

Vínculos imperativos entre la universidad y la empresa

La universidad debe ver a la empresa más como un cliente que como un financiador de la educación superior, y la empresa deber ver a la universidad como un proveedor de oportunidades y valores de competitividad económica para su sector.

Entendiendo que la universidad tiene por misión social, la ampliación del saber mediante la función de producción de conocimientos y recreación de conocimientos existentes, al presente existen dos corrientes de cómo se considera tal responsabilidad: De una parte la percepción de la investigación como una actividad intelectual guiada por las exigencias del método científico y por el derecho a la búsqueda de la verdad sin restricciones. En tal actividad, el interés primero y último es el saber mismo sin relación con o preocupación inmediata por su utilidad en contextos sociales determinados. De otra parte está la percepción de quienes consideran que no todo lo deseable por conocer deber ser investigado y que por lo tanto la actividad intelectual, productora de conocimientos debe ser encausada en contextos precisos de naturaleza económica, social y cultural que condicionan

su alcance, límites y significación. En la actualidad, es necesario entender que la universidad debe articularse orgánicamente con la sociedad, no solo mediante la formación de profesionales, función que por su extremo ha conducido al anquilosamiento de la investigación y facilitado la masificación de la matrícula con amplia incidencia en los niveles de calidad. La investigación debe trascender su orientación conservadora (la ciencia por la ciencia) asumiendo como valor organizacional la investigación institucionalizada e interdisciplinaria, no solo en la ciencia básica sino en el terreno de la investigación y el desarrollo tecnológico. La universidad produce un saber útil, el sector productivo y el Estado son sus destinatarios naturales, y en consecuencia, deben darse reglas de juego claras que permitan, mediante acciones conjuntas, atender las necesidades sociales en esta materia. Las universidades no

sólo deben formar profesionales, sino contribuir a la creación de comunidades científicas capaces de convertir el saber en instrumento de desarrollo de la sociedad, adaptar los paradigmas teóricos y tecnológicos generados en la comunidad científica internacional y proponer nuevos enfoques y tecnologías pertinentes al desarrollo de cada país. Se trata de una concepción de la investigación en la que se valora, no sólo su función de producción del conocimiento en el interior de un campo del saber, sino su papel en el contexto económico, social y cultural. Cuando se asume como un valor institucional esta visión de desarrollo es posible encarar con eficacia la compleja relación entre producción científica, tecnología y sociedad, ideando mecanismos de articulación entre la universidad y la sociedad. La universidad moderna debe enfocar su mirada hacia el sector

Pablo A. Herrera Suárez
Administrador de
Empresas.
Vicerrector UPSA.



productivo como cliente y fuente de recursos financieros que espera obtener a través de la prestación de servicios: seminarios especiales, estudios de actualización y educación continua, programas de postgrado, asesoría, asistencia técnica, laboratorios, auditoría tecnológica, incubadora y parques tecnológicos, empresas universitarias, "joint-ventures" con la industria, etc.

La reticencia de los académicos de sentirse parte de un "equipo de gerencia" y su gran susceptibilidad de ser "administrados" dificulta grandemente adoptar esquemas gerenciales que facilitan no sólo el cumplimiento de la misión académica con eficiencia y calidad, sino que permiten consolidar los vínculos con el sector empresario por los niveles de exigencias y control de gestión requeridos. Seguramente la posición tradicional alude que su misión tradicional es la de "crear conocimiento" y no la de "utilizar el conocimiento"; tal vez por temen que de este contacto resulte la evidencia de sus propias incapacidades y limitaciones. Se deja ver a la distancia el tipo de actitud que se ha creado en las universidades en el sentido limitado de percibir el trabajo científico como eminentemente académico, bajo una percepción orientada fundamentalmente a la obtención de reconocimiento a través de la publicación especializada.

Poco es el interés por contribuir a la obtención de resultados prácticos en la forma de nuevas tecnologías o productos o servicios para la sociedad. Y esto constituye un serio escollo que dificulta la vinculación universidad-empresa.

La acción universitaria indudablemente tiene cabida en la articulación con el sector

productivo de una manera más acentuada: a) en la investigación requerida como base para la modernización y reconversión industrial y comercial orientada a la gestión tecnológica de productividad y calidad para la satisfacción plena de la comunidad cliente, y b) en las tareas de re-educación y capacitación de la fuerza de trabajo y de los estamentos de dirección ejecutiva. Es menester reflexionar sobre la

La universidad no debe equivocarse en su percepción de que la empresa deber ser un patrocinador filántropo de la investigación, por motivaciones puramente altruistas.

naturaleza misma de los vínculos universidad-empresa para comprender por qué algunos logran éxitos y otros fracasan. Debemos partir diciendo que la responsabilidad del vínculo no sólo recae en uno de los protagonistas, la universidad, sino más bien es una tarea conjunta e imprescindible para compartir compromisos, esfuerzos y responsabilidad. La universidad no debe equivocarse en su percepción de que la empresa deber ser un patrocinador filántropo de la investigación, por motivaciones puramente altruistas. Esta visión sólo niega un encuentro satisfactorio, ya que la empresa deber ser la más interesada en reducir la dependencia exterior por tecnologías de otros países, mediante la coparticipación de laboratorios y programas de desarrollo científicos y tecnológicos de las universidades locales,

escenarios naturales para irradiar en mejor forma la transferencia tecnológica.

Así es como mejor se justifica el objetivo de maximizar el "valor de oportunidad" de las empresas, a través de la productividad que se logre extraer de los recursos escasos que se invierten en investigación y tecnología.

El Gobierno también asume una posición ilusoria cuando niega incluir estímulos reales que están a su alcance, como incentivos o alivios tributarios o aún de aportes directos, para ayudar a financiar los programas y proyectos que emprendan la universidad y la empresa en forma conjunta.

Esta percepción estratégica, implica que la universidad debe ver a la empresa más como un cliente que como un financiador de la educación superior, y la empresa deber ver a la universidad como un proveedor de oportunidades y valores de competitividad económica para su sector.

Por su parte el Estado debe seguir asumiendo la responsabilidad pública de financiar la educación superior con mayor y mejores asignaciones, de las recaudaciones generales que se hacen de los contribuyentes.

Ello, tampoco los obliga a renunciar la supervisión y control del destino y resultados que se den a dichos recursos. De este enfoque resulta la existencia y justificación de la universidad, y se hace imperativo el mantener un vínculo sólido entre la universidad y la empresa para orientar a esta última al servicio y satisfacción real y efectiva de la comunidad

