

La ventana de la UJI

## 25 anys de patrocini universitari

MIGUEL A.  
Moliner\*



Un mecenes finança la construcció d'una biblioteca al campus d'una universitat nord-americana; una empresa patrocina un programa d'investigació bàsica en una universitat alemanya; una associació d'empresaris holandesos finança un institut de recerca per al desenvolupament d'un territori; una fundació privada francesa destina fons econòmics per a mantenir una línia d'investigació sobre l'Alzheimer; una associació d'antics alumnes britànica finança un programa de beques per a estudiants amb problemes econòmics. Aquests són exemples habituals del que és el patrocini universitari al món. Per què aquests comportaments no han sigut tan normals a la nostra terra? Aquesta és una pregunta que empresaris i universitaris ens estem plantejant des de fa massa temps. La profunda crisi econòmica dels últims anys, la reduïda mida de les nostres empreses, el desconeixement que té la societat del que fa i pot oferir una universitat, i la limitada incentivació que els universitaris tenen per a orientar-se cap a l'entorn, són algunes de les raons que s'han argumentat per a explicar la situació al nostre país.

Parlar de patrocini i mecenatge universitari és parlar d'una nova dimensió de relacions entre una universitat i la societat. La Universitat Jaume I, dins dels actes de ce-

lebració del 25è aniversari de la seua creació, vol retre un homenatge a les entitats patrocinadores que ens han acompanyat en el camí, però també vol obrir una nova dimensió donant un impuls al patrocini universitari. L'objectiu del nostre programa de patrocini és implicar persones, empreses i institucions en projectes concrets i en el desenvolupament socioeconòmic de la nostra societat. El dossier de projectes patrocinables s'estructura en quatre grans àrees: a) suport a l'estudiantat (beques, premis i graduacions); b) suport a la docència i la recerca (càtedres i aules d'empresa, formació, ciència, recerca, i publicacions); c) suport al patrimoni (equipament científic, col·leccions bibliogràfiques, i donacions); i d) suport a la cultura i el desenvolupament social (seus universitàries, AlumniSAUJI, ambaixadors, extensió universitària, portes obertes, solidaritat, medi ambient, cultura i esport).

L'any 2016, el Programa de Patrocini i Mecenatge de l'UJI compta amb 67 empreses i institucions actives que es classifiquen en dues categories: els patrocinadors estratègics (més de 60.000 euros/any) i les entitats patrocinadores (més de 6.000 euros/any). Els patrocinadors estratègics són un grup de vuit entitats que destaquen per la important aportació econòmica que fan i per la fidelitat a l'UJI que mos-

tren any rere any. Aquestes huit entitats són l'Ajuntament de Castelló de la Plana, l'Ajuntament de Vila-Real, la Diputació de Castelló, la Generalitat Valenciana, AICE, Banco Santander, British Petroleum Refineria de Castelló i FACSA. A totes aquestes entitats, juntament amb les 59 entitats patrocinadores que conformen el Cercle de Patrocini, manifestem el nostre més profund agraïment i reconeixement.

Els ingressos captats per l'UJI en patrocini i mecenatge han evolucionat positivament malgrat la greu crisi econòmica dels últims anys. El 2012, els recursos captats sumaven 1.470.300 euros, mentre que el 2015 han sigut 1.897.437 euros (un increment del 29%). El 26% d'aquests recursos s'ha destinat a projectes de suport a la docència i la recerca, el 21% a projectes del programa de càtedres i aules d'empresa, el 23% a beques a l'estudiantat i el 30% a projectes de suport a la cultura i projecció social. En aquest increment ha jugat un paper molt important la posada en marxa del Programa de Càtedres i Aules d'Empresa. Es tracta d'una fórmula de col·laboració universitat-empresa on, sota una direcció acadèmica, es desenvolupen un conjunt d'iniciatives econòmiques i divulgatives de gran projecció social. L'any 2012, l'UJI tenia dues càtedres i dues aules d'empresa (a banda de tres càtedres insti-

tucionals que continuen en actiu). El 2016, aquesta xifra s'ha incrementat fins a deu càtedres i dues aules d'empresa, que gestionen un volum de recursos de 504.570 euros/any. Pròximament, llançarem un nou programa, *Les aules universitàries als municipis*, amb la idea de donar suport al desenvolupament econòmic i social que els pobles de les nostres comarques ens estan demanant. No obstant això, encara que les dades són positives, no ens podem conformar davant els extraordinaris reptes que té la societat castellonenca. La universitat pública del nord de la Comunitat, l'UJI, té el compromís i l'obligació de ser una part activa i nuclear en la construcció d'aquesta societat en continu procés de transformació per l'impacte de la revolució digital.

Per a desenvolupar projectes de major rellevància social es necessiten recursos econòmics, i la realitat actual fa difícil que el finançament públic augmente. Per això, és hora que la societat civil i les empreses facen un pas endavant, com ja han fet en altres països desenvolupats, i es convencen que destinar recursos a projectes desenvolupats per la universitat pública és una inversió de futur. És necessari renovar el contracte social entre l'UJI i la societat de Castelló, on, d'una banda, la societat civil trasllada a la universitat les seues necessitats i projectes, dotant-los dels recursos econòmics adients, i d'altra banda, la Universitat Jaume I desenvolupa els projectes, i retia comptes dels resultats i de la destinació dels recursos. Si aquesta filosofia de treball és compartida, podem fer ús dels mecanismes per a avançar cap a una societat més moderna i més pròspera. L'UJI està preparada, ho estan vostès? =

**\*Vicerector d'Economia i Personal d'Administració i Serveis**

**Parlar de patrocini i mecenatge universitari és parlar d'una nova dimensió de relació entre una universitat i la societat**