

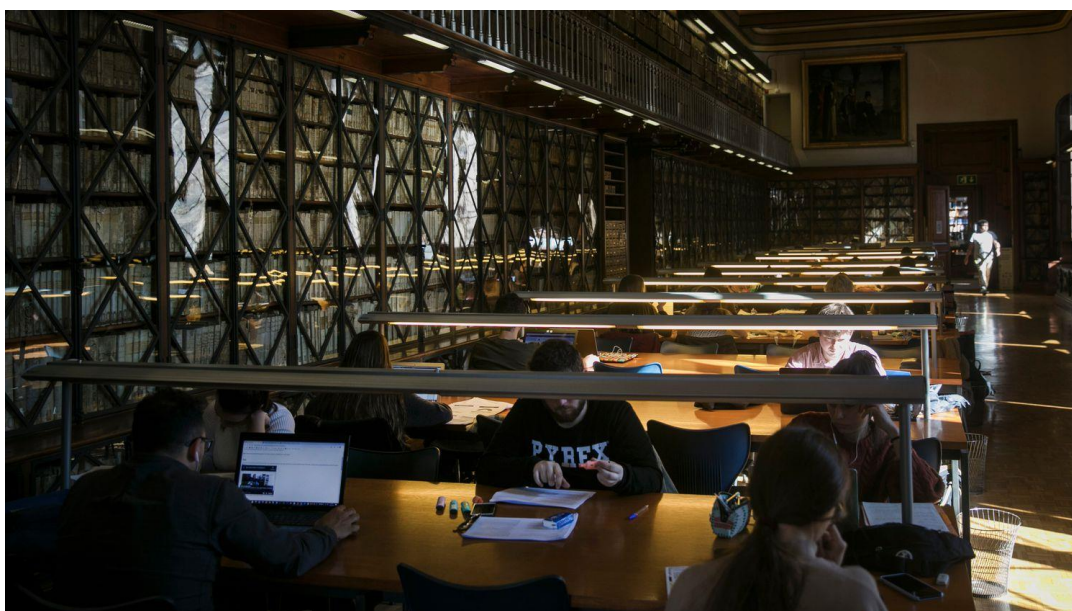
El País 16/07/2020

La Universidad pierde el monopolio de las mejores salidas profesionales

Un estudio señala que plataformas de formación como las de Google o Telefónica ya son reconocidas por la industria para cubrir puestos técnicos. Las empresas piden más perfiles de FP que universitarios

[ANA TORRES MENÁRGUEZ](#)

Madrid - 16 JUL 2020 -



Estudiantes en la biblioteca de la Universidad de Barcelona. **MASSIMILIANO MINOCRI**

España necesitará 1,6 millones de perfiles técnicos en la próxima década —según las previsiones de la consultora Manpower—, pero expertos y empresarios creen que las universidades no son ágiles y no adaptan a tiempo los grados a las necesidades del mercado. Incluso cuando lo consiguen, la burocracia es tan lenta que los contenidos quedan, en muchas ocasiones, obsoletos en el momento del lanzamiento. Esta es una de las conclusiones del informe *Situación y retos de las universidades españolas ante la transformación digital*, en el que han participado 34 de las 83 universidades españolas y 225 expertos en educación superior, entre otros ámbitos.

De las 34 universidades (nueve de ellas son privadas) que han participado en el estudio —elaborado por la [Conferencia de Consejos Sociales de las Universidades Españolas](#) (CCS) y la [Red de Fundaciones Universidad Empresa](#) (REDFUE)— solo cinco consideraron que deben reinventarse en un escenario en el que la pérdida de alumnos

es constante —[los campus públicos han perdido 154.600 alumnos desde el curso 2010-2011](#), un 12,2%— y en el que los titulados en Formación Profesional [son más demandados por las empresas](#) que los graduados universitarios. En 2018, el 42,4% de las ofertas de empleo requerían estudios de FP, frente al 38,5% que exigían estudios universitarios, según un informe de Adecco.

“El problema de las universidades públicas es la ausencia de competitividad, por eso están apareciendo cada vez más privadas. A eso se suma que los rectores tienen muchas dificultades para reaccionar por las rigideces de las normativas”, señala Antonio Abril, presidente de los consejos sociales. Aunque la mayoría de los campus aseguraron que cuentan con una estrategia de digitalización, el 24% de ellos dijo no contar con ningún plan y el 9% manifestó que todavía está por definir.

La transformación digital es, según fuentes de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas ([CRUE](#)), “un tema que preocupa mucho” y, por ello, la gran mayoría de nuevos grados —en seis años, se han incrementado un 19% (de 2.403 a 2.855)— y posgrados están relacionados con el reto digital. “Sabemos que no hay que dormirse y estamos trabajando para solucionar la falta de flexibilidad a la hora de aprobar nuevos títulos”, apunta esa misma fuente.

Según los expertos consultados en el informe, otro de los grandes problemas son las resistencias internas de las universidades al cambio, muy relacionadas con un modelo de gobierno que califican de “obsoleto” y que “frena el impulso de dinámicas innovadoras”. En ese sentido, el documento pone de manifiesto la preocupación de los expertos y empresarios por la pérdida de relevancia del sistema universitario que, según señalan, “ha provocado que las universidades hayan perdido el monopolio del conocimiento y estén camino del perder el de la certificación”. El 51,5% de los campus consideró que no tiene los recursos para ejecutar la transformación digital.

“Las públicas no tienen una estrategia de negocio y se centran en su público tradicional: estudiantes entre 20 y 24 años. Es un tema cultural que les limita, ya que hay otros sectores de la población que buscan formación de forma constante”, opina Tona Rubio, investigadora principal del estudio y responsable de proyectos de la Red de Fundaciones Universidad Empresa.

El informe pone de manifiesto que los programas formativos de empresas tecnológicas como Microsoft, Google, o Telefónica son cada vez más reconocidos por la industria. Sin embargo, la mitad de las universidades participantes no consideró a esas plataformas como un competidor. Nueve de ellas sí lo hicieron y solo una había creado ya una estrategia y un departamento para competir con esas plataformas. “Estas empresas se caracterizan por ser ágiles, digitales, adaptables e incluso experimentadoras, y están robando cuota de mercado a las universidades”, señala el informe. “Ofrecen programas muy atractivos, que son impartidos y diseñados por profesionales en activo que conocen de primera mano y tienen experiencia real en las materias que imparten. Las universidades españolas no deben quedarse de brazos cruzados, deben asumir que sus competidores no solo son otras universidades españolas”, recalca.

Para Javier Blasco, director de Adecco Group Institute, la Universidad debe tener clara cuál es su prioridad, porque de no hacerlo “podría perder su sitio”. “La falta de agilidad en la creación de nuevos títulos y las metodologías obsoletas convierten a plataformas como LinkedIn en claros competidores”, añade. Pone un ejemplo: “Los especialistas en *big data* tienen titulaciones atípicas, porque los modelos homologados por la [Aneca](#) [Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación] no valen en estos campos”.

Profesorado envejecido

En el informe se señala como uno de los inconvenientes de la digitalización de los campus el envejecimiento de las plantillas docentes; la media del profesorado universitario español es de 47,6 años, según datos del Ministerio de Educación de 2015. Aunque las 34 universidades consultadas reconocen que están haciendo un esfuerzo por introducir nuevos modelos de aprendizaje en sus aulas, según los datos analizados en el documento, esas nuevas técnicas “lejos de estar estandarizadas y de formar parte del plan estratégico de la universidad, parecen surgir del empeño de personas individuales que están continuamente buscando mejorar sus clases y hacerlas más atractivas al alumnado”.