



## Anexo II

La Universidad  
y la Empresa españolas



## Introducción

En el año 2004 la Fundación CYD elaboró y realizó una encuesta a empresas españolas, que permitió analizar las relaciones existentes entre la Empresa y la Universidad españolas. Algunas de las conclusiones que se extrajeron de aquel estudio ponían de manifiesto determinadas disfunciones. Las dos más destacables eran: el escaso reconocimiento por parte de la Empresa hacia el papel de motor de desarrollo económico que debe ejercer la Universidad y la opinión mayoritaria por parte de la Empresa de tener una escasa relación con la Universidad.

Pasado algo más de un quinquenio, de nuevo la Fundación CYD ha promovido la ejecución de una nueva encuesta<sup>2</sup>, de características equivalentes a la anterior, con el objetivo de volver a analizar la relación entre la Empresa y la Universidad españolas, pero también, con la finalidad de detectar si las principales tendencias que se pusieron de manifiesto en el anterior trabajo de campo siguen manteniéndose en la actualidad.

El contenido de la encuesta está dividido en tres grandes apartados.

El primero, relativo al **marco general de interacción existente entre la Universidad y las empresas**, intenta establecer a través de cinco epígrafes el tipo de relación Universidad-Empresa, así como el grado de aceptación que las empresas tienen sobre el mismo y, finalmente, la opinión de las empresas respecto al papel de la Universidad como motor de desarrollo económico.

El segundo, relativo a la **inserción laboral y formación de postgrado y continua**, plantea a través de 8 epígrafes la opinión empresarial respecto a la oferta universitaria actual en esos ámbitos. Haciendo hincapié en: cuáles son las principales expectativas de las empresas respecto a la formación de titulados universitarios, cuáles son los principales proveedores de formación de las empresas y, finalmente, el grado de recurrencia a la Universidad ante las necesidades de formación de las empresas.

El tercer apartado, relativo a la **transferencia de tecnología**, mediante cinco epígrafes pretende sondear la opinión empresarial respecto a la aportación tecnológica que actualmente ofrece la Universidad a las empresas, así como qué factores pueden considerarse determinantes para la existencia de vínculos de investigación entre Universidad y Empresa.

## Marco general de interacción existente entre la Universidad y las empresas

El casi 54% de las empresas manifiestan haber tenido **algún tipo de relación con la Universidad en el ejercicio de 2008**. Este porcentaje está claramente correlacionado con el tamaño de la empresa. A tal efecto, se ha efectuado una división en tres estratos: empresas menores de 50 trabajadores, entre 50 y 200 trabajadores y más de 200 trabajadores. Para estas tres situaciones aquel porcentaje es del 37%, el 51% y el 82%, respectivamente.

Ante una respuesta afirmativa a la pregunta anterior, se plantean cuatro posibilidades de relación, teniendo en cuenta que estas alternativas no son mutuamente excluyentes:

1. **Convenio para incorporar estudiantes y/o titulados en prácticas.**
2. **Contrato para la prestación de servicios de investigación, formación, asesoramiento, etc.**
3. **Destinación de recursos (subvenciones, esponsorizaciones, etc.).**
4. **Otros.**

El tipo de relación mayoritario es el **convenio para incorporar estudiantes y/o titulados en prácticas**, puesto que supone el 77% de los casos, observándose, igualmente, una estrecha correlación con el tamaño de

2. Una versión ampliada de los resultados de esta encuesta se encuentra en el Documento CYD, número 14.

la empresa (para más de 200 trabajadores aumenta casi al 85%, lo que puede interpretarse como una mayor facilidad de acceso a la Universidad y, posiblemente, como un problema de información asimétrica). El segundo tipo de relación considerado más importante es el **contrato para la prestación de servicios de investigación, formación, asesoramiento, etc.**, con un 42%, (desde el punto de vista del tamaño, la encuesta no aporta una evidencia tan clara como en el anterior apartado, aunque para empresas de más de 200 trabajadores, aumenta hasta el 46%). El tercer tipo de relación en importancia, con un 27%, es la **destinación de recursos (subvenciones, esponsorizaciones, etc.)** con un aumento hasta el 41% para las empresas de mayor tamaño.

Otro epígrafe del cuestionario intenta determinar la opinión empresarial respecto al papel de la Universidad, su estructura organizativa y el compromiso Universidad-Empresa en el desarrollo económico, mediante las tres preguntas siguientes, que se valoran en la escala de cinco tramos de “Totalmente en desacuerdo” a “Totalmente de acuerdo”:

1. **¿Actúa la Universidad como motor de desarrollo económico?**
2. **¿Tiene la Universidad una organización apropiada para ejercer la función de desarrollo económico?**
3. **¿Están las empresas suficientemente comprometidas con el modelo de Universidad como motor de desarrollo económico?**

La opinión respecto a si **la Universidad actúa como motor de desarrollo económico**

obtiene el resultado siguiente: el 35% se muestra indiferente, el 38% rechaza ese papel para la Universidad, el 22% cree que sí lo ejerce y el 5% no se pronuncia. La opinión respecto a si **la Universidad tiene una organización apropiada para ejercer la función de desarrollo económico** ofrece el siguiente resultado: el 24% se muestra indiferente, el 55% cree que la Universidad no dispone de tal organización, el 11% cree que sí y el 10% no se pronuncia. Finalmente, la opinión respecto a si **las empresas están suficientemente comprometidas con el modelo de Universidad como motor de desarrollo económico** se distribuye en la forma siguiente: el 21% (26%) se muestra indiferente, el 66% (60%) cree que no existe tal compromiso, el 7% (9%) cree que sí y el 7% (5%) no se pronuncia. Los resultados apuntados transcriben un cierto empeoramiento, respecto al informe de 2004, de la opinión de las empresas hacia el papel que debe ejercer la Universidad en el desarrollo económico.

El último de los epígrafes de este apartado se destina a determinar en **qué ámbitos creen las empresas que la Universidad realiza una contribución al desarrollo económico**. Para ello se ofrecen hasta nueve posibilidades no excluyentes entre ellas.

Los resultados para los nueve ámbitos contemplados se muestran en el cuadro 1, en la que se recoge el porcentaje de elección que ha mostrado cada uno de los ítems.

De forma paralela a la respuesta anterior, el cuestionario también pregunta cuáles son, de entre las nueve actuaciones anteriores, las tres más destacables, para que la Universidad contribuya al desarrollo

**Cuadro 1. Porcentajes de elección de los ámbitos en los que las empresas creen que la Universidad realiza una contribución al desarrollo económico**

1	Haciendo posible el acceso a la formación superior	90%
2	Reteniendo a los estudiantes en su ámbito territorial de influencia	29%
3	Adecuando sus titulaciones a las necesidades de formación de su ámbito territorial de influencia	48%
4	Atrayendo al ámbito territorial de influencia a estudiantes de otros ámbitos geográficos	48%
5	Apoyando a las pequeñas y medianas empresas	23%
6	Actuando como motor de innovación gracias a las actividades de transferencia de tecnología	57%
7	Actuando como socio de proyectos de investigación con las empresas	51%
8	Siendo un elemento que favorece las decisiones de inversión externas en la región	27%
9	Considerándola agente importante en las orientaciones estratégicas de su ámbito territorial de influencia	34%

**Cuadro 2. Comparación del ordenamiento según la oferta de la Universidad y las expectativas empresariales**

	Ámbitos de actuación de la Universidad	Universidad	Empresa	Dif.
1	Haciendo posible el acceso a la formación superior	1	1	0
2	Reteniendo a los estudiantes en su ámbito territorial de influencia	7	7	0
3	Adecuando sus titulaciones a las necesidades de formación de su ámbito territorial de influencia	4	4	0
4	Atrayendo al ámbito territorial de influencia a estudiantes de otros ámbitos geográficos	5	6	-1
5	Apoyando a las pequeñas y medianas empresas	9	5	+4
6	Actuando como motor de innovación gracias a las actividades de transferencia de tecnología	2	2	0
7	Actuando como socio de proyectos de investigación con las empresas	3	3	0
8	Siendo un elemento que favorece las decisiones de inversión externas en la región	8	9	-1
9	Considerándola agente importante en las orientaciones estratégicas de su ámbito territorial de influencia	6	8	-2

económico. Ello permite confrontar si los aspectos que la Universidad garantiza en la actualidad son realmente los que las empresas consideran más adecuados, pudiéndose analizar si existe o no correspondencia entre los factores tomados en cuenta por la oferta de la Universidad y las expectativas de los empresarios. Este efecto puede observarse en el cuadro 2, en la que se ofrece, respectivamente, la doble ordenación que surge al aplicar los dos criterios mencionados y la diferencia existente en uno u otro **ranking**.

Se aprecia una gran correspondencia entre lo que las empresas esperan de la Universidad en cuanto a su papel en el desarrollo económico y el papel desempeñado por la misma, puesto que cinco de los ítems, cuando se ordenan según ambos criterios, son coincidentes:

ítem 1, ítem 2, ítem 3, ítem 6, ítem 7. Hay que destacar que en el ítem 5 (**Apoyo a las pequeñas y medianas empresas**) es donde se encuentra la mayor variación de ordenación (cuatro puestos) al pasar al último lugar en cuanto al papel real de la Universidad, mientras que por lo que respecta a la importancia que le otorgan las empresas se sitúa en quinta posición.

Este resultado, corroborado por algunos otros relativos a la dimensión empresarial, señala una de las principales conclusiones del estudio: las dificultades que encuentran las pymes para colaborar e interactuar con la Universidad, aspecto que ya se puso igualmente de relieve en el informe de 2004; y que parece ser que transcurridos estos seis años continua siendo un punto de desencuentro principal.

**Cuadro 3. Porcentajes de valoración positiva de competencias-aptitudes y calificación media**

	<b>Competencias-aptitudes</b>	<b>%</b>	<b>nota</b>
<b>1</b>	Conocimientos teóricos	59%	3,79
<b>2</b>	Formación práctica	49%	3,46
<b>3</b>	Aptitud para trabajar en equipo	59%	3,85
<b>4</b>	Capacidad para comunicarse eficazmente con colegas y clientes	54%	3,67
<b>5</b>	Capacidad de gestión y comunicación	55%	3,64
<b>6</b>	Idiomas	51%	3,56
<b>7</b>	Informática y nuevas tecnologías	61%	3,85
<b>8</b>	Motivación y disposición para el trabajo	58%	3,81
<b>9</b>	Aptitud para aprender	65%	4,05
<b>10</b>	Capacidad para resolver problemas	58%	3,69
<b>11</b>	Habilidades directivas	29%	3,06
<b>12</b>	Capacidad de análisis	61%	3,80

## Inserción laboral y formación de postgrado y continua

Existe una clara unanimidad respecto a que **la Universidad debe promover las actitudes emprendedoras de los estudiantes**, el 99% (97%) responde afirmativamente a la cuestión.

Sobre **la adecuación de la formación de los actuales titulados universitarios a los requerimientos de los puestos de trabajo**, en la escala “Muy insatisfactoria” a “Muy satisfactoria” en que se mide la respuesta, el porcentaje más elevado lo detenta la opción “Indiferente” con el 60% de los casos. La traducción cuantitativa de esa escala se sitúa por debajo del aprobado, con una valoración media de 2,88 cuando el aprobado es 3.

Un epígrafe de este apartado del cuestionario permite valorar **las competencias-aptitudes que debe tener un titulado universitario para ser contratado por una empresa y en qué medida la Universidad contribuye a garantizarlas**. Se ofrecen 12 competencias-aptitudes no excluyentes entre ellas, que deben valorarse en una escala de cinco tramos de “Nada” a “Mucho”.

Los resultados obtenidos para estos 12 ítems se muestran en el cuadro 3, en la que se reproduce el porcentaje conjunto para la valoración “Bastante” y “Mucho”, así como

la traducción cuantitativa de la escala de valoración, cuyo valor medio es 3.

El anterior resultado permite establecer cuatro grupos. El primero, con las competencias-aptitudes que las empresas creen que la Universidad garantiza sobradamente; a continuación, las que se consideran garantizadas; un tercer grupo, de garantizadas con matices y, finalmente, un grupo de competencias-aptitudes que las empresas consideran que la Universidad debe mejorar. La clasificación se establece como combinación del grado de satisfacción y de la nota media obtenida y se reproduce en el cuadro 4.

Respecto a los resultados de 2004, se puede hablar de una equivalencia sustancial. Es destacable, sin embargo, el significativo aumento de la calificación en todas las competencias-aptitudes analizadas.

De forma muy parecida al último epígrafe del apartado anterior, también ahora se pide en el cuestionario que se indiquen, de entre los 12 ítems propuestos, aquellos tres que se consideren más relevantes. El cuadro 5 muestra el resultado de la ordenación bajo los dos criterios indicados, respectivamente.

En consecuencia, el análisis comparativo nos permite establecer que los mayores desajustes en cuanto a competencias-aptitudes se producen por parte de la

**Cuadro 4. Clasificación de competencias-aptitudes según su grado de garantía**

<b>PRIMER GRUPO: SOBRADEMENTE GARANTIZADAS</b>		<b>SEGUNDO GRUPO: GARANTIZADAS</b>	
<b>9</b>	Aptitud para aprender	<b>12</b>	Capacidad de análisis
<b>7</b>	Informática y nuevas tecnologías	<b>8</b>	Motivación y disposición para el trabajo
<b>3</b>	Aptitud para trabajar en equipo	<b>1</b>	Conocimientos teóricos
<b>TERCER GRUPO: GARANTIZADAS CON MATICES</b>		<b>CUARTO GRUPO: DEBEN MEJORARSE</b>	
<b>10</b>	Capacidad para resolver problemas	<b>6</b>	Idiomas
<b>4</b>	Capacidad para comunicarse	<b>2</b>	Formación práctica
<b>5</b>	Capacidad de gestión y comunicación	<b>11</b>	Habilidades directivas

**Cuadro 5. Comparación del ordenamiento según la oferta de la Universidad y las expectativas empresariales**

	<b>Competencias-aptitudes</b>	<b>Universidad</b>	<b>Empresas</b>	<b>Dif.</b>
<b>1</b>	Conocimientos teóricos	4	8	-4
<b>2</b>	Formación práctica	11	3	+8
<b>3</b>	Aptitud para trabajar en equipo	5	2	+3
<b>4</b>	Capacidad para comunicarse eficazmente	9	10	-1
<b>5</b>	Capacidad de gestión y comunicación	8	6	+2
<b>6</b>	Idiomas	10	7	+3
<b>7</b>	Informática y nuevas tecnologías	2	11	-9
<b>8</b>	Motivación y disposición para el trabajo	6	1	+5
<b>9</b>	Aptitud para aprender	1	5	-4
<b>10</b>	Capacidad para resolver problemas	7	4	+3
<b>11</b>	Habilidades directivas	12	12	0
<b>12</b>	Capacidad de análisis	3	9	-6

oferta universitaria en un **exceso** (valores negativos) de **Informática y nuevas tecnologías** y **Capacidad de análisis**, y en una **clara insuficiencia** (valores positivos) en los apartados de **Formación práctica** y **Motivación y disposición para el trabajo**, mientras que existe un cierto equilibrio entre la oferta universitaria y la demanda laboral para el resto de las competencias-aptitudes.

Aproximadamente el 38% de las empresas encuestadas afirma que **ha utilizado los servicios de la Universidad para incorporar a titulados**. Existe una clara correlación de esa utilización con la dimensión de la empresa; puesto que para los tres estratos considerados (empresas con menos de 50 trabajadores, entre 50 y 200 trabajadores y empresas con más de 200 trabajadores), este porcentaje es,

respectivamente, del 7%, el 37% y el 70%. De nuevo, se aprecia la tendencia a establecer relaciones, prioritariamente, con las empresas grandes.

La valoración que se otorga a este tipo de servicios es positiva, puesto que poco más del 11% de las que lo utilizaron declara un grado de satisfacción negativo con los mismos.

Por otra parte, más del 88% de las empresas entrevistadas declara que **ha invertido recursos en formación**. Lógicamente, cuando se examina la distribución según la dimensión de la empresa se confirma la correspondencia esperada entre tamaño y recursos destinados a formación: 77% las menores de 50 trabajadores; 95% las de entre 50 y 200, y 98% las mayores de 500 trabajadores.

**Cuadro 6. Fuentes de formación de la empresa**

		<b>% de elección</b>	<b>% de recurrencia</b>
<b>1</b>	El propio Departamento de Formación de la empresa	63%	64%
<b>2</b>	Escuelas de negocios	41%	27%
<b>3</b>	Empresas de consultoría	60%	36%
<b>4</b>	Universidad	25%	35%
<b>5</b>	Centros de formación profesional continua	46%	38%
<b>6</b>	Cámaras de comercio	38%	28%
<b>7</b>	Organizaciones empresariales-Gremios-Colegios profesionales	45%	32%
<b>8</b>	Sindicatos	14%	18%
<b>9</b>	Proveedores de equipos de materiales	39%	34%
<b>10</b>	Casa matriz de la empresa o vinculadas	24%	39%

Mediante el siguiente epígrafe del cuestionario es posible analizar **cuáles han sido las principales fuentes de formación de la empresa y con qué frecuencia se ha recurrido a las mismas**. En este caso, se identifican 10 posibilidades, no excluyentes entre ellas, para disponer de una amplia panorámica de la estructura de esas fuentes. Los resultados se muestran en el cuadro 6, donde se reproduce el porcentaje de elección, así como el porcentaje conjunto de cuánto se ha recurrido para las valoraciones “Con frecuencia” y “Con mucha frecuencia”.

Ello permite establecer una doble ordenación, según el tipo de proveedor y según la frecuencia con que se recurre al mismo, tal como se muestra en el cuadro 7.

Estos resultados indican que las necesidades de formación de las empresas

están cubiertas prioritariamente por un grupo que integran, en orden de importancia, el **Departamento de Formación de la empresa, empresas de consultoría, centros de formación profesional continua y organizaciones empresariales**. En términos de la frecuencia con que se recurre a ellos, el **propio Departamento de Formación de la empresa** se sitúa muy por encima de cualquiera de las otras 10 posibilidades previstas.

La Universidad se encuentra en el antepenúltimo lugar, situada en el grupo al que se acude marginalmente para solucionar las necesidades de formación de la empresa. Su situación mejora cuando se toma en consideración el grado de recurrencia, si es que así puede considerarse el hecho de situarse en la quinta posición de preferencia por las empresas.

**Cuadro 7. Fuentes de formación de la empresa**

		<b>Elección</b>	<b>Recurrencia</b>
<b>1</b>	El propio Departamento de Formación de la empresa	1	1
<b>2</b>	Escuelas de negocios	5	9
<b>3</b>	Empresas de consultoría	2	4
<b>4</b>	Universidad	8	5
<b>5</b>	Centros de formación profesional continua	3	3
<b>6</b>	Cámaras de comercio	7	8
<b>7</b>	Organizaciones empresariales-Gremios-Colegios profesionales	4	7
<b>8</b>	Sindicatos	10	10
<b>9</b>	Proveedores de equipos de materiales	6	6
<b>10</b>	Casa matriz de la empresa o vinculadas	9	2

**Cuadro 8. Valoración de los programas de formación**

<b>Tipo de programa</b>	<b>%</b>	<b>Nota</b>
Programas de formación general	47%	3,55
Programas de formación “a medida”	67%	3,33

**Cuadro 9. Causas por las que la Empresa no acude a la Universidad**

<b>Causas</b>	<b>Cursos generales</b>	<b>Cursos "a medida"</b>
Desconocía que la Universidad ofrece estos servicios	38%	43%
Conoce estos servicios pero no sabe cómo acceder a ellos	1%	1%
No ha considerado a la Universidad como proveedora de formación	23%	24%
No idoneidad de los cursos / programas ofrecidos	23%	16%
Condiciones de impartición de los cursos inapropiadas	9%	6%
Coste excesivo de los cursos / programas ofrecidos	2%	5%
Otras razones	3%	2%
NS/NC	1%	3%

Cuadro 10. Porcentajes de valoración positiva y clasificación media

	Tipo de programa	%	nota
1	Proyectos de investigación de I+D	58%	3,56
2	Consultoría y apoyo técnico	53%	3,48

El siguiente epígrafe del cuestionario puede introducir algunas pistas que expliquen el resultado negativo anterior. Se trata de sondear a las empresas si han recurrido a la Universidad para dos actuaciones concretas: programas de formación en general y/o programas de formación a medida, elementos esenciales de la función social de prestación de servicios que debe ejercer la Universidad. Una respuesta afirmativa permite obtener una valoración de la actuación llevada a cabo por la Universidad, mientras que una respuesta negativa permite, a través de la selección de un conjunto de posibilidades no excluyentes, analizar las causas por qué las empresas no acuden a la Universidad para resolver este tipo de necesidades.

El 19% de las empresas encuestadas afirma que **ha recurrido a la Universidad para cursos de formación no diseñados exclusivamente para sus empleados**; mientras que tan solo el 4% afirma que **ha recurrido a la Universidad para cursos de formación diseñados a medida para sus empleados**.

A las empresas que han respondido afirmativamente se les pide, además, que efectúen una valoración en la escala de cinco tramos de “Muy insatisfactoria” a “Muy satisfactoria”, lo que ha proporcionado el resultado que muestra el cuadro 8, que reproduce el porcentaje conjunto de las respuestas “Satisfactoria” y “Muy satisfactoria” y la traducción cuantitativa de la escala indicada.

Ante la respuesta negativa, el cuestionario plantea al entrevistado la elección de un

conjunto de siete causas no excluyentes, que hayan motivado el no recurso a la Universidad para la solución de las necesidades de formación de la empresa. En el cuadro 9 se reproducen los porcentajes asignados a cada uno de los ítems que el cuestionario ofrece para seleccionar sobre las dos ofertas.

Los resultados que se recogen en el cuadro 9 muestran que las razones esgrimidas por las empresas para no acudir a la Universidad se pueden resumir con tres de los apartados considerados, puesto que con estos se alcanza el 83% acumulado del total de respuestas; además, se puede convenir que no existen diferencias sustanciales cuando hablamos de formación general o «a medida».

La principal razón aducida por las empresas es que se **desconocía que la Universidad ofrece estos servicios**; alrededor del 40% de los entrevistados así lo consideran, mientras que entre el 23% y el 24% de las empresas afirma que **no ha considerado a la Universidad como proveedora de formación**. Por último, la tercera razón es la **no idoneidad de los programas ofrecidos**, respuesta elegida en el 23% en el caso de cursos generales, y lógicamente en menor medida, aunque aún por encima del 16% para los cursos diseñados «a medida». Es también un hecho destacable en las cuestiones planteadas la coincidencia en el insignificante porcentaje de aquéllos que consideran el coste una razón que impida la relación con la Universidad.

Las conclusiones que se desprenden de este epígrafe vuelven a ser sustancialmente

Cuadro 11. Causas por las que la Empresa no acude a la Universidad

Causas	Proyectos I+D	Consultoría y apoyo técnico
Desconocía que la Universidad ofrece estos servicios	38%	50%
Conoce estos servicios pero no sabe cómo acceder a ellos	7%	9%
La empresa recurre a/o tiene recursos propios	29%	14%
No considera idónea a la Universidad para las tareas de investigación o para prestar estos servicios	7%	13%
Estructura organizativa de la Universidad no adecuada / Coste excesivo	8%	5%
Otras razones	6%	4%
NS/NC	5%	5%

*Nota: Porcentajes asignados a las posibles causas por las que las empresas no acuden a la Universidad para solventar sus necesidades de investigación.*

muy similares a las extraídas del informe de 2004. Y nos llevan a la misma reflexión efectuada en páginas anteriores: pasados seis años persisten los mismos efectos negativos que pueden justificar que la Universidad española no acabe liderando el mercado de la formación continua. En primer lugar, los demandantes de dicha formación desconocen que exista tal función por parte de la Universidad; en segundo lugar, las empresas no identifican a la Universidad como principal agente de formación continua y, por último, en el supuesto de que las dos anteriores razones no se den, las experiencias o contactos establecidos no han sido suficientemente satisfactorios.

### Transferencia de tecnología

El 88% de las empresas encuestadas  **cree que la Universidad debe favorecer, mediante la aportación de recursos humanos, físicos y financieros, la creación de empresas de base tecnológica**. Un porcentaje muy similar, el 86%, opina que **es conveniente potenciar la estancia de profesores universitarios en las empresas y de personal investigador y/o especializado de las empresas en la Universidad**.

De forma similar al planteamiento del apartado anterior, el cuestionario sondea a las empresas en relación a dos cuestiones relativas a su relación en el ámbito de la investigación con la Universidad: **proyectos de I+D, actividades de consultoría, estudios, asesoramiento, y otras acciones que no signifiquen una actividad de I+D**.

El 14% de las empresas encuestadas afirma que **ha recurrido a la Universidad para llevar a cabo proyectos de I+D**. Por otra parte, el 17% afirma que ha contratado **actividades de consultoría, estudios, asesoramiento y otras acciones que no signifiquen una actividad de I+D**.

A las empresas que han respondido afirmativamente se les pide, además, que efectúen una valoración en la escala de cinco tramos de “Muy insatisfactoria” a “Muy satisfactoria”. Proporcionando el resultado de el cuadro 10, que reproduce el porcentaje conjunto de las respuestas “Satisfactoria” y “Muy satisfactoria” y la traducción cuantitativa de la escala indicada.

El balance es en general positivo, puesto que en los dos casos el grado de satisfacción positivo está por encima del 50%. En términos cuantitativos estamos hablando siempre de calificaciones de notable. Cuando la respuesta es negativa y las empresas realizan actividades de I+D, se pide que se señale, entre un conjunto de siete posibilidades no excluyentes, los motivos para no acudir a la Universidad para solventar las necesidades de investigación de su empresa. En el cuadro 11 se reproducen los porcentajes asignados a cada uno de esos ítems, en relación a las dos ofertas contempladas.

Los resultados que se recogen en el cuadro 11 muestran que las razones esgrimidas por las empresas para no acudir a la Universidad se pueden resumir con dos de los apartados considerados: 1 y 3, puesto que con ellos se alcanza el 67% acumulado del total de respuestas. De forma que la principal razón

Cuadro 12. Porcentaje de valoración de la importancia y calificación media

	<b>Factores colaboración Empresa-Universidad</b>	<b>%</b>	<b>calificación</b>
<b>1</b>	Falta de especialistas en la empresa	40%	3,32
<b>2</b>	Capacidad insuficiente de las empresas para llevar a cabo actividades de I+D	53%	3,64
<b>3</b>	Buena reputación de la Universidad	28%	3,14
<b>4</b>	Posibilidad de mejorar la imagen de las empresas	28%	3,13
<b>5</b>	Resolución de determinados problemas científicos o técnicos	55%	3,73
<b>6</b>	Obtención de ayudas públicas de fomento de la I+D+i	47%	3,52

aducida por las empresas para no acudir a la Universidad, tanto en el caso de **proyectos I+D**, como en **actividades de consultoría y soporte técnico** es que **desconocía que la Universidad ofreciera este tipo de servicio**. La segunda causa por la que las empresas no acuden a la Universidad para subcontratar actividades de I+D o para contratar asesoría técnica es que la empresa realiza estas actividades con **recursos propios**.

Hay que destacar que ahora el ítem **no considera idónea a la Universidad para las tareas de investigación o para prestar estos servicios** representa un porcentaje bastante más reducido –el 7% o el 13%– a diferencia de los porcentajes por encima del 20% que en el apartado de formación manifestaban esta opinión. Por otra parte, hay mencionar que un 8% de los encuestados

considera que la estructura universitaria es una razón de peso para no establecer colaboraciones en **proyectos de I+D**. Por último, tiene interés el cruce entre la pregunta relativa a si se considera beneficioso el intercambio de personal investigador y la pregunta referente a si se ha recurrido a la Universidad para colaborar en **proyectos de I+D**, para sopesar si las empresas son consecuentes o no con sus declaraciones de intenciones en este ámbito. El resultado, como ya se ha indicado antes, es que casi el 87% de las empresas responde afirmativamente a la primera cuestión; de este porcentaje, el 92% responde también afirmativamente a la segunda cuestión. La última información que se desprende del cuestionario para este apartado está relacionada con la opinión que manifiestan las empresas ante **qué importancia tienen una**

#### **serie de factores para el establecimiento de relaciones de colaboración tecnológica de las empresas con la Universidad.**

En este caso, se ofrece al entrevistado una lista de seis factores no excluyentes entre sí y se le pide que determine su grado de importancia en una escala cinco tramos que va desde “Sin importancia” a “Máxima importancia”. Ello ha proporcionado el resultado que muestra el cuadro 12, que reproduce el porcentaje conjunto de las dos respuestas que indican mayores grados de importancia y la traducción cuantitativa de la escala indicada.

De los seis factores propuestos en el cuestionario, dos superan el 50% agregando las dos respuestas que otorgan mayor importancia. Estos dos factores más importantes señalan las limitaciones que las

empresas reconocen tener para desarrollar actividades de investigación: **resolución de determinados problemas científicos o técnicos** (económica y humana) e **insuficiente capacidad para realizar I+D** (económica). Un escalón por debajo en términos de porcentaje se sitúan los factores **obtención de ayudas públicas** (económica) y **falta de especialistas en la empresa** (económico). Claramente alejados se hallan los dos últimos factores asociados a cuestiones relacionadas con la imagen o el marketing. En cualquier caso, debe destacarse, por negativa, la última posición que se otorga al factor **buena reputación de la Universidad** como incentivo al establecimiento de colaboración tecnológica con las empresas.

## Conclusiones

### Marco general de interacción existente entre la Universidad y las empresas

- Aproximadamente el 54% de las empresas encuestadas manifestaron haber tenido algún tipo de relación con la Universidad. Este porcentaje se incrementó en 7 puntos respecto a los resultados de la encuesta del 2004.
- El 77% de las empresas que manifestaron haber interactuado con las universidades lo hicieron a través de los convenios para incorporar estudiantes y/o titulados en prácticas.
- Los dos tipos de relación más importantes fueron: los contratos para la prestación de servicios de investigación, formación, asesoramiento, etc., con un 42%, y la destinación de recursos (subvenciones, esponsorizaciones, etc.) desde las empresas hacia la Universidad, con un 27%.
- El 66% de las empresas encuestadas consideró como “Satisfactoria” o “Muy satisfactoria” la relación Universidad-Empresa a través de los convenios para incorporar estudiantes y/o titulados en prácticas, siendo éste el tipo de convenio mejor valorado.
- El 23% de las empresas encuestadas actuó como proveedora de bienes o servicios de la Universidad.
- El 22% de las empresas encuestadas opina que la Universidad actúa como motor de desarrollo económico, mientras que el 38% de las empresas considera que el papel de la Universidad en este aspecto ha sido nulo.
- En comparación con los resultados de la anterior edición de esta encuesta, se observó un incremento en el porcentaje de empresas que opinan que la Universidad no cuenta con una organización apropiada para ejercer como motor de desarrollo económico. Este porcentaje pasó del 43% en el 2004 al 55% en el 2010.
- La opinión con respecto a si las empresas están suficientemente comprometidas con el modelo de Universidad como motor de desarrollo económico aumentó en 2 puntos porcentuales respecto a los resultados de la encuesta del 2004, alcanzando un 7% del total de las empresas encuestadas.
- Destaca como opinión general las dificultades de las pymes para colaborar con la Universidad.
- El 24% de las empresas se muestran insatisfechas en relación con la adecuación de los titulados universitarios a los requerimientos de los puestos de trabajo; un 14%, en cambio, se muestran satisfechas, y un 60% se muestran indiferentes.
- Las competencias o aptitudes mejor valoradas por las empresas de mayor a menor grado de importancia son: i) la aptitud para emprender; ii) la informática y las nuevas tecnologías y, iii) la aptitud para trabajar en equipo.
- Aproximadamente el 38% de las empresas han utilizado los servicios de la Universidad para incorporar titulados. Estos servicios son utilizados especialmente por las empresas de mayor tamaño.
- El 98% de las empresas de más de 200 trabajadores han invertido en formación.
- Las principales fuentes de formación de la empresa fueron las fuentes internas y las empresas de consultoría. La Universidad se situó en el antepenúltimo puesto, justo por encima de los sindicatos y de la casa matriz de la empresa.
- El 19% de las empresas encuestadas afirma que ha recurrido a la Universidad para cursos de formación no diseñados exclusivamente para sus empleados; mientras que tan solo el 4% afirma que ha recurrido a la Universidad para cursos de

### Formación laboral y formación de postgrado y continua

- El 99% de las empresas encuestadas consideran que la Universidad debe promover las actitudes emprendedoras de los estudiantes.

formación diseñados a medida para sus empleados.

- La principal causa por la cual las empresas, alrededor de un 40%, no acuden a la Universidad para solucionar sus necesidades de formación es el desconocimiento de que la Universidad ofrece estos servicios.

### **Transferencia de tecnología**

- El 88% de las empresas considera que la Universidad debe favorecer, mediante la aportación de recursos humanos, físicos y financieros, la creación de empresas de base tecnológica. El 86% de los encuestados opinaron que es conveniente

potenciar la movilidad de personal investigador entre las empresas y las universidades.

- El 14% de las empresas han acudido a la Universidad para desarrollar proyectos de I+D, y el 17% han contratado actividades de consultoría, estudios, asesoramiento y otras acciones que no signifiquen una actividad de I+D.
- Un 38% del colectivo de empresas que desarrollan actividades de investigación no acuden a las universidades para desarrollar sus proyectos de I+D, ya que desconocen la oferta universitaria de este servicio.

- De acuerdo con el colectivo de empresas que desarrollaron actividades de investigación, la principal causa por la que no han acudido a la Universidad para desarrollar sus proyectos de I+D es, en un 38%, el desconocimiento de la oferta de este servicio por parte de la Universidad.
- El 50% de las empresas encuestadas desconoce que la Universidad ofrece servicios de consultoría, asesoría y otras acciones que no signifiquen una actividad de I+D.
- Los principales factores que explican la colaboración entre las empresas y la Universidad son la resolución de determinados problemas científicos o

técnicos y la falta de capacidad de las empresas para llevar a cabo actividades de I+D.



