



Foro de Educación

ISSN: 1698-7799

jlhuerta@mac.com

FahrenHouse

España

Espejo Villar, L. Belén; Lázaro Herrero, Luján
La batalla por la gestión del conocimiento. El auge de la economía en la política
universitaria española
Foro de Educación, vol. 14, núm. 21, julio-diciembre, 2016, pp. 77-105
FahrenHouse
Cabrerizos, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=447546543005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

La batalla por la gestión del conocimiento. El auge de la economía en la política universitaria española¹

The Battle for Knowledge Management. The Booming Economy in the Spanish University Policy

L. Belén Espejo Villar

e-mail: lbev@usal.es

Universidad de Salamanca. España

Luján Lázaro Herrero

e-mail: lujan@usal.es

Universidad de Salamanca. España

Resumen: Partiendo del marco colaborativo que establece la política comunitaria en materia de educación superior, el presente trabajo tiene por objeto revisar las cambiantes funciones a las que se enfrenta la universidad tradicional en un contexto de economía capitalista. El artículo examina desde una perspectiva crítica el papel que las Universidades corporativas están teniendo en la construcción de un espacio común de conocimiento, planteando un análisis acerca de las identidades que se establecen entre ambos tipos de organizaciones. Pero sobre todo trata de desmontar la idea de subordinación de la Universidad tradicional a las crecientes tensiones internacionales que podrían hacer pensar que el sistema universitario español afronta la búsqueda de la innovación desde modelos de superioridad académica. Lejos de mostrar resistencia a las prácticas corporativas, el sistema de gobierno universitario está desempeñando un rol muy activo en la consolidación de políticas económicas globales. El trabajo constata que las dinámicas de refuerzo y compensación que se establecen entre Bolonia y las Universidades corporativas, no sólo no cuestiona las nuevas fórmulas de mercado de las que se sirven estos centros de conocimiento, sino que están aportando herramientas que impulsan la confluencia discursiva y de gestión de ambas instituciones.

Palabras Clave: Universidad Corporativa; privatización; universidad empresarial; investigación, transferencia de conocimiento.

Abstract: Starting from the collaborative framework established by Community policy in matters of higher education in this paper the objective is to review the changing functions that traditional universities face in the context of a capitalist economy. The article examines from a critical perspective the role that corporate universities have in the construction of a common area of knowledge, and we posit an analysis of the identities established between these two types of organizations. Above all, however, we attempt to dismantle the idea of the subordination of traditional universities to the growing international tensions that could lead us to think that the Spanish university system is facing

¹ El presente trabajo forma parte del Proyecto de Investigación de Ref. EDU2015-67271-R, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, Plan Nacional I+D+i.

the search for innovation based on models of academic superiority. Far from showing resistance to corporate practices, the university system of governance is playing a very active role in the consolidation of global economic policies. This study shows that the dynamics of reinforcement and compensation between Bologna and corporate universities not only does not question the new market formulas that these centres of learning make use of, but they are even contributing tools that foster the discursive and managerial confluence of both types of institution.

Keywords: Corporate University; privatization; business culture; research; knowledge transfer.

Recibido / Received: 17/03/2016

Aceptado / Accepted: 16/05/2016

1. Consideraciones preliminares

Señala Antonio Negri (2005, 2015) que la construcción de un modelo más humano de sociedad en el momento actual se encuentra subordinada a la capacidad política de utilizar las tecnologías para crear redes de solidaridad y de ciudadanía en entornos más productivos que puedan tener las nuevas generaciones.

Esta reflexión sobre las posibilidades de ruptura, cambio y creación de escenarios alternativos en la educación superior (Brunner, 2014; Galán, 2013; Samoilovich, 2008) pretende ser el punto de partida de un trabajo que supera las fronteras jurídicas establecidas en la denominación formal de universidad para centrar el foco de atención en las contradicciones, o en palabras de Brunner (2014, p. 26) en «las sombras en las que está cada vez más expuesta esta institución». Un contexto incierto en el que no sólo no es arbitraria, sino que cobra sentido la expansión que el concepto de internacionalización de la educación ha ido experimentado en las declaraciones y documentos institucionales (Estrategia, 2020), situándolo más próximo a las lógicas de mercado que a las tendencias académicas de la movilidad docente y del intercambio universitario (Bedenlier y Zawacki-Richter, 2015; Jones y Brown, 2014; Mertova, 2014).

A ello ha contribuido la influencia que la cultura del sector privado ha tenido en la modernización del liderazgo de las universidades, lo que ha supuesto la adopción a gran escala de fórmulas organizativas, instrumentales y financieras (Prado Domínguez y Salcines Cristal, 2005), que han hecho girar un grado más los que hasta ahora han sido los marcos explicativos de la gobernanza universitaria, permitiendo entrever los fundamentos del que se percibe como el nuevo paradigma en la educación superior: el gobierno corporativo (Florez-Parra, 2013; Maccarone, 2015).

Pero en todo este proceso de reasignación de significados y de reorientación de las nomenclaturas clásicas sobre el que está pivotando la construcción de una universidad más eficiente y abierta a la sociedad, creemos que ha habido instrumentos que han propiciado significativamente la transición del paradigma académico al modelo corporativo (Levy, 2011; Sil y Katzenstein, 2010)

aproximando y compactando instituciones que en su origen se concibieron en horizontes muy específicos y radicalmente distanciados. Es el caso del papel que están desempeñando las universidades corporativas como mecanismos de transformación de contextos y, a un nivel más global, como generadoras de tendencias en las políticas universitarias.

Desde el punto de vista académico, la institucionalización de las relaciones entre universidad y empresa tiene su origen en documentos como el informe Dearing (1997) de Reino Unido, el informe Attali (1998) en Francia o el Informe Bricall en España (2000). Todos ellos representan el germen de entramados financieros en los sistemas de educación superior que han tenido su continuidad en políticas comunitarias de mayor alcance en las que como señala Ferreiro Baamonte: «el modelo que se está desarrollando está basado en la competitividad, la productividad, la empleabilidad y la mercantilización por que tras la pantalla europea, se esconde la necesidad de adaptar las instituciones universitarias a los requerimientos del capitalismo post-industrial» (Ferreiro Baamonte, 2010, pp. 114-115).

Si bien no existe una constatación explícita de las universidades corporativas en la legislación del sistema universitario español, su presencia en el marco de la educación superior se abre paso dentro de las corrientes de mercantilización a través de la provisión privada (Verger, 2013), aunque principalmente en la aceptación de los modos de producción y financiación desde los que se regulan la formación, la investigación y la gestión de servicios (Rodeiro Pazos, 2008).

No resulta fácil en momentos en los que se está produciendo una diversificación de las instituciones de enseñanza superior, delimitar fronteras conceptuales entre organizaciones que tienen una naturaleza, a priori muy diferente, pero que jurídicamente son contempladas bajo el mismo campo normativo. Situación esta que genera, cuanto menos, confusión, por la gran contradicción que supone considerar dentro de un modelo de conocimiento crítico, como es la universidad, a instituciones² con una proyección financiera y mercantil que se han ido regulando por la vía privada utilizando para ello diferentes fórmulas, como expondremos a lo largo del trabajo.

Términos como el de universidad corporativa, gobierno corporativo y/o universidad empresarial no hacen sino constatar la búsqueda de nuevos horizontes en una economía del conocimiento en la que el surgimiento de nuevos perfiles

² Escuelas de negocios que son también universidades privadas en las que se imparte una oferta muy completa en titulaciones de grado y másteres, como es el caso de la Institución Empresa que al tiempo que es una escuela de negocios reconocida a nivel mundial (recientemente aparecía en primera posición en el ranking executive MBA, publicado por The Economist, puede consultarse: <http://www.economist.com/whichmba/executive-mba-ranking/2015>), es una universidad privada, oficial regulada por la Ley Orgánica 6/2001 de Universidades.

de estudiantes como consumidores de la educación (Meister, 2000; Meister y Willyerd, 2010) está situando la universidad tradicional en el mapa internacional de la industria.

No cabe duda de que estamos presenciando «(..) los primeros estadios de un modo de producción marcado por la quasi convergencia entre la academia y el conocimiento corporativo. Nada es ya como era, ambos mundos están mutando en virtud de que comparten y comercian con algunas de sus características» (Ross, 2010, p. 69). De ahí que algunos de los trabajos realizados al respecto (Baladrón y Corretero, 2013) destaquen el vínculo de complementariedad que definen y que marcarán en un futuro próximo las tendencias entre estos modelos de gestión del conocimiento.

Es por ello también que desde un punto de vista estratégico las universidades corporativas han ido acogiendo algunas de las normas identitarias de las universidades tradicionales (como es el sistema de acreditaciones), en un mercado del conocimiento que se abre incluso a estudiantes que no tienen vínculos con la empresa (Verger, 2013, p. 280).

Partiendo de estas premisas, podríamos decir que el artículo se construye atendiendo a una visión de conjunto en la que están presentes dos escenarios no exentos de debate. De un lado, el de la universidad tradicional (Dávila, Mora, Pérez y Vila, 2015) que experimenta mutaciones en tiempos en los que los imperativos económicos marcan la agenda geopolítica de la actualidad (Zhao, 2014) y en los que resulta una prioridad aumentar las redes de relación con el sector comercial (Clark, 2001; Salmi, 2008). De otro, el de un contexto en el que el juicio crítico y la participación democrática han sido subsumidas por una suerte de motivaciones cívicas que tienen su refrendo en teorías de responsabilidad social corporativa, desde las que el punto de interés parece ser la consecución «de una ciudadanía universitaria sin importar si esta proviene de las aulas de la universidad tradicional o de las fábricas de las universidades corporativas» (Viltard, 2012, p. 36), pero que asiste sin oposición a la erosión que se está produciendo en el modelo de conocimiento académico (Fernández, 2009).

Las universidades corporativas constituyen tan sólo una pieza en el negocio del conocimiento, pero reflejan con mucha claridad una tendencia a la convergencia entre sistemas de formación con identidades muy diferenciadas y que deberían distar mucho de ser unánimes, a pesar de que comparten cada vez más activos amparados por marcos jurídicos. Este es el punto de partida del presente trabajo en el que tratamos de analizar la política universitaria española tomando como elementos de estudio, los que consideramos que están siendo los principales exponentes en su construcción. En primer lugar, las universidades corporativas,

como referente de la economía globalizada en el marco de la educación superior. En segundo lugar, el lenguaje como una de las bases determinantes de la agenda política universitaria, (al respecto se examina la evolución conceptual del término internacionalización en la gestión universitaria). Finalmente, la praxis, como indicador de la institucionalización de los discursos de la política económica.

2. ¿Las universidades corporativas como escenario de futuro de la política universitaria española?

Escribía Jarvis en su libro sobre las Universidades corporativas que: «Las presiones de la globalización están obligando a las universidades a cambiar y a adoptar un espíritu más empresarial (...). En consecuencia, hay que plantear la cuestión y ver en qué medida las universidades deben responder a estas presiones sociales y, en tal caso, si pueden cambiar con la rapidez suficiente (...)». Y sigue diciendo: «La mayoría de las universidades ya se encaminan con decisión a asumir una cultura empresarial y reconocen que muchos de sus estudiantes de postgrado y gran parte de su investigación estarán financiados por el mundo empresarial» (Jarvis, 2006, pp. 124-125).

En su origen las universidades corporativas surgen con la intención de trasladar al ámbito de la empresa una formación especializada y aplicada a las necesidades laborales con el objetivo de incrementar la eficiencia y su orientación a la productividad. Con posterioridad, las universidades corporativas se han ido desvelando como un nuevo paradigma en los procesos de formación por razones muy diferentes. Autores como Viltard, las convierten en un referente organizativo por la triangulación que realizan entre la capacitación, el liderazgo educativo y la participación de actores externos e internos (gestores, profesores universitarios, directivos) (Viltard, 2012, p. 63). Otros (Foss y Gibson, 2015; Kehm, 2012; Marquina, 2007; Pierre y Peters, 2000; Verger, 2013) enfatizan la soberanía de este tipo de organizaciones como conglomerados de poder responsables de la articulación de discursos y agentes focalizados a la producción.

En la actualidad las universidades corporativas son concebidas como instituciones con responsabilidades ampliamente reconocidas en la gestión estratégica de la formación y la capacitación que se produce en el escenario empresarial (European Foundation for Management Development, EFMD).

Cuantitativamente, la cifra de instituciones con intereses en el gobierno de la educación superior desde el sector del mercado no deja lugar a las dudas, sólo en EEUU en el periodo comprendido entre 1997 y 2007 el número de centros se ha duplicado, manteniéndose la tendencia al alza entre el año 2008 y el 2015 (Marina, 2016). En el caso de España, la implantación de estas universidades es

más que una realidad en la medida que se afianzan como tendencias de formación. De hecho, el 73% de estas organizaciones tienen acuerdos de formación con instituciones universitarias, cifra que aumenta hasta el 90% en Europa³.

No obstante, también proliferan desde el ámbito empresarial análisis que cuestionan la concepción relacional que establece Jarvis (2006) entre las universidades corporativas y las tradicionales, en tanto que ven cómo las organizaciones corporativas pueden actuar cómo amenaza para las universidades tradicionales o convertirse en redentoras de las mismas si estas saben entenderlas como oportunidades (Mazo Mejia, 2014; Meister y Willyerd, 2010).

Más que en términos de protección o de peligro, tendríamos que expresar estas alianzas dentro de un cauce compartido de estrategias utilitaristas. La ambición por gestionar un conocimiento que genere mayor capacidad de producción está llevando a las universidades tradicionales a utilizar los centros empresariales como plataformas desde las que obtener garantías financieras.

Pero, ¿se puede hablar de capitalismo financiero en la institución que por excelencia ha simbolizado la soberanía del conocimiento? Atendiendo las políticas comunitarias y nacionales que han regulado en las últimas décadas las líneas rectoras de la universidad, cabría inferir que la institución no sólo no ha sido ajena a las dimensiones que introduce el gobierno corporativo, sino que ha existido un doble compromiso de las instituciones universitarias en pro de una cultura empresarial. Por una parte, a través de la adaptación de estructuras, instituciones y lógicas de gobierno (Ferreiro Baamonte, 2010) y por otra en la incorporación de discursos explicativos relacionados con intereses del sector productivo.

En este último punto referido a la importancia de los discursos en tanto que marco de naturalización de las políticas (Pini, 2013), hemos querido explorar el proceso de expansión que ha experimentado el término internacionalización por dos razones, una por la trascendencia que ha tenido este vocablo en la construcción del espacio comunitario de educación superior y la segunda, no menos significativa, por los cambios que ha sufrido el concepto sin que la comunidad universitaria haya sido consciente.

2.1. *La deconstrucción del principio de la internacionalización de la educación como un exponente del nuevo modelo de conocimiento universitario*

El nuevo enfoque desde el que se está desarrollando el principio de internacionalización en la última estrategia (2020) difiere significativamente, en cuanto a contenidos y posición, de la orientación formulada en la estrategia

³ Así lo confirma Salvador Ibáñez, Country Manager de Top Employers Institute.

del 2015. Podríamos decir que de concebirse la internacionalización como un procedimiento para la movilidad en el documento del 2015, ha pasado a erigirse en la hoja de ruta para los próximos cinco años (2015-2020), donde la conexión entre el binomio mercado-universidad es claramente apreciable a través de una secuencia interpretativa que tiene como eje central el ámbito de la investigación (doctorado e investigación).

Gráfico 1. De la Estrategia 2015.

MISIONES 1.- Formación 2.- Investigación 3.- Responsabilidad social, transferencia	PERSONAS 1. Personal docente e investigador 2.- Estudiantes 3.- Personal de Administración y Servicios
ESTRATEGIA 2015 Progreso socioeconómico	
CAPACIDADES 1.- Financiación 2.- Gobernanza 3. INTERNACIONALIZACIÓN 4.- Evaluación	ENTORNO 1.- Universidad y territorio 2.- Universidad como instrumento de dinamización territorial 3.- Contribución socioeconómica de la universidad

Fuente: Elaboración propia a partir de la estrategia universidad 2015. Contribución de las universidades al progreso socioeconómico español

Gráfico 2. A la estrategia de internacionalización

FACTORES DE INTERNACIONALIZACIÓN Movilidad Titulaciones Acreditaciones de programas y profesorado	FACTORES DE INTERNACIONALIZACIÓN INVESTIGACIÓN: 1. Movilidad doctorado 2. Relación entre Universidad, Escuelas de Doctorado y empresas extranjeras 3. Transferencia de conocimiento: Ámbito académico y empresarial (nacional, INTERNACIONAL). Comercialización de resultados. 4. Empleabilidad: Programas cooperativos INTERNACIONALES con la Industria: Cátedras de empresa
OBJETIVOS: Competitividad Internacional Cooperación con otras regiones	

Fuente: Elaboración propia a partir de la Estrategia para la Internacionalización de las Universidades españolas 2015-2020

En los gráficos 1 y 2 se puede apreciar que mientras que en el documento del 2015 la proyección internacional se presenta como una herramienta clave al servicio de un conjunto de misiones (de modernización de la formación, de la investigación y la responsabilidad social), en el último informe (2020) la internacionalización pasa a ser el foco de atención alrededor del cual gira la nueva estrategia⁴ experimentando un impulso decisivo e intencionado que la sitúa en un lugar central en relación con la innovación, el doctorado y la investigación.

En este segundo escenario, la universidad es concebida más que nunca como industria del conocimiento. Es cierto que se sigue considerando la atracción de estudiantes extranjeros como fuente de riqueza, pero aparece una dimensión que enfatiza «la capacidad de traslación de sus activos intangibles (resultados de I+D+i) a las empresas nacionales e internacionales». Lo cual se consigue con instrumentos que, como las patentes universitarias, los acuerdos de licencias, la colaboración público-privada, y/o la creación de empresas de base tecnológica, faciliten la transferencia de conocimiento (Estrategia 2020, p.13).

⁴ De hecho su título es: «Estrategia para la internacionalización».

De este modo, da la impresión de que el impulso de modernización de esta nueva institución podría evaluarse a partir de la capacidad para generar competitividad internacional en su entorno empresarial y de acuerdo al grado de cooperación que pueda lograr con otras regiones del mundo. Indicadores estos que más que reemplazar aglutinarían los anteriores⁵.

Pero este hecho tiene también repercusiones en la planificación estratégica y operativa de la universidad, en la medida que la internacionalización condiciona el desarrollo docente e investigador a través de coordenadas de mercado⁶:

- En el dominio docente: regulando un marco de actuación que enfrenta cada vez más la docencia y la investigación, al diferenciar entre el personal docente e investigador.

- En el dominio de la investigación: con cuatro puntos destacables:

1. Relacionando y fomentando la Investigación con el desarrollo de la movilidad internacional de estudiantes de doctorado.
2. Potenciando la Investigación con la creación de redes que conecten universidades, escuelas de doctorado y empresas extranjeras.
3. Favoreciendo y reforzando la Investigación y la transferencia de conocimiento entre los ámbitos académico y empresarial (nacional, pero sobre todo internacional), en la colaboración público-privada con carácter estable, así como en la comercialización de los resultados de la investigación.
4. Desarrollando la Investigación en materia de empleabilidad. Lo que supone superar la vertiente más tradicional de inserción laboral para centrarse en la articulación de programas cooperativos internacionales con el sector empresarial, sirviéndose para ello de mecanismos como: cátedras de empresa, estancias en empresas para profesores e investigadores, formación de emprendedores internacionales o captación de profesores visitantes de la industria entre otros.

Ante esta realidad resulta especialmente claro que las políticas universitarias amplían su marco de acción redirigiéndolo hacia otros indicadores que tienen capacidad directa para crear valor económico en espacios de investigación. Es decir que el capital universitario se ha convertido en una forma de producción,

⁵ Aunque son cuatro los objetivos y ejes de actuación contemplados en el documento, los indicadores de referencia (competitividad internacional en empresas y cooperación mundial) subsumen a los restantes (atractivo internacional y sistema universitario altamente internacionalizado).

⁶ Es cierto que el documento menciona hasta seis factores de internacionalización: movilidad de entrada, reconocimiento de titulaciones, acreditación, investigación, transferencia de conocimiento e innovación y empleabilidad, pero igual que ocurre con los ejes de actuación, en todos hay una orientación a la investigación.

en un valor económico en el que la noción de internacionalización constituye un objetivo en sí mismo. En esta situación es inevitable preguntarse si está avanzando la Universidad tradicional por delante de las Universidades corporativas en la implantación de políticas de libre mercado.

2.2. *Las sinergias entre las Universidades tradicionales y las corporativas*

A pesar del interés que desde el ámbito político y el gobierno de la universidad se muestra por articular marcos de concertación con el sector industrial, las preocupaciones de las corporaciones económicas no siempre expresan dinámicas que busquen una convergencia integral con entidades que han tenido motivaciones tan distantes.

En este sentido, el trabajo realizado por Baladrón y Correyero (2013) sobre las percepciones que tienen los directivos de las universidades corporativas en su relación con las tradicionales, resulta revelador en tanto que dibuja un escenario en el que ambas instituciones apuestan por establecer una trayectoria común, aunque en dimensiones muy localizadas.

Una de ellas es la relevancia del dominio pedagógico (y en general educativo) del que empiezan a hacer gala las universidades corporativas que están cada vez más dispuestas a abrir sus puertas a *profesores universitarios como responsables de sus programas de formación*. Esta vía de colaboración permite poner en correlación la cultura práctica de las empresas con el conocimiento teórico de la universidad tradicional, dejando constancia de que la complementariedad que debe estar presente entre las dos instituciones afecta a áreas con las que obtener servicios rentables. En el caso de España, las grandes universidades corporativas cuentan en su memoria de actividades con programas de un elevado nivel de formación impartido por profesores de distintas universidades españolas.

Sin lugar a dudas es el papel que se le asigna *al docente como instrumento de gestión en las universidades corporativas* el que adquiere una mayor significación en este contexto. Esta cuestión además de representar una novedad en el reconocimiento de la figura del docente⁷ y de que abre todo un abanico de posibilidades en la investigación educativa, constituye una de las vías utilizadas por las empresas para la obtención de retornos.

⁷ No deja de resultar llamativo que a diferencia de lo que ocurre en el sector empresarial, en la universidad tradicional se fragmenten los perfiles (docente e investigador) del profesor, se rebajen cada vez más las exigencias docentes para priorizar al personal investigador, al que incluso se le exime de sus funciones docentes cuando su desarrollo en la investigación es excelente, llegando a legislar como penalización la carga docente añadida cuando no se alcanzan los estándares en investigación, sin que ninguno de estos procesos se acompañe de recursos de financiación para que puedan ser viables.

Así vemos que con el objetivo de «Medir el impacto de la formación sobre el negocio», la Universidad corporativa de Telefónica⁸ diseña planes estratégicos de actualización de conocimientos que son ejecutados por profesores universitarios (de universidades públicas y privadas), pero que no se desvían en ningún caso de la visión productiva del modelo de innovación por el que apuestan.

En consonancia con esta expansión de las políticas de estímulo a la enseñanza en el ámbito empresarial se está produciendo un incremento de fórmulas que buscan la concertación con la universidad tradicional. Un ejemplo es la notoriedad que han alcanzado en los últimos años las cátedras de empresa como instrumento vertebrador entre la empresa y la universidad tradicional, ya sea de titularidad pública como privada y con una orientación socio-sanitaria (lo que encajaría más con los preceptos de la responsabilidad social corporativa), como de cualquier sector de negocios.

Las posibilidades para establecer alianzas se revelan infinitas. Hace tan sólo unos días la Universidad Pompeu Fabra firmaba la creación de la cátedra con la universidad corporativa que lleva su nombre: Oesia⁹. Con el propósito de impulsar la docencia, la investigación y la difusión de conocimiento entre las áreas de investigación y la explotación industrial, así como la industrialización de resultados de investigación en líneas comerciales, la cátedra Oesia establece todo un marco de actividades conjuntas.

En la dimensión más académica, la Universidad Pompeu Fabra asume este compromiso aportando personal docente e investigador y toda la infraestructura científico-técnica y administrativa requerida para su ejecución.

Junto con las cátedras de empresa, también las universidades corporativas son susceptibles a los cambios que afectan a la gestión pedagógica. De ahí que las universidades corporativas estén siendo permeables al cambio de paradigma educativo, en el que se ha pasado de una formación basada en la capacitación a un modelo educativo centrado en el aprendizaje.

A la planificación del curriculum, que debe contener aspectos relativos a la cultura de la ciudadanía corporativa, así como el conocimiento del marco de referencia contextual y las capacidades de las unidades de negocio, se suma la posibilidad de que los alumnos de las universidades corporativas puedan realizar cursos gratis en las mejores universidades del mundo e incluso recibir un título oficial tal y como señala el directivo de la universidad corporativa de Bankinter¹⁰.

⁸ Puede consultarse el programa de contenidos correspondiente al año 2016 de Universitat Telefonica en el siguiente enlace: http://universitat.telefonica.es/ucorp/programas2016/index-esp-in.jsp?idapr=10_269_esp_1__

⁹ Puede consultarse el portal de la Universidad Pompeu Fabra. E-noticias (3/05/2016).

¹⁰ Véase el Informe integrado del año 2014 de Bankinter. En el portal de la Universidad corporativa de Bankinter.

Esta soberanía que se le atribuye a la vertiente educativa parece indicar que las transformaciones que se producen en contextos cada vez más cambiantes no afectan únicamente al modelo de universidad tradicional, sino que la globalización ha generado nuevas demandas en el seno de las universidades corporativas que las estaría obligando a pactar un marco conjunto de responsabilidades¹¹ (públicas-privadas, sociocívicas-empresariales), en torno a intereses compartidos como la proyección internacional, la consolidación de un sistema formal de acreditaciones y certificaciones o su papel como generadores de procesos de cambio cultural (Rubio, 2011).

Sin embargo, conviene no perder de vista que en este proceso de globalización la dinámica de convergencia que se ha establecido entre instituciones de naturaleza tan diferente, deja en una situación muy desigual a la universidad tradicional que puede verse arrastrada por las políticas mercantiles.

Si bien, ambas instituciones responden a un nuevo contexto en el que prevalece como consigna la renovación del conocimiento, las universidades corporativas siguen manteniendo sus señas de identidad como expresión de fortaleza y de credibilidad ante la sociedad. No es el caso de las universidades tradicionales que han perdido los cimientos que durante muchos años simbolizaron su poder.

3. De la hoja de ruta institucional al campo de batalla. Los nuevos horizontes de la universidad tradicional

¿Bajo qué mecanismos se están articulando los parámetros de las universidades corporativas en la universidad tradicional? ¿Existe un interés político en contener la expansión de las universidades tradicionales trasgrediendo normas para beneplácito de las universidades privadas? ¿Es la educación no presencial el icono del libre mercado?

La evolución cuantitativa de centros universitarios públicos y privados, en tanto que indicador de su comportamiento en el mercado constituye el punto de partida de este apartado en el que tratamos de analizar si los horizontes comunes en materia de discursos se concretan igualmente en actuaciones similares para todos los escenarios (universidad tradicional: pública y privada y universidades corporativas).

Dentro de este bloque hemos querido incorporar referencias sobre las universidades privadas porque se trata de instituciones plenamente reconocidas por la legislación universitaria, pero regidas por modelos de mercado y por tanto muy próximas a las corporativas en el gobierno de las mismas.

¹¹ Recientemente se publicaba un artículo con el título: «Las empresas son cada vez más universitarias». Véase: Gil, A. Expansión. <http://www.expansion.com/sociedad/2015/11/18/564c5ae1e2704e90778b45a7.html>.

A lo largo de este punto constatamos no sin cierto estupor la existencia de disfunciones entre las actuaciones de política universitaria y los discursos institucionales, pero sobre todo comprobamos cómo esas contradicciones se mantienen interesadamente en el caso de los centros públicos, condicionando su organización y gestión, pero no se aplican a los privados (aun cuando estos reciban financiación pública). Todo lo contrario a lo que ocurre en la formación universitaria corporativa, en la que si existe una convergencia entre actuaciones en el escenario y directrices.

A continuación, desarrollamos los aspectos que consideramos, están marcando las nuevas tendencias de la universidad tradicional, un desarrollo de cómo estos discursos de política económica se están articulando en la práctica académica de estas instituciones hacia la búsqueda de un espacio en el mapa de la industria del conocimiento.

3.1. *De la estatalización al mercado: primer nexo de unión entre las universidades tradicionales y las corporativas*

La radiografía del Sistema Universitario Español actual nos permite constatar que en los últimos años el mapa universitario se ha expandido, aspecto que desde la política del gobierno español se ve con cierto recelo¹², apelándose incluso a una reflexión sobre la necesidad de orientar y controlar el crecimiento de las instituciones de educación superior¹³.

Tabla 1: Cartografía del Sistema Universitario Español

Curso 2014/2015							
Nº total universidades					Nº campus/sedes		
83 (81 con docencia*)					356		
	Presenciales	No presenciales	Especiales	Total		Campus	Sedes
Públicas	47	1	2	50	Públicos	179	108
Privadas	28	5	-	33	Privados	63	5

* Para ese curso, no tienen actividad la Universidad Tecnología y Empresa de Madrid y la Universidad Fernando Pessoa de Canarias.

Fuente: Elaboración propia. Datos MEC (2015)

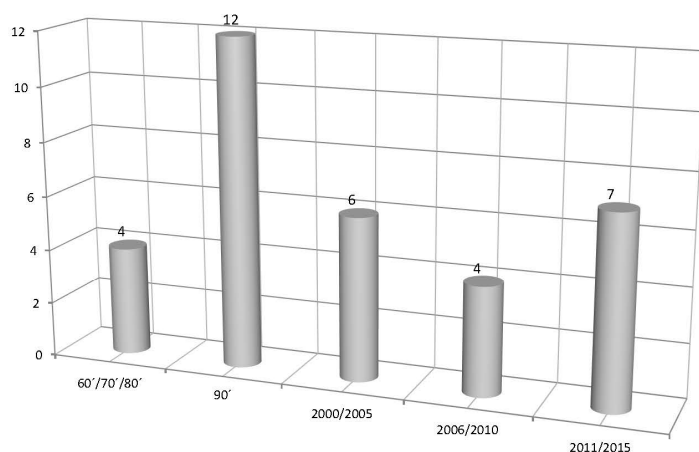
¹² Hasta el punto que el actual Ministro de Educación hizo unas declaraciones, no exentas de polémica, en las que manifestaba que hay «demasiados universitarios y pocos alumnos de Formación profesional» (El País, 18/11/2015).

¹³ En España hay 1,78 universidades por cada millón de habitantes. Si se tiene en cuenta sólo la población en edad universitaria teórica (entre 18 y 24 años) el número de universidades por millón de población se sitúa en 25,67. Son 1.042 centros universitarios (Escuelas y Facultades) los que imparten docencia oficial a lo largo de todo el territorio español.

Discurso que se contradice con la tendencia al crecimiento desmesurado que las universidades privadas están teniendo en los últimos años. Llama la atención, que en plena crisis económica, el desarrollo de los centros con esta titularidad sea mayor que el de los públicos, ya que el último de ellos fue puesto en marcha en el año 2000, mientras que desde el 2001, se han creado 15 universidades privadas nuevas, cuatro de ellas con carácter no presencial.

La expansión de entidades privadas se inicia en el año 1991¹⁴, con la aprobación de un decreto, que flexibiliza la entrada de las empresas en el negocio de la enseñanza superior (Larroy, 2015), iniciativa que se refuerza gracias al papel que asumen las Comunidades Autónomas en este sentido, muchas de ellas apostando firmemente por la apertura de la vía privada¹⁵.

Gráfico 3. Cronología de la creación de universidades privadas en España



Fuente: Elaboración propia

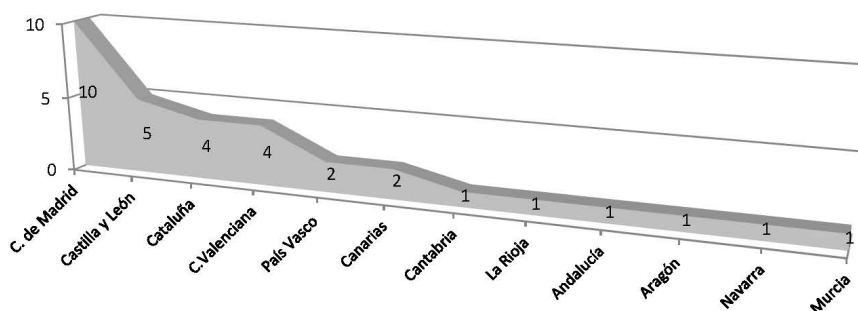
Cabe destacar, la congregación que existe de universidades privadas en algunas Comunidades, regiones donde la demanda potencial del estudiante es mayor, e incluso algunas de ellas (como por ejemplo Madrid y Castilla y León), cuentan con más entidades privadas que públicas. Del mismo modo, resulta notorio que una parte significativa de los centros adscritos, tengan un carácter privado y cuentan con un aval público, esto supone un impacto sobre la demanda de plazas públicas, especialmente si se encuentran geográficamente próximos.

¹⁴ Real Decreto 557/1991, de 12 de abril, sobre creación y reconocimiento de Universidades y Centros Universitarios.

Real Decreto 485/1995, de 7 de abril, por el que se amplía el Real Decreto 557/1991, de 12 de abril, sobre creación y reconocimiento de Universidades y Centros Universitarios.

¹⁵ Recordamos que en muchos casos la autorización de la creación de estos centros no ha tenido en cuenta los criterios fijados respecto a: demanda por razón de mayor población escolar, desarrollo de nuevas ramas imperadas por avances científicos y/o cobertura de nuevas necesidades profesionales.

Gráfico 4: Concentración geográfica de universidades privadas españolas (no presenciales+ especial)



Fuente: elaboración propia

«Ya hace tiempo que la universidad es la vanguardia de la mercantilización». Con estas palabras se expresan autores como Besalú, Marqués y Soler (2013, p. 1), al referirse a la consideración de la educación como un producto más que se compra y se vende y que se regula por la ley de la oferta y la demanda, estableciendo titulaciones más «rentables» y teniendo en cuenta las posibilidades económicas de los «clientes». La reforma y reconfiguración del sistema universitario, tradicionalmente público –donde la iniciativa privada había tenido un desarrollo escaso–, ha servido como oportunidad para mercantilizar la educación y «facilitar la penetración de los negocios privados» (Lorente, 2015, p. 240).

A pesar de ser el sistema universitario público el primer centro de canalización de la oferta universitaria¹⁶, los datos reflejados en la tabla 2 muestran, que actualmente la estabilidad de matriculación de alumnos en los estudios de grado, presenta diferencias significativas en función de que se trate de universidades públicas y privadas. Si bien, la permanencia de matriculación en estos estudios presenta un ligero descenso para las públicas, las privadas están experimentando, teniendo en cuenta su capacidad formativa, una progresión remarcada en el incremento de las cifras de matriculación. Aspecto que pasa a ser más significativo aún si nos centramos en las cifras relativas a la enseñanza de postgrado¹⁷, cuya matrícula para la privada ha experimentado un aumento del 55,69 % frente al 21, 53% de las públicas (Lorente, 2015).

¹⁶ El volumen de estudiantes de grado en las universidades todavía representa un porcentaje pequeño respecto al conjunto del sistema universitario en España. 87% para las públicas y 12,3% para las privadas.

¹⁷ Se contempla aquí las cifras pertenecientes a máster oficial, doctorado, máster propio, enseñanzas propias especialistas y enseñanzas propias experto.

Tabla 2: Evolución del número de alumnos de ciclo y grado en universidades públicas y privadas

		Curso 08/09	Curso 10/11	Curso 12/13	Curso 13/14	% 13/14 sobre 08/09
Universidades Públicas	Presencial	1.097.378	1.138.584	1.115.281	1.087.816	-0,87%
	No presencial	147.413	151.994	154.207	151.545	2,80%
	Nº Total	1.244.791	1.290.578	1.269.488	1.239.361	-0,44%
Universidades Privadas	Presenciales	104.627	121.437	123.023	125.882	20,32%
	No presenciales	41.991	48.799	46.870	47.430	12,95%
	Nº Total	146.618	170.236	169.893	173.312	18,21%
Totas Sistema Universitario Español		1.391.409	1.460.814	1.439.381	1.412.673	1,53%

Fuente: elaboración propia, datos CRUE (2015)

En líneas generales se observa cómo el nexo de unión entre la universidad tradicional y las corporativas pasa irremediamente por la privatización de las primeras, a la que se apela en base a resultados académicos, recortes presupuestarios, desequilibrios financieros entre comunidades así como a la subida de los precios públicos.

3.2. *De la enseñanza aplicada de las universidades corporativas a la racionalización especializada que afecta sólo a la oferta en las universidades tradicionales*

Paralelamente a la creación de nuevas universidades y centros, se ha incrementado el catálogo de titulaciones universitarias. Este hecho, la masificación, es uno de los aspectos, que más preocupa en este momento a los gobernantes educativos que abren un horizonte de retos que pasa por la racionalización de la oferta académica. Fomentar las fusiones de centros superiores o reducir la multiplicidad y duplicidad de títulos constituyen elementos claves a la hora acometer esta reforma. «El diagnóstico generalizado es que sobran universidades o al menos sobran titulaciones»¹⁸.

¹⁸ Declaraciones del anterior Ministro de Educación, José Ignacio Wert. Diario ABC, martes 17 de enero de 2012.

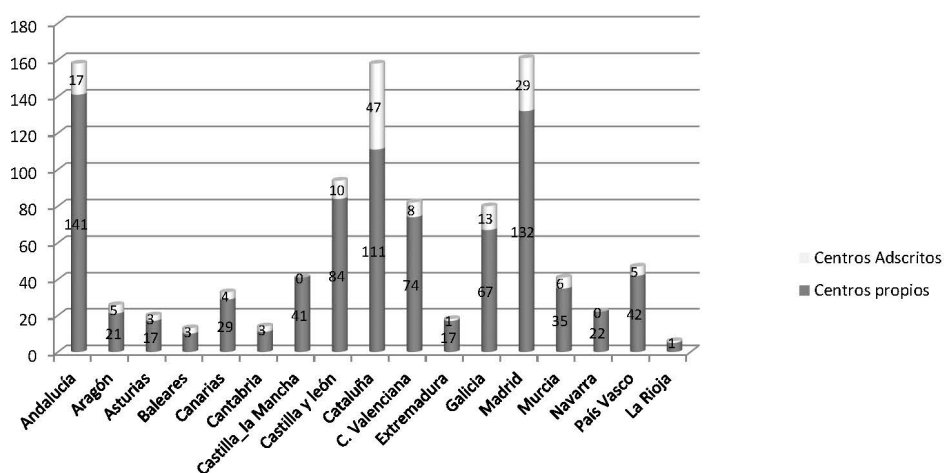
Tabla 3. Titulaciones de grados, máster oficiales y doctorados Curso 2014/2015

	Grados	% sobre total	Másteres oficiales	% sobre total	Doctorados	% sobre total
Total	2637	100	3666	100	2388	100
U. Presenciales	2540	96,3	3489	95,3	2318	97,1
U. No presenciales	99	3,8	178	4,8	67	2,8
U. Especiales	-	---	30	0,8	8	0,3

Fuente: elaboración propia. Datos Fundación CyD. Las universidades españolas, una perspectiva autonómica (2015)

Se habla de poca especialización, de estudios comunes, repetidos con frecuencia, dentro de reducidas áreas geográficas. Como se puede apreciar en el gráfico 5, son varias las Comunidades Autónomas; Madrid, Cataluña, Andalucía, Castilla y León y Galicia, las que destacan por la concentración de centros que imparten titulaciones oficiales, esto hace que la oferta se masifique, aspecto que debilitaría a las propias universidades abocadas a una competencia financiera poco saludable (Comisión de Expertos, 2013). De hecho, Giménez-Salinas señala que «uno de los problemas más importantes del SUE es la falta de especialización de las universidades» (2013, p. 47).

Gráfico 5: Distribución de los centros que imparten alguna titulación oficial en universidades presenciales por Comunidad Autónoma y tipo de centro. Curso 2014-2015



Fuente: Elaboración propia. Datos MEC (2015)

Es por ello que, uno de los temas prioritarios en los que se está trabajando desde las Consejerías de Educación Autonómicas, es en la configuración y establecimiento de los nuevos *mapas de titulaciones oficiales*, cuyo objetivo se centra en la eliminación de las duplicidades existentes. Se está poniendo en marcha un proceso de reordenación de la oferta universitaria para avanzar en la especialización de los campus, y este parece ser el desafío más urgente de las agendas políticas autonómicas¹⁹. En definitiva, se apela a ir trabajando en la viabilidad futura y en posibles estrategias de actualización de la oferta, lo que requiere mayores niveles de coordinación universitaria e incluso de fusión. La racionalización de la oferta educativa actual, abre la puerta hacia universidades especializadas, lo que supone invocar una enseñanza más aplicada que permita la personalización y el trazado de itinerarios formativos.

Bajo estas premisas, destaca el hecho de que las universidades privadas continúen con un proceso de aumento de su oferta. A diferencia de las públicas que, en función de la demanda, realizan la oferta de títulos, las privadas, apuestan por la expansión de títulos como estrategia de crecimiento y así lo constatan las cifras. La tabla 4, pone de manifiesto que precisamente el aumento la presencia de universidades privadas y la oferta de titulaciones de las mismas, disminuye el número de alumnos de grado que estas instituciones consiguen atraer, disminuyendo su cuota de mercado respecto a estudios de grado.

Estos datos indican una situación contradictoria con los principios que rigen el funcionamiento del sector privado, en tanto que se rompe la fórmula de que a menor demanda menor oferta de titulaciones. ¿Atendiendo a qué criterios existe ese interés por parte de las universidades privadas no sólo de mantener sino de incrementar el número de titulaciones cuándo disminuye el porcentaje de estudiantes de grado?

Tabla 4. Evolución del porcentaje de titulaciones ofertadas y del número de alumnos de grado que atraen las universidades privadas

	Curso 2010/2011	Curso 2011/2012	Curso 2012/2013	Curso 2013/2014
%Titulaciones de grado ofertadas	18,9%	19,3%	20,6%	22,1%
% de estudiantes	15,9%	15,7%	12,8%	13%

Fuente: elaboración propia. Datos MEC (2015)

¹⁹ «Avanzar en la especialización inteligente de los campus». Con estas palabras definía el Consejero de Educación de Castilla y León, Fernando Rey, el reto inminente al que se enfrentan las universidades españolas. Periódico ABC CyL. 29/09/2015.

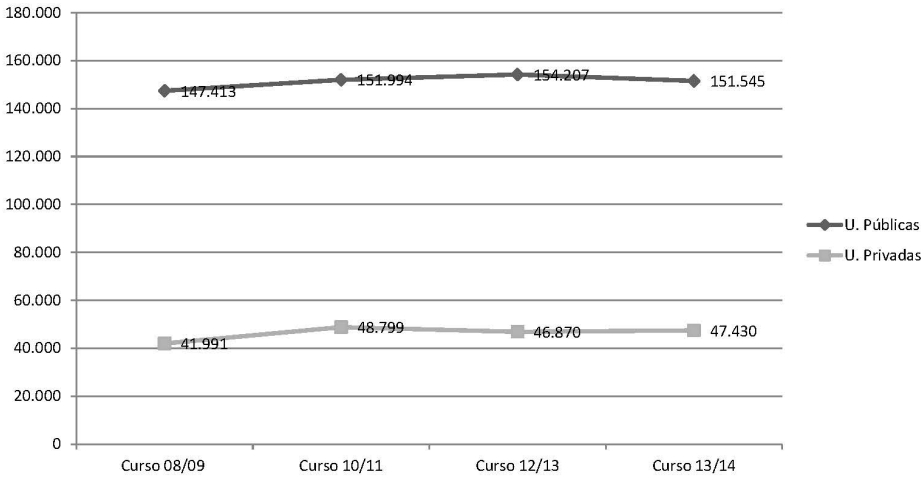
Especialización y excelencia van a ser los puntos que diferencien a las universidades. Ello conduce a la participación en dinámicas de competición por la atracción de estudiantes, principalmente los de máster y doctorado, a sabiendas de que «ninguna universidad puede jugar la *Champions* en todas las materias» (Guinovart, 2013, p. 99) La especialización a través de los estudios de postgrado constituye una baza de las universidades tradicionales que ven, en el atractivo de la enseñanza aplicada, propia de las universidades corporativas, el camino a seguir. La distinción a través de la especialización supone que cada universidad ha de concentrar esfuerzos en aquellas áreas que le hagan más visibles internacionalmente para poder así engancharse al tren de la excelencia.

3.3. *El atractivo de las modalidades no presenciales de enseñanza: Un espacio de interés compartido a tres bandas (universidades corporativas, tradicionales: públicas y privadas)*

Dentro de este escenario de cambios y apertura hacia nuevos horizontes, la apuesta por el aprendizaje permanente va a ser un elemento clave en la conexión del mundo académico y el laboral que necesariamente va a conllevar cambios en las metodologías docentes y en el propio proceso de enseñanza aprendizaje.

De hecho, como señala Gutiérrez-Solana «la combinación de la enseñanza tradicional con la enseñanza virtual-on line constituye uno de los principales cambios en la educación universitaria actual» (2010, p. 5). Los datos nos demuestran la tendencia de crecimiento de diferentes modalidades de formación no presencial. El gráfico 6, refleja la trayectoria de crecimiento en la demanda de matrícula de enseñanza no presencial. Desde el curso 08/09, esta tendencia al aumento se concreta en una cifra más moderada, 2,80% para las universidades públicas y constata cómo este aumento es considerablemente mayor, un 12,95%, si nos referimos a las instituciones privadas.

Gráfico 6. Crecimiento de la matrícula de enseñanza no presencial en universidades públicas y privadas



Fuente: elaboración propia. Datos CRUE (2015).

Así, los últimos datos públicos referidos al curso 2014/2015, refuerzan la línea de crecimiento que la vía de enseñanza no presencial está teniendo en el panorama académico. Realidad que si bien es incipiente para los estudios de grado, para los de máster, al contrario, sí está tomando posiciones relevantes en este terreno. Cabe resaltar igualmente, cómo las universidades privadas superan a las públicas en este tipo de oferta educativa, consolidando vías de matriculación más atractiva.

Tabla 5. Enseñanza no presencial en grados y posgrados curso 2014/2015.

	Curso 2014/2015			
	Nº total de grados impartidos 2637		Nº total de máster oficiales impartidos 3661	
Modalidad no presencial (públicas privadas)	99		174	
Modalidad combinada*	213		646	
	% U. Pública	%U. Privada	% U. Pública	%U. Privada
	30%	70%	40%	60%

* O bien a distancia, o de manera presencial o combinando varias modalidades: grados que pueden cursarse indistintamente de manera presencial o a distancia.

Fuente: elaboración propia. Datos Informe Fundación CyD (2014)

La implantación creciente de programas tanto e-learning como b-learning, cobra una gran importancia no sólo en las universidades corporativas (Baladrón y Correyero, 2013) sino también en las privadas. Son muchas las entidades con esta titularidad que, en los últimos tiempos, han encontrado en la formación a distancia y virtual, una plataforma de captación de alumnado, atrayendo a aquellos que por condiciones laborales o personales, requieren tiempos de formación flexible y rápida, buscando una oferta que les aporte un valor diferencial y que cuente con reconocimiento en el mercado.

El atractivo de la modalidad de enseñanza constituye un punto clave en la captación de alumnado y un escenario de competencia que va a marcar diferencias entre unas entidades y otras. Es por ello que la universidad tradicional, también se suma a esta carrera, incorporando estrategias en esta línea. Así, el principal modelo de explotación utilizado en este sentido se articula a través de los *Campus virtuales*, a partir de la confluencia de múltiples aplicaciones tecnológicas que van a asegurar la implementación de recursos técnicos necesarios para la impartición virtual de enseñanzas, apostando así fuertemente por la formación a distancia, tal y como se recoge en los *Planes de desarrollo de la docencia virtual*.

Mención especial requiere en este punto, el auge que los cursos de formación en línea, masiva y abierta (conocidos con las siglas en inglés MOOCs) están teniendo, reforzando su valor respecto a la internacionalización de la docencia con la presencia de más estudiantes de origen extranjero y con la movilidad virtual de docentes y estudiantes en colaboración con instituciones de todo el mundo.

4. La comercialización de la investigación a través del emprendimiento. El engranaje estructural de servicios y productos en la nueva universidad

Como venimos indicando a lo largo de este trabajo, la función tradicional de la universidad; formar e investigar, se ha ido revisando bajo la emergencia de un paradigma que se alinea con el discurso de mercado. La denominada *tercera misión de la universidad*, viene a introducir la transferencia de conocimiento, como la vía de complemento entre universidad y empresa. Surge así un marcado interés por difundir el conocimiento, las habilidades y la propiedad intelectual de las universidades a las empresas. Esta misión emprendedora de la universidad se sustenta bajo la teoría de la *triple hélice* de Etzkowitz y Leyersdorf, que describe a la universidad como un agente que entra a formar parte de un sistema en el que están incluidos empresas y gobiernos, cuya única misión, es ahora la de contribuir al desarrollo económico y social. A partir de este enfoque, la noción de universidad emprendedora se está desarrollando paulatinamente en el sistema universitario de nuestro país.

Hay que reconocer que empresas y universidades tienen culturas, estructuras y objetivos diferentes, lo que hace que las relaciones entre ellas no sean sencillas, sin embargo, se ha «evidenciado la ventaja del trabajo interrelacionado con una estrategia de desarrollo basada en procesos productivos con alto valor cognitivo» (López Hurtado, 2014, p. 112). En esta línea desde el sector empresarial, siempre se le ha achacado a la universidad tradicional, ser la barrera en el acercamiento hacia estas entidades, y se apela a la posibilidad de que estemos hablando de un problema cultural, insistiendo en la necesidad de un cambio de modelo. Y por ello, se reclama, como un hecho imprescindible, la profundización de relaciones con el negocio corporativo destacándose que «de la relación entre empresas y universidades es posible obtener grandes réditos en términos de cultura innovadora y actitud emprendedora» (PwC, 2013, p. 43). Parece que el discurso ha calado plenamente. La conexión academia-empresa indica la instauración de una clara cultura empresarial.

Los contextos académicos nos muestran, cómo estas sinergias se han ido articulando en la práctica a través de diferentes procesos, hasta el punto que, ya son una realidad dentro de las estructuras formales de la universidad.

La incorporación en el gobierno universitario de vicerrectorados específicos que engloban todas las actividades destinadas a este fin es un hecho. Investigación y transferencia se unen. Vicerrectorado de transparencia del conocimiento y emprendimiento; de investigación y transferencia, de investigación e innovación, etc...pueden ser algunos ejemplos de los nombres que toman las estructuras dedicadas a la articulación de investigación universitaria y empresa.

Igualmente, se han configurado estructuras específicas; unidades y servicios, para promover, coordinar y gestionar las actividades de investigación, innovación y transferencia de resultados. Desde las *Fundaciones Generales*, entidades privadas, sin ánimo de lucro, creadas a iniciativa de los gobiernos académicos, se promueven las relaciones universidad-empresa. Favorecer y divulgar el conocimiento científico y técnico constituye la principal misión para las que han sido creadas, es por ello que su esencia la constituye la unión de docencia, investigación, ciencia y desarrollo tecnológico. Son cuatro los bloques que aglutinan los servicios que se prestan; gestión de la I+D+i, gestión de las acciones formativas presenciales, congresos y simposios, e-learning y servicios virtuales y mecanismos encaminados al fomento de empleo.

En este escenario, son las *Oficinas de Transferencia de Resultados de Investigación* (OTRIs), las que se consolidan como unidades de enlace entre la universidad y el entorno socioeconómico en materia de innovación, encargándose de promover acciones conjuntas de I+D+i que potencien las relaciones entre la comunidad investigadora, las empresas y otras entidades para que la sociedad se beneficie

de las capacidades y los resultados de la actividad investigadora. Investigador, empresa y emprendedor constituyen el triángulo de los destinatarios de sus acciones.

En la práctica, la investigación y la enseñanza son las formas más básicas a través de las cuales el conocimiento se crea y se transfiere. La transferencia de conocimiento se materializa en las *Estrategias generales de las universidades* a través de mecanismos formales de actuación; diferentes contratos²⁰, concursos, proyectos de cooperación, y dinámicas informales de intercambio de conocimiento, como la movilidad de personas cualificadas. El fin es el fomento de la actividad emprendedora y el estímulo de la creación de empresas de base tecnológica (EBTs) y de Spin- Offs así como la dinamización de la protección de resultados de investigación y la promoción de proyectos colaborativos en el ámbito universitario.

Los *Proyectos de transferencia de conocimiento*, recogidos en los *Planes de transferencia de conocimiento Universidad-Empresa*, recogen las medidas y actuaciones que se están llevando a la práctica. Con autonomía en este campo, cada universidad, en la búsqueda de los objetivos marcados, materializa y concreta sus acciones, esto hace que nos encontremos con un mosaico heterogéneo de posibilidades. A pesar de ello, sí podemos encontrar y clasificar algunas de estas actuaciones y hacerlas generales a todo el panorama universitario nacional para ejemplificar y describir la realidad, respetando las especificidades de cada una de las entidades. Tal y cómo se muestra en la tabla 6, las estructuras universitarias, articulan actividades orientadas a la transferencia de conocimiento que abarcaría actuaciones de formación, promoción y desarrollo de las mismas. Se apoyan e impulsan iniciativas de investigación relacionadas con necesidades empresariales, sociales e industriales y con una viabilidad de transferencia de conocimiento al sector público y/o privado. La relación universidad- empresa se potencia a través de la realización de proyectos de I+D+i conjuntamente. Del mismo modo, existe una cobertura que da impulso a iniciativas emprendedoras en búsqueda de la creación de empresas. En definitiva, se pretende que «el mundo laboral y el académico compartan un mismo ecosistema» (Informe, CyD, 2015, p. 169). Las compañías necesitan atraer talento con conocimientos y experiencias multidisciplinares para lo que se sirve del mundo académico y éste, a su vez, ha ido incorporando estructuras para hacer factible las relaciones con el mundo empresarial y atender así, a los imperativos de una economía global que, como venimos indicando a lo largo del trabajo, hacen que las universidades se vean obligadas a dar un giro en su esencia para dar respuesta a dichas exigencias.

²⁰ El artículo 83 de la Ley de Orgánica de Universidades establece una vía de colaboración e interrelación de la Universidad con el medio social. Regula la colaboración entre universidad y el sector empresarial a través de diferentes modalidades y categorías.

Tabla 6. Medias y actuaciones universitarias para el impulso y materialización de la transferencia del conocimiento

INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO			
MEDIDAS UNIVERSIDAD INNOVADORA	Planes estratégicos	Gestión de la transferencia del conocimiento	Generalización de las actividades de transferencia del conocimiento
	Actuaciones	Actuaciones	Actuaciones
	-Diseño y definición de estrategias de investigación y transferencia	-Especialización de personal -Escaparates tecnológicos -Observatorios	-Programas de prototipos orientados al mercado: TFGs, TFMs -Pruebas concepto y valoración de resultados de investigación. Tesis y Proyectos de investigación
MEDIDAS Proyectos UNIVERSIDAD-EMPRESA	Proyectos internacionales Universidad-empresa	Consortios universitarios para la transferencia de conocimiento	Participación en procesos de innovación abierta
	Actuaciones	Actuaciones	Actuaciones
	-Proyectos I+D+I colaborativos con empresas o programas internacionales -Programas de conexión: búsqueda de colaboraciones y socios empresariales	-Formación de consorcios nacionales e internacionales para la transferencia de conocimiento	-Proyectos de I+D+I y consultorías en colaboración con las universidades y el tejido empresarial del entorno
MEDIDAS UNIVERSIDAD EMPRENDEDORA	Campus emprendedores	Viveros universitarios de promoción empresarial	Formación
	Actuaciones	Actuaciones	Actuaciones
	-Fomento de una cultura emprendedora. «Rutas emprendedoras»	-Creación de empresas a partir de tecnologías universitarias -Concursos de proyectos empresariales Spin-off	-Planes de emprendimiento -Escaparates del emprendedor
ECOSISTEMA INNOVADOR			
GRUPOS DE TRABAJO		DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN	
-Participación en grupos de trabajo sobre transferencia de conocimiento -Participación en redes y cauces de colaboración		-Promoción y sensibilización -Promoción universidad emprendedora: ecosistemas para el emprendimiento -Difusión en Mass media -Materiales divulgativos/editorial	

Fuente: elaboración propia

5. A modo de conclusiones

A lo largo del presente trabajo hemos tratado de mostrar cómo las directrices comunitarias en política universitaria están siendo cada vez más reguladas en marcos jurídicos en los que la economía y la educación se afianzan en un entramado de alianzas en torno a la gestión del conocimiento.

Tomando como punto de partida los nuevos horizontes en los que se está programando la educación superior, el artículo ha pretendido analizar el proceso de reinención en el que está inmersa la universidad tradicional, prestando para ello especial atención a los exponentes sobre los que se construye la universidad actual.

De un lado, el estudio de las instituciones. Concretamente de las universidades corporativas, en tanto que simbolizan un escenario de formación desde políticas de libre mercado. Si bien su reciente historia nos muestra unas instituciones muy diferenciadas y hasta enfrentadas con los centros de formación universitarios, la globalización del conocimiento ha activado dinámicas de complementariedad entre ambas organizaciones en materia de discursos, prácticas y estructuras de gobierno, que además se fraguan normativamente desde el contexto de la universidad.

De otro, el discurso. Bajo el compromiso de conformar una universidad inclusiva y receptiva a las premisas competenciales que demandan modelos de conocimiento más globalizados e industrializados, las directrices institucionales de las universidades tradicionales están siendo redirigidas, adaptándolas aún más a los imperativos de la economía capitalista. En este sentido hemos constatado cómo la *Estrategia de la universidad 2020* (en comparación con la *Estrategia* de 2015), ha virado la orientación de la internacionalización convirtiendo la planificación estratégica y operativa de la universidad en uno de los desafíos más rentables en la producción y la gestión del conocimiento.

En el nuevo mapa industrial del conocimiento, la necesidad de incrementar la rentabilidad de la educación ha obligado a diversificar las fuentes de riqueza, desplazando la atracción de los estudiantes extranjeros, como principio soberano de la internacionalización, a la implantación de fórmulas más contundentes (y beligerantes) con la finalidad de expandir los activos, como la investigación a mercados nacionales, pero sobre todo internacionales.

Políticas todas ellas que bajo el auspicio de la reglamentación universitaria están generando una brecha insalvable entre el dominio docente y el investigador, articulando estructuras, servicios y productos destinados a la transferencia y la gestión del conocimiento. Actuaciones que se gestan en el seno de una organización de gobierno configurado para incrementar la correlación entre la internacionalización del conocimiento y la empresa.

La universidad tradicional no sólo ha adoptado, sino que ha superado en lenguajes, maneras y valores a las instituciones de mercado como son las universidades corporativas en su propósito de comercializar la investigación.

Se abre un horizonte incierto en el que se han quebrantado, sin ser muy conscientes de ello, las señas de identidad de la universidad como centro de construcción de conocimiento desde una perspectiva crítica y humanística.

6. Referencias

- Allen, M. (2002). *The Corporate University Handbook*. AMACOM Div American Mgmt Assn.
- Arenilla Saenz, M. (Dir). (2012). *La reforma de la Universidad española. Un análisis desde su gobernanza*. La Coruña: Netbiblo.
- Baladrón, A. J., & Correyero, B. (2013). Universidades corporativas: ¿un actor emergente en la educación superior en España? *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 10(2), 20-36. Recuperado el 03 de octubre de 2015, de <http://rusc.uoc.edu/ojs/index.php/rusc/article/view/v10n2>
- Bedenlier, S., & Zawacki-Richter, O. (2015). Internationalization of higher education and the impacts on academic faculty members. *Research in Comparative & International Education*, 10(2), 185-201.
- Besalú, X., Marqués, S., & Soler, P. (2013). Excelencias universitarias. *Revista Sinpermiso*. Recuperado el 8 de octubre de 2015, de <http://www.sinpermiso.info/textos/index.php?id=5801>
- Brunner, J.J. (2014). La idea de la Universidad pública en América Latina: Narraciones en escenarios divergentes. *Educación XXI*, 17(2), 17-34.
- Castro, D., & Gairín, J. (2013). Retos en la gobernanza de las universidades españolas. *Perspectiva Educacional, formación de profesores*, 52(1), 4-30.
- Castro, D, & Ion, G. (2011). Dilemas en el gobierno de las universidades españolas: autonomía, estructura, participación y desconcentración. *Revista de Educación*, 355, 161-183.
- Chang Castillo, HG. (2010). El modelo de la Triple Hélice como un medio para la vinculación entre la universidad y la empresa. *Revista Nacional de Administración*, 1, 85-94
- Comisión de Expertos. (2012). *Propuesta para la reforma y mejora de la calidad y eficiencia del sistema universitario español*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015, de <http://www.mecd.gob.es/prensa-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/participacion-publica/sistemauniversitario/propuestas-reforma.pdf>

- Clark, B.R. (2001). The Entrepreneurial University: New Foundations for collegiality, autonomy and achievement, *Higher Education Management*, 13(2), 9-25.
- Climent, V., Michavila, F., & Ripollés, M. (2015). *El gobierno de las universidades. Reformas necesarias y tópicos manidos*. Madrid: Tecnos.
- CRUE (2015). *La universidad española en cifras*. Curso académico 2013/2014. Madrid: CRUE.
- Dávila Quintana, C.D., Mora, J.G, Pérez, P.J., & Vila, L.E. (2015). ¿Es posible potenciar la capacidad de liderazgo en la universidad? *Innovar*, 25(56), 129-140.
- Fernández, E. (2009). El sistema-mundo del capitalismo académico: procesos de consolidación de la universidad emprendedora. *Archivos Analíticos de Políticas Educativas*, 17(21), 1-22.
- Ferreiro Baamonte, X. (2010). Mercantilización y precarización del conocimiento: el proceso de Bolonia. In Edu- Factory y Universidad Nómada (Comps.), *La universidad en conflicto* (pp. 113-145). Madrid: Traficantes de sueños.
- Flórez-Parra, J.M. (2013). El gobierno corporativo en el sector público: Un estudio en las universidades públicas españolas, *Cuadernos de Administración*, 29(50), 142-152.
- Foss, L., & Gibson, D.V. (Ed). (2015). *The entrepreneurial university. Context and institutional change*. N. York: Routledge.
- Fundación Conocimiento y Desarrollo. (2014). *Informe anual sobre la contribución de las universidades españolas al desarrollo*. Barcelona: CyD.
- Fundación Conocimiento y Desarrollo. (2015). *Las universidades españolas. Una perspectiva autonómica*. Barcelona: CyD
- Galán, A. (2013). Incertidumbres y desafíos de la universidad española. Escenarios posibles a corto y medio plazo. *Avances en Supervisión Educativa*, 19, 1-22. Recuperado el 11 de octubre de 2015, de http://www.adide.org/revista/images/stories/revista19/ase19_mono08.pdf
- Giménez-Salinas i Colomer, E. (2010). La selección y atracción de estudiantes. In Peña, D, *Propuestas para la reforma de la Universidad española* (pp. 39-59). Madrid: Fundación Alternativas.
- Guinovart, J.J. (2010). Investigación y doctorado en la universidad que viene. En Peña, D, *Propuestas para la reforma de la Universidad española* (pp. 91-102). Madrid: Fundación Alternativas.
- Gutiérrez-Solana, F. (2010). Políticas universitarias para una nueva década: problemas y oportunidades. *La Cuestión Universitaria*, 6, 4-11.

- Jarvis, P. (2006). *Universidades corporativas. Nuevos modelos de aprendizaje en la sociedad global*. Madrid: Narcea.
- Jones, E., & Brown, S. (2014). *La internacionalización de la educación superior*. Madrid: Narcea.
- Kehm, B. (Comp.). (2012). *La nueva gobernanza de los sistemas universitarios*. Barcelona: Octaedro.
- Larroy, C. (2015). La imparable expansión de las universidades privadas. *Contexto y Acción*, Ctxt, 15. Recuperado el 11 diciembre de 2015, de <http://ctxt.es/es/20150430/politica/945/Educaci%C3%B3n-Universidad-recortes-crisis-Espa%C3%B1a-Desmontando-el-bienestar.htm>
- Levy, D. (2011). Las múltiples formas de la educación superior privada: Un análisis global. In Brunner, J.J., & Peña, C. (Eds.), *El Conflicto de las Universidades: Entre lo Público y lo Privado*. (pp. 135-160). Santiago, Chile: Ediciones Universidad Diego Portales.
- López Hurtado, J. (2014). Modelos interpretativos de la relación estado-empresa-universidad, *Revista Ciclo América*, 8(15), 111-122.
- Lorente Campos, R. (2015). El proceso de degradación de la universidad y de su función en la sociedad española. El tránsito de la universidad española desde el modelo continental europeo al modelo anglosajón. *Arxius*, 32, 139-160.
- Maccarone, J.L. (2015). Gobernanza de las universidades públicas, *Ciencias Administrativas*, 5, 65-71.
- Marina, J.A. (2016). *Objetivo: Generar talento*. Madrid: Conecta.
- Marquina, M. (2007). El conflicto de la profesión académica: entre la autonomía, la burocratización y la mercantilización. In Rinesi, E., & Soprano, G. (Comps.), *Facultades alteradas. Actualidad del Conflicto de Facultades de Kant* (pp. 145-173). Buenos Aires: Prometeo.
- Mazo Mejía, A. (2014). Las Universidades empresariales. *Revista Online Lupa empresarial*, 8, 1-22.
- MEC. (2011). *Estrategia Universidad 2015. Contribución de las universidades al progreso socioeconómico español 2010-2015* Secretaría General de Universidades. Ministerio de Educación. – Madrid: Ministerio de Educación. Secretaría General Técnica, 2011
- MECD. (2014). *Estrategia para la internacionalización de las universidades españolas. 2015-2020*. Recuperado el 20 de mayo de 2015, de <http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/dms/mecd/educacion-mecd/areas-educacion/universidades/politica-internacional/estrategia-internacionalizacion/EstrategiaInternacionalizaci-n-Final.pdf>

- MECD. (2015). *Datos y cifras del Sistema universitario español. Curso 2014-2015. Catálogo de publicaciones del Ministerio*. Recuperado el 08 de diciembre de 2015, de <http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/educacion-mecd/areas-educacion/universidades/estadisticas-informes/datos-cifras/Datos-y-Cifras-del-SUE-Curso-2014-2015.pdf>
- Meister, J. (2000). *Universidades empresariales*. Bogotá: McGraw Hill.
- Meister, J.C., & Willyerd, K. (2010). *The 2020 Workplace: How Innovative Companies Attract, Develop, and Keep Tomorrow's Employees Today*. New York: HarperBusiness.
- Mertova, P. (2014). Academic perspectives on internationalisation in three countries, *Research in Comparative & International Education*, 9(2), 137-148.
- Negri, A. (2005). *Europa y el imperio. Reflexiones sobre un proceso constituyente*. Madrid: Akal.
- Negri, A. (2015). *La anomalía salvaje. Ensayo sobre poder y potencia en Baruch Spinoza*. Buenos Aires: Waldhuter Editores.
- Pierre, J., & Peters, B.G. (2000). *Governance, Politics and the State*. Basingstoke. UK: Macmillan.
- Pini, M.E. (2013). Discurso y educación: un campo transversal. *Revista Trampas de la comunicación y la cultura*, 75, 185-193.
- Puukka, J., & Marmolejo, F. (2008). Higher education institutions and regional missions: lessons learnt from the OECD. *Review Project, Higher Education Policy*, 21(2), 217-244.
- PWC. (2013). Temas candentes de la universidad española 2013. ¿Tenemos la universidad pública que necesitamos? Recuperado el 13 de octubre de 2015, de <https://www.pwc.es/es/publicaciones/sector-publico/assets/temas-candentes-universidad-esp.pdf>
- Rodeiro Pazos, D. (2008). *La creación de empresas en el entorno universitario español y la determinación de su estructura financiera*. Universidad de Santiago de Compostela.
- Ross, A. (2010). La emergencia de la universidad global. En Edu- Factory y Universidad Nómada (Comps), *La universidad en conflicto* (pp. 51-71). Madrid: Traficantes de sueños.
- Rubio, A. (2011). *Universidades corporativas*. Madrid: Lid.
- Salcines Cristal, J.V., & Prado Domínguez, A.J. (2005). Los procesos de reforma en la financiación y gestión de la educación superior. *Principios: estudios de economía política*, 77-94.

- Salmi, J. (2008). *El desafío de crear universidades de rango mundial*. Banco Mundial. Colombia: Mayol.
- Samoilovich, D. (2008). Tendencias de la educación superior en América latina y el Caribe. In Gazzola, A.L., & Didriksson, A. (Eds.), *Tendencias de la Educación Superior en América Latina y el Caribe* (pp. 319-379). Caracas: IESALC-UNESCO.
- Shin, J.C. (2009). Classifying higher education institutions in Korea: a performance-based approach. *Higher education*, 57(2), 247-266.
- Sil, R., & Katzenstein, P. J. (2010). *Beyond Paradigms. Analytic Eclecticism in the Study of World Politics*. UK: Palgrave Macmillan.
- Verger, A. (2013) Políticas de Mercado, Estado y Universidad: Hacia una conceptualización y explicación del fenómeno de la mercantilización de la Educación Superior. *Revista de Educación*, 360, 268-291.
- Viltard, L. (2012). *Universidad Corporativa (UC), explicación de su existencia, funcionamiento y las posibilidades de implementación en Argentina, a partir del aporte que realiza a la eficiencia estratégica y operacional*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Zhao, X. (2014) Policy change and private higher education development: A case study, *Research in Comparative & International Education*, 9(2), 149-164.