma del sistema. La Fundación CYD viene incidiendo desde su creación en este tema, y no es posible demorarlo más. Hay ya un reconocimiento generalizado de que sin hacer nada no es ya posible avanzar en el cumplimiento de las actuales misiones de la universidad. Es la hora de actuar.

-La internacionalización. La cultura inherente al entorno de la globalización debería acentuar el proceso de colaboración de nuestras universidades públicas con instituciones de otros países. En este aspecto se deberían tomar medidas para solventar los problemas que obstaculizan políticas más activas para la atracción de estudiantes de grado extranjeros (con el 4 % actual estamos muy lejos de la media de las universidades importantes del mundo).

A título de conclusión, la Fundación CYD se creó hace 10 años con la misión de reforzar el papel de las universidades como motores del desarrollo, entre otras razones porque las empresas lo necesitan. Pero solo serán verdaderos motores si generan suficientes conocimientos que se puedan transferir al conjunto del país; si forman personas con altas capacidades de empleabilidad, y si cooperan con las empresas facilitando todo tipo de innovaciones y contribuyendo a enriquecer el tejido productivo del país. Este es nuestro compromiso.



<http://www.sxc.hu/>