

EMPRESAS, HECHOS

El momento de la valorización del conocimiento

EL MOMENTO DE LA VALORIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO

6 ENE, 2011

Compartir

Tweet

Las situaciones de crisis conllevan un elemento dramático para las sociedades que las padecen, por cuanto suponen destrucción de empleo, pérdida de competitividad de las empresas, pérdida de los niveles de bienestar social debido a recortes en las garantías sociales, y en definitiva una depresión de la sociedad que afecta tanto a lo económico, como a lo industrial y productivo, y por supuesto a lo social.

No obstante, las situaciones de crisis generan oportunidades que hay que saber aprovechar. En crisis, más que necesario, se convierte en obligatorio desarrollar ejercicios de reflexión y catarsis. Es necesario meditar sobre las bases de nuestro modelo económico y productivo, así como reflexionar para identificar aquellos aspectos que nos han hecho caer en esta crisis, caer más profundo y salir más tarde que otros países de nuestro entorno.

Competir en costes y por tanto en precios con los países emergentes es algo imposible para una sociedad como la nuestra. Es necesario, por tanto, diferenciarse. Conseguir transmitir que lo que hacen nuestras empresas, sus productos y servicios, es mejor, o al menos distinto. Y es en estos aspectos donde el conocimiento, la capacidad de innovar de manera continua en productos y procesos, y la actividad rigurosa y decidida en I+D se habrá de convertir en palanca de transformación necesaria para el nuevo modelo productivo y de desarrollo económico. En este sentido un reciente informe del Instituto Nacional de Estadística ha puesto de manifiesto cómo el número de empresas que invierte en I+D no sólo se mantiene, sino que ha crecido porcentualmente durante esta etapa de crisis. Sin duda es un dato que debe invitar a la reflexión.

España se encuentra entre los primeros diez países del mundo en actividad investigadora reconocida, ocupando un puesto acorde a lo que supone su PIB en la escala internacional. Sin embargo, ocupa un puesto bastante posterior al vigésimo en lo que se refiere a transferencia de tecnología. Es decir, somos tan buenos en recorrido científico como los mejores países del mundo, pero luego no lo usamos como ellos. O más claramente, el gasto en I+D que realizan las administraciones públicas se queda en el estadio de la investigación sin conseguir que se revierta transformado en conocimiento aplicado a la sociedad que ha realizado esta inversión.

Por otra parte, el nuevo estudio "La universidad y la empresa española" de la Fundación CyD, Conocimiento y Desarrollo, ha vuelto a poner de manifiesto que las compañías apenas cuentan con la universidad para el desarrollo de sus proyectos de I+D. Los datos del estudio cifran en el 14% las empresas que recurren a esta posibilidad (un 62% ni siquiera conoce que esto sea posible). Pero es más, cuando se pregunta a la empresa si la Universidad actúa como motor de desarrollo económico, la respuesta es positiva en menos del 40% de los preguntados, a diferencia de la opinión que este hecho les merece a otros muchos organismos internacionales, como por ejemplo la OCDE. El que exista esta percepción empresarial, incluso cabría hablar de desconocimiento más que de percepción, nos debe llevar a todos a reflexionar.

El análisis de casos de éxito de otros países de nuestro entorno, y del nuestro propio, nos permite comprobar cómo los grupos de investigación de las universidades pueden contribuir muy positivamente en el éxito de proyectos de I+D ambiciosos. Pero lo que es aún más importante, cómo pueden contribuir y colaborar con las empresas en el desarrollo de líneas de I+D de largo plazo, en los que las empresas no pueden estar posicionadas por su necesaria

actividad diaria y de rendimiento en plazo breve, pero que sí pueden ser desarrolladas por grupos de investigación de universidades. Tener algunos de los mejores investigadores y grupos de investigación de escala internacional y no aprovecharlos en este sentido, es, sin más, dilapidar nuestro capital de conocimiento como país.

Valorización del conocimiento es poner en valor el conocimiento. Por ello, transferir los resultados de la investigación universitaria se ha convertido en uno de los factores fundamentales que se demanda a una universidad moderna. El potencial de las universidades está en muchos casos desaprovechado o infrutilizado. Como refleja este último informe de la fundación CyD, no ha habido cultura de colaboración universidad-empresa. Tenemos un claro compromiso como Universidad (que aquí particularizo en la Universidad de Sevilla) con la sociedad ofreciendo productos y servicios basados en el conocimiento universitario. Nuestro reto es valorizar la labor de los más de 4.000 investigadores de prácticamente todas las áreas del saber que trabajan en la Universidad de Sevilla.

Ciertamente es hora de modernizar la universidad en muchos aspectos, pero también hay que animar a las empresas a su modernización. Que crean en la I+D y que por supuesto apuesten por la permanente innovación. Distinguirse y significarse respecto a países como Brasil, China o India con una gran masa laboral que está dispuesta a trabajar a costes mucho más reducidos, va a obligarnos, queramos o no, a tener que apostar por el conocimiento. Y el conocimiento está en la Universidad.

Pablo Cortés Achedad

Catedrático de Organización de Empresas

Director de la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación

Universidad de Sevilla

www.otri.us.es