



### Especial

## ¡A CERRAR LA BRECHA!

**La sincronía entre universidades y empresas es una de las principales herramientas para generar una mayor capacidad innovadora en el sector productivo. Aunque la distancia entre ellas todavía es grande, hay esfuerzos por reducirla.**

En marzo pasado estuvieron en Colombia dos importantes visitantes: Horst Köller, presidente de Alemania; y Bill Gates, fundador de Microsoft. Si bien sus visitas no coincidieron, sus discursos sí lo hicieron en uno de los aspectos más importantes de la agenda actual del mundo: la educación y el rol de las universidades.

Mientras para Gates, el papel de la universidad en la capacitación de gente de clase mundial para construir país, nuevas compañías y oportunidades de trabajo es vital para el desarrollo de los países; para

Köller, una relación óptima en la alianza de empresas y universidades mejora e impacta favorablemente la capacidad innovadora del sector productivo.

Sin duda, una de las mayores preocupaciones de las autoridades académicas y empresariales del país es cómo cerrar la brecha que distancia a las universidades de las compañías. Sin embargo, no es fácil determinar derroteros, pues hoy cada una de ellas vive contextos y preocupaciones diferentes.

### El escenario

Para unos y para otros, sus escenarios son complejos y cambiantes, pero también distantes. Por un lado, las empresas viven hoy uno de sus momentos de mayor competencia, donde las fronteras -a pesar de los problemas que atraviesan los tratados de libre comercio- se perderán y el empuje de la globalización las obliga a alcanzar estándares internacionales.

Para ello, deben mejorar su productividad y competitividad con prácticas más eficientes, la implementación de metodologías internacionales y haciendo más con menos en un menor tiempo. Como lo ha explicado reiteradamente Felipe Millán, ex director del Centro Nacional de Productividad: "los países no son pobres porque carezcan de recursos sino porque los desperdician".

Esto ha llevado a que el entorno empresarial tenga hoy una gran dinámica, con agresivos procesos de fusiones y adquisiciones, y con grandes transformaciones al interior de las compañías para capturar sinergias que se traduzcan en eficiencias y porciones de mercado cada vez más significativas y obtener, al final del día, mayores retornos a su inversión.

Sin embargo, muchas empresas locales no cuentan con capacidad para investigación y desarrollo. En ese contexto de alta competitividad y de la mano de las universidades, pueden encontrar una oportunidad de desarrollo para alcanzar beneficios competitivos.

Pero no todo es tan simple. Las universidades, en especial las de América Latina, se debaten bajo dos perspectivas que pueden ser contradictorias. Por un lado, la producción de conocimiento y la visibilidad académica internacional que se juega en las publicaciones y en la actividad académica de los profesores en escenarios públicos de la ciencia.

Y por otro, resolver problemas específicos de la región o del entorno donde opera la universidad, actividad que no da visibilidad internacional, y cuyos resultados en muchas ocasiones no se pueden publicar, pues existen compromisos de confidencialidad.

"Hay que trabajar en las dos bandas. Somos universidad y tenemos que hacer ciencia, buscar que los profesores publiquen, pero también tenemos que responder cosas directas en esa lógica de diálogo y de confianza con los actores del entorno. Queremos ser instituciones del conocimiento reconocidas en los círculos mundiales y en las redes mundiales del conocimiento, pero tenemos una misión que nos obliga a producir conocimiento pertinente para una región específica y hay que trabajar en eso, lo que hace las circunstancias más complejas", explica Alberto Roa, vicerrector académico de la Universidad del Norte de Barranquilla, uno de los centros universitarios que más se ha destacado por su relación con investigaciones aplicadas para las empresas de la región.

Bajo estos parámetros hay limitaciones adicionales. Para Alejandro Sáez, empresario y profesor de la Universidad Técnica Federico Santa María de Chile, hay una escasa visión empresarial en el sector académico. "En muchas partes se considera que la academia vive en una burbuja, en un mundo que no responde a la realidad. No tiene esa presión del mercado, ni de la competencia, casi cada cual tiene un mercado cautivo. Además, para ellas no existen variables como el tiempo, y hay una clara diferencia en el lenguaje", explica. (Ver recuadro).

### La salida

¿Cuál es la solución para enfrentar este dilema y tender un puente entre las universidades y las empresas? No hay fórmulas

mágicas, pero varios jugadores han estado recorriendo caminos diversos para intentarlo. Para unos, como la Universidad Técnica Federico Santa María de Chile, la respuesta fue la creación de una nueva estructura -la Universidad Santa María Empresas- que le permite relacionarse directamente con las empresas para el desarrollo de proyectos, es decir, rentabilizar los conocimientos en el frente empresarial; mientras la universidad tradicional mantiene su enfoque académico.

"Se analizan las propuestas empresariales estudiando los riesgos y viendo el negocio. Una vez se pasa esta etapa, se buscan los financiamientos. Antes que los capitales de riesgo y los recursos, es necesario tener las buenas ideas. Cuando las ideas son buenas los financiamientos siempre existen", dice Sáez.

Además se complementa con otra entidad, también de la Universidad Técnica, que se llama el Instituto Internacional de Innovación Empresarial que tiene 8 años y que actúa como incubadora de empresas tecnológicas y como líder en los programas de emprendimiento.

Precisamente, el emprendimiento y la innovación son fundamentales para fortalecer la relación entre academia y sector real. Uno de los mejores ejemplos recientes es el de un grupo de estudiantes de la Maestría de Administración de la Universidad de Los Andes, que diseñó un equipo para hacer cirugías 5 veces más baratas. Se trata de un proyecto que ganó el premio McGinnis en la categoría Ciencias de la Vida del concurso de innovación de la Universidad Carnegie Mellon, en Estados Unidos. Son diseños aplicados a necesidades del mercado, especialmente de países en desarrollo.

Otro camino es aprovechar las transformaciones legales coyunturales que le den un nuevo impulso a la investigación aplicada. La multinacional alemana farmacéutica Boehringer Ingelheim, en sus laboratorios en Argentina, se concentró, hasta principios de esta década, en extensiones de línea y fórmulas que venían de otros países.

Sin embargo, a finales de la década de los 90 se promulgó la ley de patentes que le permitió a la compañía investigar en nuevas moléculas en ese país. En 2001, se integró al centro de investigación en Connecticut, Estados Unidos, e inició el desarrollo de nuevas entidades químicas.

"Hemos venido trabajando en una droga contra el sida y nosotros estamos encargados del desarrollo de la solución oral para uso pediátrico. Pero teníamos que cambiar lo que veníamos haciendo y lo hicimos teniendo como base la educación. Consolidamos planes educativos para todo el personal e incluso cambiamos el instrumental que teníamos. Los miembros de nuestro grupo participan en universidades dando cursos y conferencias, también hemos hecho intercambios universitarios con diferentes países como Alemania y otros de América Latina, y les hemos dado nuevos alcances a los programas de pasantías con las universidades. Hoy, el 50% del personal actual empezó como pasante. Teníamos que generar un nuevo canal de conocimiento", afirma Marta Vidal, directora ejecutiva del centro de desarrollo de Boehringer Ingelheim en Argentina.

La Universidad del Norte ha desarrollado en los últimos años programas bajo la modalidad universidad-empresa, que le permite a las compañías de la región Caribe asumir la innovación tecnológica como estrategia de desarrollo. Han participado en estos proyectos empresas nacionales como Acesco, Laboratorios Procaps, Expreso Brasilia, Cementos del Caribe; y multinacionales como Griffin y Saint Gobain, con procesos calidad, productividad y sistematización de operaciones.

A su vez, para Luis Alberto Ortiz, director de posgrados de la Universidad EAN, la naturaleza de las relaciones establecidas con el entorno empresarial, se centra en la aplicación del precepto 'gana-gana'.

"Las fronteras asociadas con la prestación de servicios cubren aspectos como la inserción de la comunidad estudiantil en los escenarios empresariales, en forma tal que con el concurso del programa de prácticas, mientras los estudiantes realizan un trabajo de consultoría o intervención organizacional y reciben el apoyo de profesores que actúan como líderes del trabajo, las empresas perciben el beneficio de conocimientos que contribuyen a identificar y plantear soluciones a los problemas que enfrentan en las diversas etapas que integran la cadena de creación de valor", dice Ortiz.

La ventaja, como lo explica el consultor en innovación David Gleiser, consiste en que las innovaciones realmente importantes no requieren investigaciones de cielo azul, teóricas y lejanas del estado actual del conocimiento. Al contrario, casi siempre están muy cerca del producto que se quiere mejorar. Por eso, parecería que solo faltara un ojo entrenado en el mercado y un ojo entrenado en la academia para conseguir resultados extraordinarios.

[www.dinero.com](http://www.dinero.com)

© Copyright 2007. Todos los derechos reservados.

Está prohibida la reproducción total o parcial de la página