

Editorial:

Elementos para la vinculación universitaria

Esteban Báez Villarreal

FIME-UANL

esteban.baez@uanl.mx



LA DEFINICIÓN

Según se puede interpretar de la definición que da la Real Academia Española, consiste en atar o fundar algo en otra cosa. Sin embargo, en el ámbito de la relación universidad–industria este término se utiliza para manifestar una relación en la que ambos están asociados y articulados, y que sus esfuerzos están coordinados para el logro de objetivos de interés común.

La vinculación en México surge de tres condiciones que concurren desde hace tiempo, pero que hasta últimas fechas se les ha concedido atención especial. La primera de ellas proviene de la necesidad que tienen las universidades, tanto públicas como privadas, de hacerse de más recursos para poder continuar con su misión, ya que en la actualidad las exigencias en comparación a los medios disponibles son cada vez mayores.

La segunda condición está relacionada a la necesidad de la industria por disminuir sus costos, y más importante aun, disminuir su dependencia de otras compañías que muchas veces se encuentran en el extranjero por lo que además significa que hay salida de divisas.

Una última condición está dada por la suposición de que, como sucede en los acuerdos de vinculación en otros países, de modo natural las empresas pagarán por la información y conocimientos que reciben de las universidades, resultando obvio para los industriales la conveniencia de estar relacionados con la universidad e invertir en mejorar sus instalaciones y en la formación de recursos humanos.

Así, la definición que se le ha venido dando a la vinculación universidad-industria, la considera como un mecanismo que permite satisfacer ciertas demandas de la industria a cambio de apoyos económicos que permiten invertir en el desarrollo de la misión de la universidad.

SITUACIÓN ACTUAL

A continuación se describen, particularizando sobre el área de ingeniería y tecnología, tres tipos de relaciones a los que se les denominan de vinculación.

Los “cursos” en la universidad son probablemente el modelo más empleado en la relación con la industria, pues esta actividad no se aleja de las que cotidianamente se realizan, hay un buen número de profesores bien preparados

que conocen a la industria, ya sea porque en algún momento de su vida profesional participaron en ella o porque hay egresados que nunca olvidan su origen.

Otra relación es conocida como “servicio”, la cual consiste en que la universidad realiza una tarea específica por encargo. Esta tarea no implica una relación de largo plazo y la industria simplemente paga el costo del servicio solicitado.

El tercer tipo de relación, quizá la de mayor trascendencia estratégica, se conoce como “proyecto”, el cual implica un compromiso de más largo plazo, puede incluir servicios, y en general se trata de asesorías y generación de conocimiento. También puede haber formación de recursos humanos ya que, en algunos casos, en los proyectos se consideran becas para los estudiantes y gastos para participación en eventos y congresos, así como la compra de equipo especializado.

Existen variantes a los casos mencionados, en los que por ejemplo los proyectos se incluyen en convocatorias como las del CONACYT, que pueden volver aun más atractiva para una industria la asociación con la universidad. En cualquier caso debe existir una labor de negociación muy fuerte llevada a cabo por los participantes del proyecto dado su conocimiento de la materia y sobre todo sus relaciones personales, esto bajo la guía de un área especializada en vinculación.

ELEMENTOS PARA LA VINCULACIÓN UNIVERSITARIA

Lo primero que debe aceptarse es que la interacción entre la universidad y cada industria es diferente y que tratar de encasillarlas todas en un solo paquete no funciona, sin embargo hay una serie de aspectos que si se toman en cuenta facilitan el proceso de vinculación haciéndolo provechoso para todas las partes.

En lo particular, en el área de ingeniería y tecnología se ha visto que el modelo de los cursos funciona, pero extenderlo hacia los otros dos tipos de relación no es sencillo porque son en los que las diferencias entre las misiones de la universidad y la industria son más evidentes. Se debe entonces diseñar un modelo independiente para cada caso que considere las diferentes condiciones de negociación que podrían darse en esquemas mixtos.

El hecho de que en otros países la vinculación entre la universidad y la industria funcione desde el punto de vista económico implica que debe haber un elemento tipo centro de negocios, dedicado únicamente a las actividades de vinculación aquí planteadas.

Se requiere una estructura organizacional con fines claramente establecidos, libertad administrativa y, sobre todo, con un claro entendimiento de los fines, objetivos, estructuras y limitantes de la universidad y de la industria. Esta estructura de vinculación requiere de tecnólogos que, entre otras características, sean capaces de identificar, de los proyectos, su viabilidad y potencial. Además de otro personal capaz de identificar los beneficios para las partes, desarrollar los planes, convenios y supervisión necesarios para que se lleven a cabo. Es decir, que su misión no es ni la educación ni la producción en la industria, sino ser facilitadores del proceso.

EL DEPARTAMENTO DE VINCULACIÓN

Un departamento de vinculación es en la actualidad un pilar en las relaciones de la universidad con la sociedad, y en este caso particular se ha mencionado a la industria. Siendo un pilar requiere de cierta autonomía para operar, de manera que sea capaz de promover el valor agregado de los proyectos, que para los universitarios puede estar expresado en generación de conocimiento, mientras que para los industriales tiene que ver con que el producto se venda, observando siempre la responsabilidad social que prevalece en toda relación con la universidad.

En este sentido el departamento de vinculación debe dejar claro que en el éxito comercial de un producto están involucrados aspectos de mercadotecnia a cargo de la industria y las condiciones económicas vigentes. Estos aspectos pueden llevar a un fracaso comercial que no debe ser interpretado de ninguna manera como una incompetencia de las universidades que a la larga se utilice como argumento en contra de la vinculación con la industria.

El departamento de vinculación debe comprender que aunque las misiones son complementarias, juntas no forman un todo, ya que hay factores sociales y culturales involucrados.

El departamento de vinculación también debe reconocer que en algunos casos existe una diferencia en lo que la universidad puede y desea ofrecer y lo que la industria exige, mucha de ella es tradicional y más que proyectos de investigación requiere servicios básicos, que son de gran utilidad y son tan valiosos como la generación de conocimiento y formación de recursos humanos para la universidad.

Es estos tiempos de profunda crisis económica, donde la recuperación se visualiza lenta, la vinculación es una herramienta importante pues promueve la coordinación entre los actores de la productividad: la industria, la universidad y el gobierno, con el fin de que nuestros productos y servicios sean competitivos internacionalmente y así apoyar el desarrollo económico del país.

La estructura del departamento de vinculación debe permitir que se estimule adecuadamente a aquellos participantes en la universidad que dediquen tiempo extra a las actividades con la industria, a la vez que constituye una fuente de ingreso para las universidades.

La vinculación debe ser tratada como una actividad estratégica que requiere la participación de profesionales, la cual no se dará de modo efectivo sin el apoyo de una estructura del tipo empresarial que les permita promover y vender su potencial de colaboración.

Un departamento de vinculación con estas características atrae a más académicos que buscan posibilidades claras de desarrollo, e industriales que encuentran soluciones a sus problemas, lo que les representa un elemento de competitividad. Una vez que se tienen estas condiciones, el reconocimiento entre todos los participantes activos en un proceso de vinculación se vuelve natural y hace que la expresión “ganar-ganar” surja plena de sentido.

