

LA COLABORACIÓN UNIVERSIDAD-EMPRESA COMO MOTOR DE CRECIMIENTO ECONÓMICO

Valentín Pich

Presidente del Consejo General de Colegios de Economistas de España

“Sin investigación básica, no hay ciencia”. Margarita Salas.

RESUMEN

Esta voluntariosa aproximación pretende mostrar algunas de las circunstancias relativas al papel que desempeñan las universidades en su contribución a la sociedad española haciendo especial hincapié en la colaboración universidad-empresa desde la perspectiva de la investigación en economía, y llamando la atención sobre la necesidad de que el sistema universitario en nuestro país se convierta en un claro protagonista en la generación de nuevos modelos productivos para lo que es necesario implementar mecanismos eficientes que fortalezcan la vinculación entre los ámbitos universitarios y los empresariales, y, desempeñando en ello la universidad un papel social más destacado de lo que ha venido teniendo en el pasado. El artículo supone mi particular y humilde aportación a este número de la revista en homenaje a la figura de Margarita Salas (Canero, Asturias, 1938-Madrid, 2019) una de nuestras más insignes investigadoras, pionera del Centro de Investigaciones Científicas (CSIC), cuya patente, hablando en términos económicos, ha sido la más rentable en la historia de la investigación de nuestro país.

INTRODUCCIÓN. LA ECONOMÍA, UNA CIENCIA SOCIAL

La inclusión de la economía tal como la tenemos reglamentada hoy en el ámbito universitario y su trayectoria como rama del conocimiento objeto de investigación ha tenido un recorrido relativamente corto, podría decirse que la economía es una ciencia joven. El proceso de transformación por el cual la economía pasa de ser una técnica, con una sistemática, métodos y prácticas aplicadas a una materia concreta, a ser una disciplina científica como rama del conocimiento que se enseña e investiga en las universidades y centros de educación superior se sitúa entre finales de los años 30 y principios de la década de los 50 del siglo XX. Así, elevada al rango de ciencia, más allá de ser un mero conjunto de técnicas, la economía, según señala el Nobel de Economía Paul Samuelson, “se ha preocupado siempre por los problemas de la política pública y del bienestar” (1). Dicho esto, es lógico concluir que, en cuanto rama del conocimiento objeto de investigación, la economía es una ciencia social, y dentro de ese componente social, las investigaciones e innovaciones aplicadas al ámbito de la empresa, en cuanto estructuras que además del beneficio económico tienen una responsabilidad dentro de la sociedad en la que se desenvuelven, tienen un peso específico en la disciplina económica. De hecho, todos nuestros clásicos de referencia en nuestro campo de saber, tienen una única y principal obsesión que es cómo organizarse, y cómo actuar para conseguir unos niveles de riqueza mayores y que esta se pueda distribuir en el conjunto de la sociedad.

Precisamente, atendiendo a ese carácter social de la economía, dentro del vínculo que, evidentemente, une economía con empresa, existe una idea que forma parte del acervo común por la

cual la gestión económica en la empresa está más centrada en la generación de recursos y en criterios exclusivamente de eficiencia, sin poner tanto el foco en el ámbito de la distribución de esos recursos. Sin embargo, los grandes economistas clásicos, los denominados canónicos, han seguido líneas de trabajo en sus investigaciones en las que ha tenido un peso específico el sesgo ético y moralista mediante la búsqueda constante de un modelo económico de bienestar social que permita incrementar y distribuir eficientemente la riqueza.

En cuanto a este sentido social de la economía como ciencia, para el profesor Antonio Argandoña, “La economía es, en definitiva, una teoría de la acción humana que tiene lugar en el marco de unas organizaciones y una sociedad... Seguimos necesitando esa teoría de la acción humana en la economía, pero reconociendo que esa no es toda la acción humana en la sociedad, y que, a menudo, el tema que nos interesa se sale de los supuestos de la acción económica pura, lo que exigirá abrir la economía a otros supuestos y aun a otras disciplinas. Porque si perdemos el “núcleo duro” corremos el riesgo de convertir la ciencia económica en un conjunto de modelos poco conectados entre sí” (2). La afirmación del profesor Argandoña da razón de la multidisciplinariedad que caracteriza a la economía en su vertiente científica, y hace comprensible el hecho de que la economía sea una disciplina permeable al entorno que investiga (cambios en el concepto de valor, de utilidad, de demanda, etc., y cambios conductuales del consumidor, entre otros muchos, afectan a la investigación económica), a la vez que aplicable como marco explicativo de fenómenos y realidades en muy diversos ámbitos, de entre los cuales, uno de los más recurrentes es el de la empresa.

Por último, es necesario hacer mención coincidiendo con la finalización de este artículo, a la crisis sanitaria que se está produciendo a nivel mundial por el coronavirus, dadas las importantes connotaciones que está teniendo en el terreno sanitario, económico, social e institucional, y que está poniendo de manifiesto de manera incuestionable la importancia de la investigación, y de una fluida relación entre universidad y empresa para nuestro desarrollo presente y futuro.

Asimismo, he de señalar que, aunque he estado ligado al mundo universitario, tanto por mis estudios como en mi trayectoria posterior por relaciones con personalidades del mundo universitario, así como a nivel institucional, y por cursos de especialización, mi trayectoria vital y profesional está directamente ligada al mundo empresarial y profesional de los que soy más conocedor que del ámbito universitario, y es desde esa perspectiva, la empresarial, desde la que cabe interpretar la presente aportación.

LA UNIVERSIDAD Y SU CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD: UNA CUESTIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO

En los últimos treinta años, el debate sobre la contribución que realizan las universidades a su entorno social y económico ha sido un tema recurrente en su contexto, pero, quizá, insuficientemente abordado y tradicionalmente objeto de controversia. No obstante, existe un convencimiento generalizado por el cual se entiende que la contribución de las universidades a la sociedad en que se incardinan es fundamental para el buen desarrollo económico y social de los países. El establecimiento de intensas y estrechas relaciones universidad-sociedad, constituye un eje básico de dicho desarrollo, especialmente en un país como España con un tejido productivo con importante tasa de paro y alta temporalidad laboral. Así, según se desprende del informe “La contribución socioeconómica del Sistema Universitario Español” (3) elaborado por el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) a instancias de la Confederación de Rectores de la Universidad Española (CRUE) que se publicó en diciembre de 2019, “los efectos económicos de las universidades españolas se derivan del capital humano que generan y su actividad futura. Los egresados perciben unos ingresos laborales que superan en un 58,9% la media del país y tienen una probabilidad de ser activos y estar ocupados muy superior a la de los individuos con menos formación. De esta forma, el Sistema Universitario Español (SUE) contribuye a aumentar en 1,3 puntos porcentuales la tasa de actividad de España y a reducir la de paro en 0,7 puntos”. Asimismo, referido a la temporalidad laboral, según

refleja este mismo informe, “respecto a los individuos que solo cuentan con educación obligatoria, los universitarios tienen casi 10 puntos más de probabilidad de eludir la temporalidad laboral, 7 puntos más de tener un trabajo a jornada completa y hasta 31 puntos más de probabilidad de estar empleados en una ocupación cualificada”.

Pese a que todos estos datos respaldan los innegables beneficios que proporciona la universidad como motor de desarrollo económico, ello choca, paradójicamente, con una realidad en la que se han implementado de manera residual los mecanismos que favorezcan una relación fluida entre la universidad y la sociedad que redunden sobre todo en mayor rentabilidad de una y de otra. De hecho, existe una opinión generalizada entre el mundo universitario y los entornos de la sociedad que más interactúan con el mismo por la cual son necesarias aún vías de colaboración entre las universidades y la sociedad en su conjunto, y entre la universidad y las empresas en particular, que permitan una elevada y eficiente aportación de las primeras a las demás. Si bien, como se ha señalado, actualmente la contribución es más bien reducida y, además, limitada a un número concreto de campos.

Entre las tres principales funciones desarrolladas por las universidades sobre las que cabe trabajar para que, a través de ellas, estas contribuyan al desarrollo económico y social del entorno en que se incardinan y que redunden en la mejora de la competitividad de su tejido empresarial destacan las ya tradicionales de transmisión de conocimiento –formando estudiantes y futuros profesionales–, y la de investigación, además de una tercera, más novedosa y que ha cobrado especial auge sobre todo desde los años noventa del siglo XX como es la de transferencia de tecnología.

A este respecto, los análisis efectuados no son numerosos, pero revelan de manera generalizada que las aportaciones de estas, sobre todo en los campos correspondientes a investigación y tecnología, han sido reducidas para el caso de España, siendo más significativas en los países más desarrollados. En este sentido, resulta conveniente en nuestro caso considerar seriamente la necesidad de impulsar la contribución de las universidades a la sociedad española, y, consecuentemente, potenciar la interacción entre la universidad y la empresa, y ello por cuatro motivos principalmente como son:

- Nuestro país requiere de una adaptación constante del modelo productivo, competitivo y capaz de garantizar unos niveles adecuados del Estado de Bienestar.
- La transformación estructural que están experimentando las universidades las obligará a abrirse y relacionarse cada vez más con la sociedad, facilitando el retorno a esta de los recursos aplicados a través de los presupuestos públicos destinados al cumplimiento de sus fines.
- Es necesario hacer frente desde el sistema universitario y el tejido empresarial a las elevadas tasas de paro que caracterizan a España y a las dificultades de inserción laboral y de desarrollo profesional por parte de una generación de jóvenes, la actual, con un alto nivel de formación y cualificación.
- Tener presente el entorno comunitario y los retos futuros que se plantean en términos de educación superior y modelo universitario, de un lado, y de industria y nuevas tecnologías, del otro.

Para tener una percepción a este respecto referido a las facultades del ámbito económico, en el año 2015, el Registro de Economistas Docentes (REDI) –órgano especializado del Consejo General de Economistas de España en los campos de la investigación y la docencia– elaboró una encuesta entre sus miembros, economistas que desarrollan su actividad en el campo de la investigación y la docencia, sobre el grado de interacción de las universidades con el entorno exterior. En general, los aspectos en los que la contribución de las universidades a su ámbito territorial de referencia es mayor son, en este orden: formación universitaria, potenciación de la I+D+I, transferencia de tecnología, impulso de

desarrollo económico y social, y obtención de competencias y aptitudes por los alumnos que favorecen la empleabilidad, tales como trabajo en equipo, idiomas o capacidad analítica, entre otras.

En el caso concreto de la relación universidad-empresa, las opiniones de los encuestados reflejaban una percepción poco favorable al respecto. Así, el 48,5% de los economistas docentes universitarios consideraba que el nivel de relación entre estos dos ámbitos era reducido; un 29,7%, muy reducido; un 19,1%, elevado, y tan solo un 2,6% lo calificaba como muy elevado. Como conclusión general, los economistas encuestados consideraban que, para las universidades, sus relaciones con las empresas tienen una importancia mayor de la que poseen para las empresas sus relaciones con las universidades.

Por ello, para tomar las medidas adecuadas que redunden en la más eficiente transmisión del conocimiento generado en las universidades españolas en beneficio de la sociedad, en 2008 se formó la *Comisión de Expertos Internacionales de la Estrategia Universidad* (EU2015) (4). La Estrategia Universidad 2015, aprobada en Consejo de Ministros en 2009, pone de manifiesto en su informe final “Audacia para llegar lejos: universidades fuertes para la España del mañana”, la importancia de una relación bidireccional fluida entre universidad y sociedad acorde a una realidad tan cambiante como la actual al afirmar entre sus conclusiones que “en un mundo que se enfrenta a diversos y complejos problemas que no pueden resolverse exclusivamente por medios tecnológicos o normativos sino que requieren, ante todo, un auténtico cambio de mentalidad, muchos países esperan que sus universidades desempeñen un papel mucho más destacado y decisivo en la búsqueda de soluciones que en el pasado”. Así mismo, entre las medidas para que esto se produzca dicha comisión manifestaba que “las iniciativas públicas que fomentan la asociación entre las instituciones profesionales, las universidades de investigación, las empresas y los centros de tecnología pueden afianzar la educación en el triángulo del conocimiento, mejorar la continuidad entre la investigación básica aplicada, y transferir conocimientos al mercado de modo más eficaz”.

La propia Comisión Europea reconoce, dentro de su programa *Estrategia Europa 2020* –puesto en marcha en 2010–, la importancia de implementar políticas activas en este sentido. Así, entre los principales objetivos para alcanzar unas bases sólidas de crecimiento económico en el entorno de la UE el programa plantea la inversión del 3% del Producto Interior Bruto en investigación, así como incrementar el número de titulados superiores hasta al menos el 40%, considerando que la titulación superior confiere una mayor garantía de empleo. (5)

Esa mayor garantía de empleabilidad de los titulados superiores frente a los que no tienen estudios universitarios tiene su constatación a la vista de los datos del último informe *La universidad española en cifras. Año 2017 y curso académico 2017/2018* (6), que elabora la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE) y que se hizo público en diciembre de 2019. Según este informe, la tasa de empleo para la población activa en general era algo superior al 76% de media en la UE y los países de la OCDE, porcentaje que sube hasta el 86% y el 85,4% respectivamente para los titulados superiores. Para el caso de España, los datos no son del todo desfavorables. Así, mientras que el grado de empleabilidad de los universitarios mejora respecto de los que no tienen un título superior, un 11,3% de media en la OCDE y un 12,4% en la UE, en España este porcentaje sube hasta el 17,4% para los trabajadores con formación universitaria. De los que se puede concluir que nuestra universidad garantiza mayor grado de incursión en el tejido productivo a nuestros estudiantes respecto del total de población activa de que disponemos de lo que lo hacen países de nuestro entorno, lo que en cierto modo choca con la idea de la mala inserción laboral de nuestros universitarios.

LAS RELACIONES UNIVERSIDAD-EMPRESA EN ESPAÑA Y LA NUEVA REALIDAD EMPRESARIAL

Atendiendo a los estudios publicados en este sentido, puede decirse que actualmente las relaciones entre las universidades y las empresas españolas son todavía mejorables, siendo que

ninguna de las dos implicadas termina de ver la utilidad concreta de esta interacción para el desarrollo de sus fines. En el caso de España, la idiosincrasia de su tejido empresarial en el que prácticamente el 99% de las empresas son micropymes hace que esta cooperación se vea aún más mermada. Existe una correlación directa y estrecha entre la colaboración universidad-empresa y la dimensión de estas últimas, de tal forma que las empresas más grandes son las que disponen de más medios para implementar vías de colaboración con la universidad, de la misma manera que las medianas y pequeñas empresas se enfrentan a mayores dificultades en este empeño, no pasando de contactos de tipo informal no precursores de vínculos contractuales más formales.

Por tanto, nos guste o no nos guste, hay que constatar un desconocimiento profundo de las pymes y de lo mucho que puede hacer el mundo universitario por ellas.

Desde una perspectiva práctica, cabe señalar que la potenciación de una mayor contribución de las universidades a la sociedad, y, particularmente, el impulso de unas relaciones más intensas de estas con las empresas se materializará de diferentes formas, pero existen cuatro fundamentos básicos que podría ser necesario abordar y que exigen un verdadero compromiso social a nivel amplio como son:

- **Organización:** Mejorar la estructura organizativa de las universidades para favorecer el recurso por parte de la sociedad de las empresas a las universidades.
- **Información:** Dar a conocer las universidades y los servicios que ofrecen a la sociedad en general y a las empresas en particular.
- **Cultura y confianza:** Encajar la cultura que caracteriza el funcionamiento de las universidades con la cultura que caracteriza el funcionamiento de las empresas potenciando la confianza entre ambos campos.
- **Comunicación:** Establecer canales de comunicación directos y estrechos entre las universidades y las empresas.

Una nueva realidad empresarial:

En los últimos años venimos asistiendo a un cambio radical en la gestión empresarial que insta a las empresas a acometer sistemas adaptativos para llevar a cabo su operativa diaria alejada de procesos de dirección y producción que se van quedando obsoletos. Estos cambios proponen retos de innovación constante por parte de estas para sobrevivir en un mercado que exige otros paradigmas, y son la vía ineludible hacia la implantación de un tejido productivo más eficiente en nuestro país. Así, tres son los nuevos marcos en los que la empresa ha de apostar en su camino hacia una completa innovación y en los que la relación universidad-empresa tiene una especial importancia: la globalización, los retos de la economía digital y las nuevas competencias profesionales derivadas de esta, y la Responsabilidad Social Corporativa.

Así, en primer lugar, el fenómeno de la *globalización* surgido en las últimas décadas del siglo XX impone hoy en día modelos empresariales que trascienden la localización. El actual entorno, ampliamente interconectado, en el que se maneja un número ingente de datos y el uso de la inteligencia artificial han abocado a las empresas a acortar su capacidad de respuesta y adaptación a esta nueva realidad. En este contexto, la investigación e innovación de la mano del mundo de la Universidad en unión directa a lo que las empresas demandan es una vía eficiente para minimizar el tiempo de adaptación de estas y para la configuración de un tejido productivo moderno y eficiente. Sin embargo, en España, este esfuerzo en innovación es todavía residual si lo comparamos con países de nuestro entorno. Según pone de manifiesto Juan Pedro Moreno, presidente de la consultora *Accenture*, “Las empresas españolas de más de 250 trabajadores invierten en I+D+i la mitad que sus homólogas europeas o hasta cuatro veces menos que las empresas alemanas...es necesario que la innovación se

sitúe en el centro de la política económica en España. El apoyo fiscal a la I+D+i empresarial es, en España, tres veces menos intenso que en Portugal o diez veces menos intenso que en Francia”. (7)

En segundo lugar, si hablamos de los retos de la *economía digital* no podemos obviar que entre estos uno de los más significativos es aquel que exige nuevas competencias profesionales que en muchos casos no se han abordado o lo han hecho de manera tangencial en los planes de estudio universitarios. Pero además de afectar de manera clave a los planes de estudio, la economía digital incita a crear una nueva era empresarial tal y como lo explica el profesor Xavier Ferrás, al afirmar que “En muchas ocasiones, la clave de la competitividad no pasa por la transformación, sino por la completa reinención del modelo de negocio”. Un paso, para el que es necesario un alto grado de innovación que según Xavier Ferrás, “solo puede hacerse desde la periferia de la organización. Desde el núcleo de negocio, las rutinas, los procesos y la experiencia acumulada intentarán aniquilar cualquier iniciativa innovadora que no vaya directamente dirigida a reforzar ese núcleo... Por ello, hoy se extienden las metodologías de la exploración en contraposición a las de explotación”. (8)

Todo ello explica la importancia de implementar incubadoras de empresa en el ámbito universitario que den razón de la importancia investigadora para la necesaria evolución desde modelos empresariales obsoletos hacia modelos de organización emergentes que son la clave de un tejido productivo moderno.

Por último, en tercer lugar, el *buen gobierno corporativo* se ha convertido desde hace relativamente pocos años en una novedad en el modo en que las empresas llevan a cabo su gestión, introduciendo, en esta, nuevos conceptos generadores de valor para la organización. Así, entre los beneficios que proporciona a nivel económico, social y medioambiental, la Responsabilidad Social Corporativa fomenta la generación del denominado *Círculo Virtuoso de la Sostenibilidad* en el ámbito que rodea a la empresa, lo que se traduce en una gestión más eficiente en la asignación y utilización los recursos de los que esta dispone a partir del binomio Buen Gobierno-Cumplimiento. La legislación española ha querido fomentar el desarrollo de los principios de buen gobierno en las empresas a través de tres cuerpos legislativos: El Código Penal que regula la responsabilidad penal de la persona jurídica y de sus administradores, la Ley de Sociedades de Capital para la mejora del Gobierno Corporativo (Ley 31/2014) en la que se desarrolla el concepto de la debida diligencia y aspectos ético-funcionales para los administradores de la empresa y el Código de Buen Gobierno para las sociedades cotizadas de la CNMV (de febrero de 2015) en el que se definen 25 principios y 64 recomendaciones de buenas prácticas en las organizaciones.(9). Asimismo, la Ley de Información no financiera y diversidad (Ley 11/2018, de 28 de diciembre), ha supuesto un significativo avance en este sentido al dotar a esta “otra” información de la empresa de una importancia crucial. Para el profesor Eduardo Bueno “una información corporativa financiera adaptada la nueva realidad socioeconómica, junto a la información no financiera dará satisfacción a los requerimientos de directivos, inversores y grupos de interés en el presente siglo, nueva perspectiva que implica un profundo cambio cultural y de adaptación al nuevo paradigma de la *era del conocimiento* y de su modelo de empresa” (10).

CONCLUSIONES

La universidad en España tiene, hoy en día, un grado de empleabilidad aceptable, sin embargo, el grado de interrelación entre universidad y empresa tiene aún en nuestro país deficiencias que cabe subsanar. Para avanzar en este camino varias son las líneas de acción que se pueden llevar a cabo como son:

- Dar a conocer las actividades universitarias entre las empresas.
- Analizar la puesta en marcha de instrumentos e incentivos para que los investigadores universitarios se preocupen y realicen investigaciones con aplicabilidad directa en las empresas.

- Facilitar el acceso de las empresas a las universidades y, especialmente, a los diversos estamentos de sus estructuras internas.
- Promover contactos bilaterales entre los dos ámbitos mediante acciones colectivas diversas.
- Impulsar marcos de partenariado transparentes y equilibrados que favorezcan el desarrollo de proyectos de investigación y la transferencia de tecnología.
- Potenciar la movilidad e intercambio de personas entre universidades y empresas, estimulando la realización de prácticas por parte de profesores universitarios en empresas y el reciclaje profesional de directivos y personal de la empresa en las universidades.

Creo que, en este punto, todos somos responsables, pero con todo el cariño del mundo pienso que el mundo universitario debería hacer un cierto acto de conciencia para hacer esta aproximación al mundo de la empresa, que provoque una dinámica en la que unos y otros, todos, saldríamos beneficiados.

El mundo universitario de nuestro país tiene un gran potencial. Por ello debemos explorar canales de comunicación y simbiosis entre las pymes para el bien tanto de la universidad como de la sociedad.

En cuanto a esos canales de comunicación, realmente se están haciendo cosas importantes en el marco de las grandes empresas, lo que podría ser extensivo a pymes pues todo lo que sea tender puentes, buscar “promiscuidades” entre el mundo de la empresa y la universidad, si se hace, será bueno para todos pero especialmente para las empresas y el ámbito universitario.

BIBLIOGRAFÍA

1. Paul Samuelson (2018): “Fundamentos del análisis económico”. Reedición. Fundación ICO.
2. Antonio Argandoña (2018): Estudio Introductorio a la reedición “Fundamentos del análisis económico” de Paul Samuelson. Fundación ICO.
3. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (2019): “La contribución socioeconómica del Sistema Universitario Español”.
4. La Estrategia Universidad 2015 se creó en 2008 con el objetivo de mejorar la calidad del sistema universitario español en su conjunto situando a las universidades españolas entre las mejores europeas y sus campus más competitivos, entre los de mayor prestigio internacional.
5. Comisión Europea: “Europa 2020: La estrategia de la Unión Europea para el crecimiento y la ocupación”.
6. Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE): “La universidad española en cifras. Año 2017 y curso académico 2017/2018”. Edición 2019.
7. Juan Pedro Moreno (2019): “¿Estamos preparados para la globalización 4.0? Revista Economistas nº 165. Colegio de Economistas de Madrid-Consejo General de Economistas de España. Octubre 2019.
8. Xavier Ferrás (2019): “Innovación disruptiva: Impacto a nivel empresarial, sectorial, nacional y global”. Revista Economistas nº 165. Colegio de Economistas de Madrid-Consejo General de Economistas de España. Octubre 2019.
9. Consejo General de Economistas de España-Registro de Economistas Auditores (2018): “Guía de buen gobierno para empresas pequeñas y medianas”. Enero 2018.
10. Eduardo Bueno: “La información corporativa no financiera sobre la creación de valor en la sociedad del conocimiento y la economía digital”. Revista Técnica económica nº 183. Colegio Central de Titulados Mercantiles de Madrid, Economistas Contables-Consejo General de Economistas de España.