

COMUNICAÇÕES CIENTÍFICAS

ÁREA 2: POLÍTICAS DO ENSINO SUPERIOR

LA UNIVERSIDAD COMO ELEMENTO DECISIVO EN EL DESARROLLO DE LA DINÁMICA PRODUCTIVA DE NUESTRA SOCIEDAD: SISTEMAS DE TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS HACIA LAS PYME

Maríel Fornoni*

Estamos conscientes que sin un adecuado tejido industrial y productivo, el sistema económico de un país difícilmente alcanzará competitividad y eficiencia, que le permita lograr los niveles de bienestar social que las sociedades modernas exigen.

También es cierto que el rol que la sociedad asigna hoy a la Universidad ha cambiado, pues le exige involucrarse con otros actores en la producción de conocimiento, adquiriendo un papel más dinámico en la economía., a través de la producción, legitimación y transmisión del conocimiento, que es hoy la principal fuente de riqueza de un país.

La intención de este trabajo es analizar una de las modalidades a través de la cual la universidad puede transformarse en un elemento decisivo en el desarrollo de la dinámica productiva: la transferencia de conocimientos a las PYMES a través de la oferta de formación empresarial.

Durante los últimos veinte años un nuevo paradigma se gestó en la Educación Superior, antes se estudiaba el conocimiento por el conocimiento en sí mismo, ahora las Universidades han de servir a la sociedad respaldando a la economía y mejorando la calidad de vida.

Hoy nos encontramos ante la presencia de las Universidades Emprendedoras del siglo XXI. Esto significa que su doble función de docencia e investigación no es suficiente, ya no alcanza con responder a las necesidades de formación e investigación como lo hemos venido haciendo, sino que a la universidad de hoy se le requiere que sea la propulsora de modificar el tejido social e industrial del país, lo cual implica que debe enfrentar nuevos retos (un ejemplo de esto es el de la Universidad de Cambridge que ha

* Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina

creado más de mil empresas que dan empleo a trescientos mil personas, generando una fuerte dinámica regional).

Esto tiene que ver con incluir a la Universidad en la pirámide de creación de riqueza de un país. Antes la riqueza estaba constituida por la tierra, el capital, la industria ; hoy se traslada hacia el conocimiento como principal fuente de riqueza.

Algunos de los temas en los que puede aportar de forma importante la universidad a esta creación de riqueza, son la provisión de recursos humanos adiestrados, el conocimiento y los emprendedores. La universidad influye en estos temas en el siglo XXI, donde como hemos mencionado, la riqueza equivale al conocimiento.

Ahora bien, ¿cómo impulsar una política encaminada a la participación de las universidades en el proceso de creación de riqueza o de conocimiento?

Podemos pensar que fundamentalmente necesitamos una Universidad proactiva, capaz de adecuarse a los grandes retos del siglo XXI, y para ello es condición fundamental que tenga calidad científica de primer nivel , infraestructura adecuada, ambiente cultural innovador y recursos.

Lo que se ha mostrado hasta ahora es un sistema universitario en transformación estructural de como el conocimiento se produce, legitima y trasmite. La definición de pertinencia se modificó, ya no se la vincula tanto con la generación de nuevos conocimientos, sino que depende más de la capacidad de las instituciones de enseñanza superior para vincularse con otros en la producción de conocimiento en el proceso de innovación. También significa que las universidades tendrán un papel más dinámico en la economía, y si las universidades no asumen este nuevo papel se verán marginadas porque surgirán otros productores del conocimiento que atenderán esta demanda insatisfecha.

Estamos conscientes que, sin un adecuado tejido industrial y productivo, el sistema económico de un país difícilmente alcanzará competitividad y eficiencia, que le permita lograr los niveles de bienestar social que las sociedades modernas exigen.

Las empresas se han configurado como un elemento decisivo en el desarrollo de la dinámica productiva de nuestra sociedad y por lo tanto el empresariado se configura en una pieza clave y esencial de la economía moderna del mundo desarrollado.

La preocupación académica por esta temática viene condicionada por el deseo de dar respuesta a los problemas económicos de la sociedad.

Una de las labores importantes de la extensión universitaria y de la transferencia de conocimientos y servicios, debe ser generar programas de interacción entre la universidad y la empresa, construyendo un puente entre el mundo de la docencia y la investigación y el sector productivo de la región.

La dinámica del ámbito tecnológico actual hace que la obsolescencia sea una amenaza continua para todo profesional. La actuación de las universidades como actualizadoras de los recursos humanos calificados de las empresas puede ser muy importante, ya que, aquellas pueden constituir una ventana hacia los nuevos conocimientos científicos y tecnológicos, siempre y cuando se cuente con programas adecuados de educación continua que respondan a las cambiantes necesidades de los usuarios.

Si bien la necesidad de generalizar la formación continua del personal en las empresas se está convirtiendo en un tópico, tanto es lo que se habla de él. En realidad puede decirse que lo que se habla está en proporción inversa al esfuerzo real que se le dedica.

Los datos comparativos resultan bien ilustrativos: las empresas alemanas gastan en formación entre el 6 y 9 % de sus costos laborales totales. Las empresas francesas andan por la mitad y las inglesas mucho menos (a pesar de haberse incrementado a partir de la Certificación “Investors in people”, que implica una marca de calidad otorgada por el gobierno a aquellas empresas que capacitan a su personal). El ranking de competitividad de unas y otras se corresponde bien con esa jerarquización. España también ha manifestado estar convencida que no alcanzará una posición de competitividad razonable si las empresas no son capaces de gastar al final de esta época por encima del tres por ciento de sus costos laborales en la formación y la recalificación permanente de su personal y seguramente se trata de una estimación conservadora.

No hay capacidad de adaptación ni posibilidad de modernización tecnológica ni movilidad activa y voluntaria sin una actualización permanente de la calificación profesional del personal. Esta es la base también para un clima cooperativo de relaciones laborales en el interior de la empresa, sin el que la innovación, la atención al cliente, el cumplimiento de los plazos y programas y la mejora de la calidad no alcanzan nunca la excelencia que consigue obtener ventajas competitivas.

Es evidente que la formación profesional necesaria para hacer frente a los nuevos retos no depende sólo de la empresa. Una formación inicial adecuada de los jóvenes y la actualización profesional de los demandantes de empleo resultan cruciales

para que la empresa disponga de fuerza de trabajo bien entrenada y competitiva a la hora de contratar nuevos empleados y eso es tarea propia de los poderes públicos, que tienen todavía mucho que hacer para lograr un desarrollo plenamente eficiente.

El problema es que en lo relativo a educación continua está todo por hacer. La formación continua de los trabajadores a lo largo de su vida activa puede contemplarse desde la perspectiva de las empresas como una inversión en capital humano y en flexibilidad y adaptabilidad internas, y desde la de los trabajadores como una mejora en su calificación que amplía su movilidad y horizonte profesional.

Han sido muy variadas las modalidades que se han utilizado para dinamizar la difusión de la formación continua de los trabajadores de las PYME estableciendo mecanismos integrados de cogestión. Los Training and Enterprise Councils (TEC) de Reino Unido son una versión de este tipo de transferencias de servicios hacia el área local, llevada a cabo bajo una óptica de exclusivismo empresarial. La participación muy activa de las Chambres de Commerce francesas en facilitar servicios de formación profesional, para que las empresas puedan beneficiarse de la recuperación de la correspondiente cotización social y cubrir sus necesidades formativas, es la segunda modalidad disponible. En ausencia de concertación social para la dinamización de la educación continua, una de estas modalidades sería probablemente la elegida también por las empresas españolas, si el proceso ha de realizarse de forma unilateral. En caso contrario cabe articular sistemas de gestión mancomunada a escala local de estos servicios lo que constituiría, además, un buen mecanismo para fomentar la participación de los interlocutores sociales en procesos de cooperación interempresarial. En nuestro país existen diversas Cámaras y organizaciones trabajando en este sentido.

Por otra parte, también es evidente que las PYMES no reúnen las condiciones para llevar a cabo una política de formación profesional autónoma. Para ellas y sus empleados, las facilidades proporcionadas por los sistemas públicos de formación profesional resultan cruciales. Es aquí dónde la universidad debe cruzar el puente de manera definitiva.

Ahora bien, antes de establecer un modelo propio y local, debemos hacer una reflexión hacia nuestro país, analizando las barreras que existen actualmente en el acceso de las PYME a la formación.

La reflexión a la que trata de sumirnos este trabajo es, por un lado, el análisis sobre los principales obstáculos que se interponen entre las PYME y el mundo de la formación que brinda el sistema universitario y, por otra parte, analizar cuáles han sido

las tendencias y estrategias que se han desarrollado en distintos países como enfoques inteligentes y válidos para acercar las brechas existentes entre la oferta formativa y las necesidades de el empresario real. Por último, se ofrecen recomendaciones a tener en cuenta en la creación de un sistema propio acorde a las actuales necesidades del empresariado local.

Al analizar los principales obstáculos detectamos que algunas de estas dificultades provienen del sector de la oferta formativa o consultiva y entre ellos podemos mencionar la metodología pasiva, excesivamente teórica, no específica y formal, la falta de servicios para identificar y atender necesidades de formación para las PYME y la falta de habilidad docente de profesores, consultores y tutores que imparten el servicio. También podemos mencionar las verdaderas diferencias que existen entre las expectativas de los clientes y los resultados conseguidos, como así también, la dificultad en la adecuación de los calendarios , horarios y lugares en los que se desarrollan estas actividades.

Otras dificultades pueden atribuirse al propio sector de la demanda, entre las más significativas podemos mencionar la actitud de rechazo de la dirección de la PYME hacia la formación o consultoría tradicional, la cultura individualista del empresario PYME, la percepción de la formación como un lujo de elevado costo, y la baja calificación profesional de la dirección.

Por último evaluamos la influencia de los factores ambientales en el acceso de las PYME a la formación y consultoría donde el factor más importante es la inexistencia de una cultura de las PYME a demandar estos servicios, pues si bien existen apoyos gubernamentales como la política de crédito fiscal, la misma es prácticamente inutilizada (tal vez como consecuencia de la excesiva burocratización que para las PYME significa las solicitudes de ayuda oficiales, o la falta de credibilidad que éstas producen) , así como también la actitud negativa generalizada hacia la formación que suponga acceso a nuevas habilidades para ocupar empleos diferentes.

Al hablar de la clase de formación que necesitan las pequeñas empresas para ser más competitivas es necesario considerar la relación entre formación y actitud del empresario ante ésta. Dar formación al pequeño empresario para el éxito de su proyecto y actuar como guía de la formación de su empresa, requiere no sólo modificar las actitudes de éste sino también modificar los actuales sistemas y mecanismos de formación, para que realmente pueda ser considerada como una opción estratégica.

Basándonos en este pequeño diagnóstico que analiza las barreras que entorpecen un mayor acceso de las PYME a la formación de sus propietarios, empleados y cuadros gerenciales suministrada por la universidad como generadora de conocimientos, es que planteamos algunas consideraciones a tener en cuenta en la búsqueda de un sistema propio de formación.

La primera preocupación en el campo de la formación deberá pasar de las estrategias a los contenidos concretos de la formación, para posteriormente mejorar la calidad adaptándose a los usuarios con la incorporación de tecnologías de la información:

La estrategia aplicable en este sentido debe contar con algunos elementos fundamentales para garantizar el éxito de la implementación:

- Deberán fomentarse iniciativas generales de promoción del valor de la formación difundiendo acciones formativas que muestren a los empresarios la importancia de la misma, favoreciendo el cambio de actitud necesario para el real aprovechamiento.
- Deberán potenciarse los mecanismos de información y orientación sobre las diferentes opciones de formación, difundiendo los programas a través de diferentes soportes. La información debe ser clara y precisa a fin de evitar a posteriori brechas entre las expectativas de las empresas y el producto real ofrecido en la capacitación.
- La capacitación deberá tener una clara orientación al mercado, evaluando las necesidades y determinando los conocimientos y habilidades iniciales y los requeridos en las posiciones individuales (fomentándose técnicas de diagnóstico individuales o grupales) para luego determinar sus necesidades formativas. Es necesario fomentar y potenciar el enfoque holístico de la formación de los pequeños empresarios, integrando aspectos técnicos y de gestión.
- Deberá contemplar el desarrollo de productos formativos flexibles y prácticos, diseñados para afrontar situaciones concretas de su sector industrial y con el desarrollo de materiales de formación abierta que hoy se encuentran en el mercado. En algunos casos deberá priorizarse la capacitación in company, o a medida, en sus diferentes modalidades.
- Gradualmente deberá extenderse y flexibilizarse el concepto de formación, actuando en campos de información y asesoramiento, pero trabajando con metodologías y canales más propios de la formación.

- Deberá hacerse hincapié en potenciar el perfil de quién desempeñe la formación. Esta representa una de las barreras más importantes, que debe ser sorteada para garantizar el éxito de cualquier estrategia de capacitación.

Las universidades deben organizar programas de Formación de los Formadores, para que sus docentes comprendan el enfoque empresarial de las PYMES y la actitud del microempresario, quién debido a que ha aprendido en base a la experiencia, muestra una predisposición mayor hacia la formación práctica y recela de propuestas extremadamente academicistas.

El formador debe ser una persona del entorno local, debe conocer la realidad de la empresa, debe tener una visión holística y al mismo tiempo dominio de habilidades pedagógicas.