

«La Universidad debe formar profesionales para salir a la calle»

► Expertos del mundo de la educación y la empresa apuntan en ABC recetas de futuro

MANUEL TRILLO
MADRID

España tiene talento y su educación superior, un gran potencial. Nuestro sistema universitario, con más de 80 instituciones académicas, en torno a 115.000 profesores e investigadores y más de 1,4 millones de estudiantes, es un factor clave para el desarrollo en un mundo en el que la competencia es cada vez más feroz. Sin embargo, ninguno de sus centros consigue colocarse entre los puestos de cabeza de los rankings internacionales y las aptitudes de sus egresados no coincide siempre con lo que buscan las empresas. ¿Cuáles son las claves para darle el impulso definitivo?

A esta pregunta trató de dar respuesta ayer la mesa redonda «La formación universitaria en España, cuña de talento internacional», que tuvo lugar en la Biblioteca de ABC y en la que participaron el filósofo José Antonio Marina, el director general de ESIC Business & Marketing School, Simón Reyes Martínez-Córdova; la presidenta, consejera delegada y directora general de Xerox España, Paloma Beaumont; el managing partner de Alemany & Partners, Carlos R. Alemany, y el director coordinador y subdirector general adjunto de la División Global Santander Universidades, José Manuel Moreno Alegre. Presentó el acto la directora general de ABC, Ana Delgado, y ejerció como moderador el periodista Ángel Expósito, director de «La Mañana» de COPE.

Arranca la Global Marketing Competition

La mesa redonda sirvió de preámbulo para la Global Marketing Competition (GMKC), organizada por ESIC con la colaboración de ABC y el patrocinio principal de Banco Santander a través de su División Santander Universidades, y que arrancará el próximo día 26. Se trata de la mayor competición internacional para estudiantes, en la que participan más de 4.790 alumnos en 2.035 equipos de 873 universidades y escuelas de negocio de 89 países. Es una iniciativa 100% española que ha contado con más de 60.000 participantes a lo largo de su historia y que busca estrechar vínculos de ámbito internacional entre el mundo académico y la comunidad empresarial.

La jornada se celebró con motivo de la próxima inauguración, el próximo día 26, del Global Marketing Competition, organizado por ESIC con la colaboración de ABC y el patrocinio principal de Banco Santander a través de su División Santander Universidades.

Enseñanza «muy teórica»

Los participantes en la mesa pusieron sobre el tapete una serie de males en la formación que ofrece a la Universidad española, que según el profesor Marina se resumen, sobre todo, en que es «muy teórica y muy individualiza-



José Antonio Marina

FILÓSOFO

«La Universidad española no tiene un proyecto educativo y adolece de una endogamia terrible»

Simón Reyes Martínez-Córdova

DIRECTOR GENERAL DE ESIC
BUSINESS & MARKETING SCHOOL

«Las universidades no han hecho nada por estar a la cabeza de los rankings»

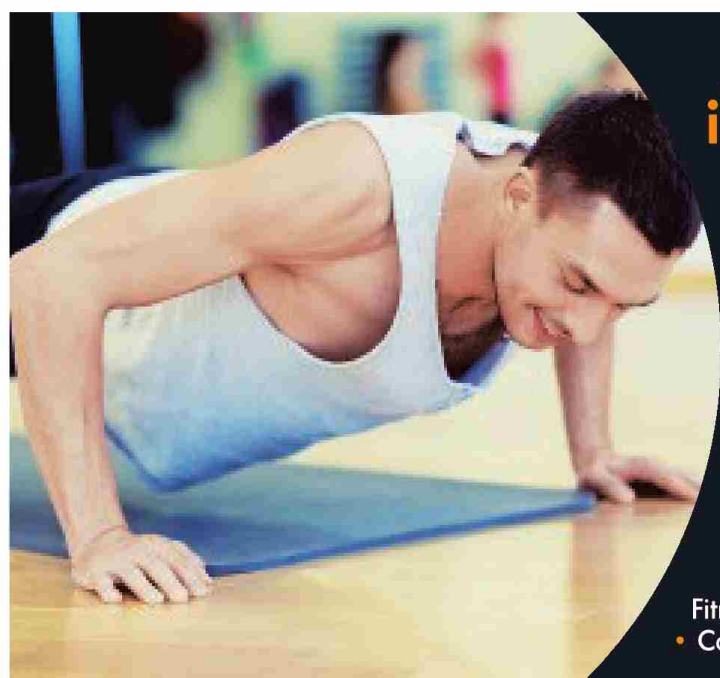
da». La falta de una adecuada orientación se traduce en que, aunque España ha mejorado en volumen de producción científica, «el número de patentes sigue siendo muy bajo», explicó.

Para el director general de ESIC, mientras que las escuelas de negocio españolas se «han trabajado» estar en los puestos de cabeza de los rankings internacionales, «las universidades no han hecho nada». Para cambiar esa situación, «tienen que dedicar tiempo, dinero e imaginación» y «responder a lo que pide el mercado», apuntó Martínez-Córdova.

A juicio del representante del Banco Santander, no es un problema solo de las universidades, sino del conjunto de la sociedad, ya que el número de investigadores en el sector privado es la mitad que en países como Francia o Alemania, apuntó José Manuel Moreno.

Carlos Alemany fue más crítico: «La Universidad transmite conocimiento, pero no las habilidades que necesitan los profesionales cuando salen a la calle», como saber comunicar ideas o trabajar en equipo.

La presidenta de Xerox España incidió en las carencias en la formación



¡TONIFICA! Y diviértete, baila, nada, relájate, entrena, juega, libérate, cuídate...

Elige *Tu Experiencia* con MOMO Sports Club

MOMO
SPORTS CLUB

www.momosportsclub.com

Fitness • Tenis • Pádel • Natación • Fútbol • Eventos y torneos • Salud • Ludoteca • Fiestas infantiles
• Campamento infantil de verano • Y mucho más...



JOSÉ RAMÓN LADRA

José Manuel Moreno Alegre

SUBDIRECTOR GENERAL ADJUNTO DE LA DIVISIÓN SANTANDER UNIVERSIDADES
«Las universidades están cambiando, no todos en ellas se miran el ombligo»

Paloma Beamonte

PRESIDENTA, CONSEJERA DELEGADA Y DIRECTORA GENERAL DE XEROX ESPAÑA
«No se está formando en las competencias transversales que valoran las empresas»

Carlos R. Alemany

MANAGING PARTNER DE ALEMANY & PARTNERS
«Además de papers científicos, la empresa quiere productos que salgan al mercado»

de ese tipo de «competencias transversales» que las empresas valoran en cualquier empleado y lamentó también la ausencia en España de una cultura de prácticas en empresas. Además, según Paloma Beamonte, «no se educa para el emprendimiento». Puso como ejemplo universidades de Estados Unidos en las que para aprobar se requiere al alumno que llegue a dar de alta su propia empresa.

Aunque no se trata solo de crear empresas, según José Antonio Marina. De hecho, considera que impulsar a que todo el mundo vaya hacia el autoem-

pleo «es una trampa». «Necesitamos emprendedores dentro de la empresa», explicó. El filósofo advirtió de que la Universidad española «no tiene un proyecto educativo» y denunció la «endogamia terrible» existente entre el profesorado.

En esa línea, Alemany señaló que la universidad «tiene que mejorar muchísimo» en aspectos como la selección de catedráticos y profesores y que «se mira el ombligo». Aunque pueda haber buenos investigadores, concedió, se quedan satisfechos por publicar una serie de «papers», pero «el mundo de

la empresa quiere desarrollar nuevos productos que salgan al mercado».

Los miembros de la mesa, no obstante, mostraron cierto optimismo. «La realidad de la universidad está cambiando, no todos se miran el ombligo. Es un organismo vivo», indicó José Manuel Moreno.

«La crisis nos ha hecho espabilar», concedió a su vez el director general de ESIC, que expresó su confianza en el futuro. «Los jóvenes vienen con ganas de trabajar. A ver si acertamos para transmitirles ilusión», dijo Martínez-Córdova.



SPENCER KELLIS

El paciente cogió un vaso y bebió de él

Neuroprótesis

Logran que un tetrapléjico controle un brazo robótico con la mente

R. IBARRA. MADRID

Las personas con amputaciones o parálisis pueden controlar el movimiento de un brazo robótico gracias a unos electrodos implantados en el centro del movimiento del cerebro. Sin embargo, estos producen movimientos desiguales. Ahora, un equipo de Caltech ha diseñado unas neuroprótesis que se implantan en el cerebro, pero no en la zona que controla el movimiento, sino en el área donde se genera nuestra «intención de movernos». Así se han conseguido movimientos más naturales y fluidos.

Los investigadores de Caltech y de la Universidad de California-USC (EE.UU.) han implantado con éxito un dispositivo de este tipo en un paciente con tetraplejía, que ya puede realizar el gesto coger con la mano robótica un vaso e incluso jugar «piedra, papel, tijera». Los resultados del estudio se publican en «Science».

«Cuando movemos el brazo realmente no pensamos qué músculos vamos a activar, pensamos en el objetivo del movimiento», dice Richard Andersen, investigador principal del proyecto. «Nuestra idea fue pedir al paciente que simplemente imaginara el movimiento en su conjunto».

De niña a madre

Cuidemos de ellas

13.000.000 de niñas se quedan embarazadas cada año.

39.000 niñas contraen matrimonio cada día.

70.000 adolescentes mueren cada año por complicaciones durante el embarazo y en el parto.



Una **niña** que va a la escuela romperá con la pobreza: se casará más tarde, será una **madre responsable** y querrá que sus **hijos** vayan a la **escuela**, conocerá medidas de **higiene y salud**, cuidará mejor de su **familia**, tendrá un mejor **empleo**, conocerá sus **derechos** y querrá ejercerlos, hará oír su voz y trabajará para mejorar su entorno.

Educar a una mujer es educar a un pueblo
AYÚDANOS A LLEVAR EDUCACIÓN

Banco Popular **ES14 0075 0001 86 0607326285**



Madrid 28008, Ferraz 81. ☎ 91 455 17 20 📠 91 544 52 45
procura@misionessalesianas.org
www.misionessalesianas.org