

COLECCIÓN DOCUMENTOS **CYD** · 14/2010

LA UNIVERSIDAD Y LA EMPRESA ESPAÑOLA

14

**Fundación C Y
D**

Índice

1. Introducción	7
2. Marco general de interacción existente entre la universidad y las empresas	10
3. Inserción laboral y formación de postgrado y continua.....	16
4. Transferencia de Tecnología	26
5. Resumen Ejecutivo.....	31
6. Anexo. Encuesta “La Universidad y la Empresa Española”	38

1. Introducción

En el año 2004 la Fundación CYD elaboró y realizó una encuesta a empresas españolas, que permitió analizar las relaciones existentes entre la Empresa y la Universidad española. Algunas de las conclusiones que se extrajeron de aquel estudio, ponían de manifiesto determinadas disfunciones. Las dos más destacables eran: el escaso reconocimiento por parte de la Empresa hacia el papel de motor de desarrollo económico que debe ejercer la Universidad y la opinión mayoritaria por parte de la Empresa de tener nula relación con la Universidad.

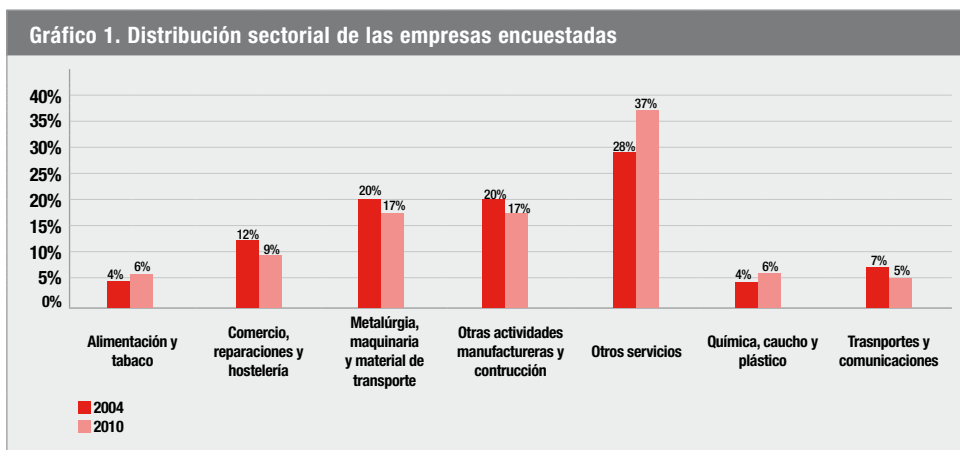
Pasado algo más de un quinquenio, de nuevo la Fundación CYD ha promovido la ejecución de una nueva encuesta, de características equivalentes a la anterior, con el objetivo de volver a analizar la relación entre la Empresa y la Universidad españolas; pero, también, con la finalidad de detectar si las principales tendencias que se pusieron de manifiesto en el anterior trabajo de campo, siguen manteniéndose en la actualidad. En definitiva, si se han arbitrado, en el periodo que separa los dos estudios, los mecanismos de corrección necesarios, en ambas direcciones, que reflejen un cambio en positivo por parte de la Empresa, en relación a las opiniones más desfavorables extraídas de las entrevistas realizadas en 2004.

El cuestionario utilizado ahora es prácticamente el mismo que el efectuado en 2004. Las dos diferencias, justificadas por razones de oportunidad y de maximización de respuesta –después de conocer algunas de las deficiencias que se pusieron de manifiesto en el anterior estudio– son: 1) la eliminación en el apartado de inserción laboral y formación de postgrado y continua, del epígrafe correspondiente a la consultoría en el ámbito de los recursos humanos; 2) en el apartado de transferencia de tecnología haber agrupado los tres apartados concernientes a la relación empresa-universidad en únicamente dos, que distinguen entre colaboraciones que supongan o no actividades en I+D.

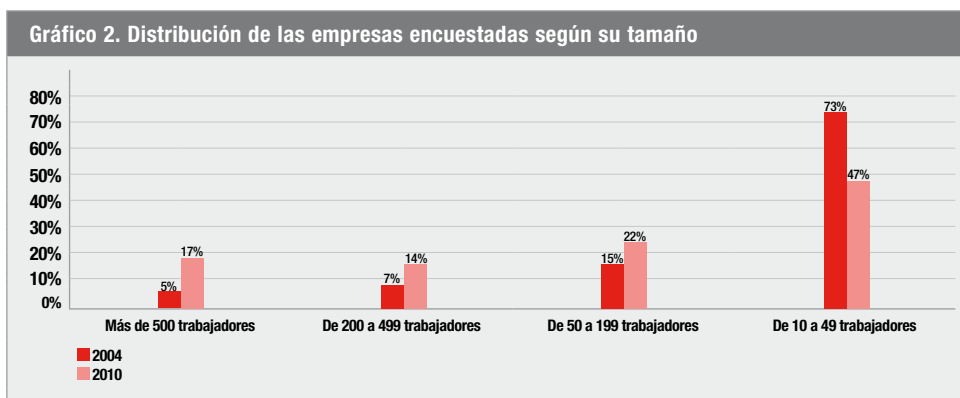
Se han tratado de mantener las mismas condiciones de representación por sectores, tamaño y número total de empresas, que quedaron establecidas en el anterior estudio. No obstante, algunas de las características de la muestra empleada ahora difieren de la utilizada en 2004.

En primer lugar, el volumen de empresas analizadas se ha reducido en algo más de la mitad, de 404 empresas pasamos a 184. No cabe duda del hecho de que la realización del trabajo de campo y de encuesta telefónica se llevara a cabo en el primer semestre de 2010, período en el que los efectos de la crisis económica se han manifestado con gran dureza, son la razón determinante en

la disminución del número de empresas encuestadas. Sin embargo, esta reducción en el número de empresas encuestadas no tiene una repercusión en términos de la representación de las ramas de actividad que fueron sondeadas en 2004, tal como se señala en el Gráfico 1.



No obstante, sí hay que indicar la existencia de un cambio en la distribución por número de trabajadores, puesto que en la muestra actual se da un sensible aumento de representación de las empresas medianas y grandes, como permite observar del Gráfico 2.



En el primer gráfico, se puede observar una gran similitud en los dos porcentajes expresados para cada epígrafe; mientras que en el segundo también es notoria la disminución de más de 25 puntos porcentuales en el estrato de menos trabajadores.

Todo lo apuntado anteriormente, permite considerar, con las matizaciones señaladas: 1) la representatividad equivalente de la encuesta actual con la realizada en 2004 y 2) que la comparación de los dos períodos al que nos hemos referido al principio pueda ser realizada con garantía y, ante todo, con la certeza de que los sesgos inevitables en que se incurre en este tipo de análisis, se hayan reducido a su mínima expresión.

El contenido de la encuesta se reproduce en el anexo, y como puede apreciarse está dividido en tres grandes apartados.

El primero, relativo al marco general de interacción existente entre la Universidad y las Empresas, intenta establecer a través de 5 epígrafes el tipo de relación Universidad-Empresa, así como el grado de aceptación que las Empresas tienen sobre el mismo y, finalmente, la opinión de las Empresas respecto al papel de la Universidad como motor de desarrollo económico.

El segundo, relativo a la inserción laboral y formación de postgrado y continua, plantea a través de 8 epígrafes la opinión empresarial respecto a la oferta universitaria actual en esos ámbitos. Haciendo hincapié en: cuáles son las principales expectativas de las empresas respecto a la formación de titulados universitarios, cuáles son los principales proveedores de formación de las empresas y, finalmente, el grado de recurrencia a la Universidad ante las necesidades de formación de las empresas.

El tercer apartado, relativo a la transferencia de tecnología, mediante 5 epígrafes pretende sondear la opinión empresarial respecto a la aportación tecnológica que actualmente ofrece la Universidad a las empresas; así como qué factores pueden considerarse determinantes para la existencia de vínculos de investigación entre Universidad y Empresas.

2. Marco general de interacción existente entre la universidad y las empresas¹

Principales conclusiones

- Aproximadamente el 54% de las empresas encuestadas manifestaron haber tenido algún tipo de relación con la Universidad. Este porcentaje se incremento en 7 puntos respecto a los resultados de la encuesta del 2004
- El 77% de las empresas que manifestaron haber interactuado con las universidades lo hicieron a través de los convenios para incorporar estudiantes y/o titulados en prácticas.
- Los otros dos tipos de relación más importantes, fueron: los contratos para la prestación de servicios de investigación, formación, asesoramiento, etc., con un 42% y la destinación de recursos (subvenciones, esponsorizaciones, etc.) desde las empresas hacia la Universidad, con un 27%.
- El 66% de las empresas encuestadas consideró como “Satisfactoria” o “Muy satisfactoria” la relación Universidad-Empresa a través de los convenios para incorporar estudiantes y/o titulados en prácticas, siendo éste el tipo de convenio mejor valorado.
- El 23%, de las empresas encuestadas actuó como proveedora de bienes o servicios de la Universidad.
- El 22% de las empresas encuestadas opina que la Universidad actúa como motor de desarrollo económico, mientras que el 38% de las empresas considera que el papel de la Universidad en este aspecto ha sido nulo.
- En comparación con los resultados de la anterior edición de esta encuesta se observó un incremento en el porcentaje de empresas que opinan que la Universidad no cuenta con una organización apropiada para ejercer como motor de desarrollo económico. Este porcentaje pasó de 43% en el 2004 a 55% en el 2010.
- La opinión respecto a si las empresas están suficientemente comprometidas con el modelo de universidad como motor de desarrollo económico aumentó en 2 puntos porcentuales respecto a los resultados de la encuesta del 2004, alcanzando un 7% del total de las empresas encuestadas.
- Destaca como opinión general las dificultades de las pymes para colaborar con la Universidad

El casi 54% (47%) de las empresas manifiestan haber tenido **algún tipo de relación con la Universidad en el ejercicio de 2008**. Este porcentaje está claramente correlacionado con el tamaño de la empresa. A tal efecto, se ha efectuado una división en tres estratos: menores de 50 trabajadores, entre 50 y 200 trabajadores y más de 200 trabajadores. Para estas tres situaciones aquel porcentaje es el 37% (31%), el 51% (45%) y el 82% (86%), respectivamente.

Ante una respuesta afirmativa anterior, se plantean cuatro posibilidades de relación, teniendo en cuenta que estas alternativas no son mutuamente excluyentes:

1. Aún con las limitaciones que supone la diferencia en número de empresas encuestadas, creemos útil, a efectos comparativos, reproducir al lado de algunos de los porcentajes y resultados principales actuales, entre paréntesis los que se obtuvieron en el informe de 2004.

1. **Convenio para incorporar estudiantes y/o titulados en prácticas**
2. **Contrato para la prestación de servicios de investigación, formación, asesoramiento, etc.**
3. **Destinación de recursos (subvenciones, esponsorizaciones, etc.)**
4. **Otros**

El 50% de las empresas que mantuvieron algún tipo de relación con la universidad, la establecieron a través de un único tipo de relación. El porcentaje de empresas que mantuvo 2 tipos de colaboración con la Universidad fue del 30% y un 15% de las empresas encuestadas manifestaron haber utilizado tres tipos de acuerdos para relacionarse con la Universidad. Un 4,2% estableció más de tres tipos de colaboración con la universidad.

El tipo de relación mayoritario es **Convenio para incorporar estudiantes y/o titulados en prácticas** puesto que supone el 77% (83%) de los casos, observándose, igualmente, una estrecha correlación con el tamaño de la empresa (para más de 200 trabajadores aumenta casi al 85% (92%), que puede interpretarse como una mayor facilidad de acceso a la Universidad y, posiblemente, como un problema de información asimétrica).

El segundo tipo de relación considerado más importante es **Contrato para la prestación de servicios de investigación, formación, asesoramiento, etc.**, con un 42% (36%), (desde el punto de vista del tamaño, la encuesta no aporta una evidencia tan clara como en el anterior apartado, aunque para más de 200 trabajadores, aumenta hasta el 46% (45)).

El tercer tipo de relación considerado más importante es la **Destinación de recursos (subvenciones, esponsorizaciones, etc.)** con un 27% (26%), (desde el punto de vista del tamaño, la correlación sigue siendo evidente, con un aumento hasta el 41% (41%), para las empresas de mayor tamaño).

El tipo de relación **Otros** aparece en menos del 10% (27%) de los casos.

Hasta aquí, puede decirse que los datos actuales son sustancialmente muy parecidos a los que se manejaron en el informe de 2004.

Para los cuatro tipos de relación considerados y en los casos en que hayan sido elegidos, se requiere una valoración en la escala de 5 posibilidades de “*Muy insatisfactoria*” a “*Muy satisfactoria*”.

Para el tipo de relación más importante **Convenio para incorporar estudiantes y/o titulados en prácticas** la valoración es muy positiva, puesto que las consideraciones “Satisfactoria” y “Muy satisfactoria” alcanzan el 66% (71%).

Para el segundo tipo de relación en importancia **Contrato para la prestación de servicios de investigación, formación, asesoramiento, etc.**, las consideraciones “Satisfactoria” y “Muy satisfactoria” son conjuntamente del 55% (65%).

Para el tercer tipo de relación en importancia **Destinación de recursos (subvenciones, esponsorizaciones, etc.)**, las consideraciones “Satisfactoria” y “Muy satisfactoria” se sitúan en el 41% (66%).

En este tipo de valoración no se infiere correlación con el tamaño de la empresa, puesto que los porcentajes en los distintos estratos son prácticamente similares a los totales indicados.

En comparación con los resultados de la edición anterior de esta encuesta, se puede hablar de una cierta pérdida de valoración por parte de las empresas hacia los tres tipos de relaciones con la Universidad mencionados anteriormente.

Tan solo un 23% (17%) de las empresas encuestadas actúa como **proveedora de bienes o servicios de la Universidad**. El porcentaje se mantiene prácticamente inalterado según se contemplen los tres estratos en de menor a mayor número de trabajadores: 23% (14%), 22% (15%) y 25% (28%), respectivamente. Tampoco aquí se observa cambio significativo respecto a la situación de 2004.

Un nuevo epígrafe del cuestionario intenta determinar la opinión empresarial respecto al papel de la Universidad, su estructura organizativa y el compromiso Universidad-Empresa en el desarrollo económico, mediante las tres preguntas siguientes:

1. ¿Actúa la Universidad como motor de desarrollo económico?
 2. ¿Tiene la Universidad una organización apropiada para ejercer la función de desarrollo económico?
 3. ¿Están las empresas suficientemente comprometidas con el modelo de Universidad como motor de desarrollo económico?
- que se valoran en la escala de 5 tramos de “Totalmente en desacuerdo” a “Totalmente de acuerdo”.

La opinión respecto a si la **Universidad actúa como motor de desarrollo económico** obtiene el resultado siguiente: el 35% (39%) se muestra indiferente, el 38% (33%) rechaza ese papel para la Universidad, el 22% (25%) cree que sí lo ejerce y el 5% (3%) no se pronuncia.

La opinión respecto a si la **Universidad tiene una organización apropiada para ejercer la función de desarrollo económico** ofrece el siguiente resultado: el 24% (34%) se muestra indiferente, el 55% (43%) cree que la Universidad no dispone de tal organización, el 11% (16%) cree que sí y el 10% (7%) no se pronuncia.

Finalmente, la opinión respecto a si las **empresas están suficientemente comprometidas con el modelo de Universidad como motor de desarrollo económico** se distribuye en la forma siguiente: el 21% (26%) se muestra indiferente, el 66% (60%) cree que no existe tal compromiso, el 7% (9%) cree que sí y el 7% (5%) no se pronuncia.

Los resultados apuntados transcriben un cierto empeoramiento, respecto al informe de 2004, de la opinión de las empresas hacia el papel que debe ejercer la Universidad en el desarrollo económico: aumentan las valoraciones contrarias (entre cinco y ocho puntos porcentuales) y disminuye el acuerdo (en tres puntos porcentuales).

El análisis de las tres preguntas anteriores, pormenorizado para los tres estratos de tamaño de las empresas no difiere significativamente de los globales que se han transcrito anteriormente; salvo que las empresas de mayor tamaño muestran porcentajes de indiferencia sensiblemente más elevados, a costa de una reducción en el grado de desacuerdo. Resultado que es un tanto contrario a lo que se observó en el informe de 2004, que revelaba mayores grados de desacuerdo en las empresas más grandes y mayores valoraciones de acuerdo en las empresas de menor tamaño.

El último de los epígrafes de este apartado se destina a determinar en **qué ámbitos creen las empresas que la Universidad realiza una contribución al desarrollo económico**. Para ello se ofrecen hasta nueve posibilidades no excluyentes entre ellas.

Los resultados para los nueve ámbitos contemplados se muestran en la Tabla 1, en la que se recoge el porcentaje de elección que ha mostrado cada uno de los ítems.

Tabla 1: Porcentajes de elección de los ámbitos para los que las empresas creen que la Universidad realiza una contribución al desarrollo económico

1	Haciendo posible el acceso a la formación superior	90%
2	Reteniendo a los estudiantes en su ámbito territorial de influencia	29%
3	Adecuando sus titulaciones a las necesidades de formación de su ámbito territorial de influencia	48%
4	Atrayendo al ámbito territorial de influencia a estudiantes de otros ámbitos geográficos	48%
5	Apoyando a las pequeñas y medianas empresas	23%
6	Actuando como motor de innovación gracias a las actividades de transferencia de tecnología	57%
7	Actuando como socio de proyectos de investigación con las empresas	51%
8	Siendo un elemento que favorece las decisiones de inversión externas en la región	27%
9	Considerándola agente importante en las orientaciones estratégicas de su ámbito territorial de influencia	34%

De forma paralela a la respuesta anterior, el cuestionario también pregunta cuáles son, de entre las nueve anteriores actuaciones, las tres más destacables, para que la Universidad contribuya al desarrollo económico. Ello permite confrontar si los aspectos que la Universidad garantiza en la actualidad son realmente los que las empresas consideran más adecuados, pudiéndose analizar si existe o no correspondencia entre los factores tomados en cuenta por la oferta de la Universidad y las expectativas de los empresarios. Este efecto puede observarse en la siguiente Tabla 2, en la que se ofrece, respectivamente, la doble ordenación que surge al aplicar los dos criterios mencionados y la diferencia existente en uno u otro ranking.

Tabla 2: Comparación del ordenamiento según la oferta de la Universidad y las expectativas empresariales

	Ámbitos de actuación de la Universidad	Universidad	Empresa	Dif.
1	Haciendo posible el acceso a la formación superior	1	1	0
2	Reteniendo a los estudiantes en su ámbito territorial de influencia	7	7	0
3	Adecuando sus titulaciones a las necesidades de formación de su ámbito territorial de influencia	4	4	0
4	Atrayendo al ámbito territorial de influencia a estudiantes de otros ámbitos geográficos	5	6	-1
5	Apoyando a las pequeñas y medianas empresas	9	5	+4
6	Actuando como motor de innovación gracias a las actividades de transferencia de tecnología	2	2	0
7	Actuando como socio de proyectos de investigación con las empresas	3	3	0
8	Siendo un elemento que favorece las decisiones de inversión externas en la región	8	9	-1
9	Considerándola como agente importante en las orientaciones estratégicas de su ámbito territorial de influencia	6	8	-2

Se aprecia una gran correspondencia entre lo que las empresas esperan de la Universidad en cuanto a su papel en el desarrollo económico y el papel desempeñado por la misma, puesto que cuatro de los ítems cuando se ordenan según ambos criterios son coincidentes: *ítem 1*, *ítem 6*, *ítem 7* e *ítem 3*. Hay que destacar que en el ítem 5 (**Apoyo a las pequeñas y medianas empresas**), es donde se encuentra la mayor variación de ordenación (4 puestos) al pasar del último lugar en cuanto al papel real de la Universidad, mientras que por lo que respecta a la importancia que le otorgan las empresas se sitúa en quinta posición.

Este resultado, corroborado por algunos otros relativos a la dimensión empresarial, señala una de las principales conclusiones del estudio: las dificultades que encuentran las pymes para colaborar e interactuar con la Universidad, aspecto que ya se puso igualmente de relieve en el informe de 2004; y que parece ser que transcurridos estos seis años sigue siendo un principal punto de desencuentro. Por lo que respecta al resto de ámbitos, puede decirse que la comparación con los resultados de 2004 no ofrece ninguna variación significativa, más allá de resituar un puesto por encima o por debajo a alguno de los ámbitos analizados en el lado de la oferta universitaria; no en el caso de la ordenación por expectativas empresariales, en la que la única modificación es el intercambio de posición entre el *ítem 3* “**Adecuando sus titulaciones a las necesidades de formación de su ámbito territorial de influencia**” que pierde una posición y el *ítem 7* “**Actuando como socio de proyectos de investigación con las empresas**” que la gana.

3. Inserción laboral y formación de postgrado y continua²

Principales conclusiones

- El 99% de las empresas encuestadas consideran que la Universidad debe promover las actitudes emprendedoras de los estudiantes.
- Empeora la valoración que hacen las empresas de la adecuación de la formación de los actuales titulados universitarios a los requerimientos de los puestos de trabajo (del 3,05 como nota media en 2004 al 2,85 en el 2009).
- Las competencias o aptitudes mejor valoradas por las empresas son: i) la aptitud para emprender; ii) la informática y nuevas tecnologías y, iii) la aptitud para trabajar en equipo. En cambio las peor valoradas son: i) Idiomas, ii) formación práctica y, iii) habilidades directivas.
- En comparación con los resultados del 2004 se destaca la mejora en la aptitud para trabajar en equipo, la cual pasó de estar dentro de las aptitudes o competencias no garantizadas en el 2004, a estar clasificada como sobradamente garantizada en el 2010.
- Aproximadamente el 38% de las empresas han utilizado los servicios de la universidad para incorporar titulados. Estos servicios son utilizados especialmente por las empresas de mayor tamaño.
- El 98% de las empresas de más de 200 trabajadores han invertido en recursos de formación.
- Las principales fuentes de formación de la empresa de entre las 10 posibilidades ofrecidas fueron las fuentes internas y empresas de consultoría. La Universidad se situó en el antepenúltimo puesto, justo por encima de los sindicatos y de la casa matriz de la empresa.
- El 19% de las empresas encuestadas afirma que ha recurrido a la Universidad para cursos de formación no diseñados exclusivamente para sus empleados; mientras que, tan solo el 4% afirma que ha recurrido a la Universidad para cursos de formación diseñados a medida para sus empleados.
- La principal causa por la cual las empresas no acuden a la Universidad para solucionar sus necesidades de formación es el desconocimiento de que la Universidad ofreciese estos servicios.

Existe una clara unanimidad respecto a que **la Universidad debe promover las actitudes emprendedoras de los estudiantes**, el 99% (97%) responde afirmativamente a la cuestión.

Sobre la adecuación de **la formación de los actuales titulados universitarios a los requerimientos de los puestos de trabajo**, en la escala “*Muy insatisfactoria*” a “*Muy satisfactoria*” en que se mide la respuesta, el porcentaje más elevado lo detenta la opción “*Indiferente*” con el 60% de los casos. La traducción cuantitativa de esa escala se sitúa por debajo del aprobado, con una valoración media de 2,88 cuando el aprobado es 3. Debiendo añadir como dato preocupante que los porcentajes de opinión de insatisfacción alcanzan el 24%, mientras que las opiniones

positivas se sitúan por debajo del 14%. El 2% restante o no sabe o no contesta. Hay que señalar que en el informe de 2004 el porcentaje más elevado era para la opción “*Satisfactoria*” con el 37% de los casos y que la nota media era de 3,08.

Por dimensión de empresa, los resultados son prácticamente similares para los tres estratos considerados, aunque se observa una mejor opinión por parte de las empresas grandes (por ejemplo, para el conjunto de empresas de más de 50 trabajadores, el 53% de las encuestadas, la nota media supera el valor 3).

Un epígrafe de este apartado del cuestionario permite valorar **las competencias-aptitudes que debe tener un titulado universitario para ser contratado por una empresa y en qué medida la Universidad contribuye a garantizarlas**. Se ofrecen 12 competencias-aptitudes no excluyentes entre ellas, que deben valorarse en una escala de 5 tramos de “*Nada*” a “*Mucho*”

Los resultados obtenidos para estos 12 ítems se muestran en la Tabla 3, en la que se reproduce el porcentaje conjunto para la valoración “*Bastante*” y “*Mucho*”, así como la traducción cuantitativa de la escala de valoración, cuyo valor medio es 3.

Tabla 3: Porcentajes de valoración positiva de competencias-aptitudes y calificación media

	Competencias-aptitudes	%	Nota
1	Conocimientos teóricos	59%	3,79
2	Formación práctica	49%	3,46
3	Aptitud para trabajar en equipo	59%	3,85
4	Capacidad para comunicarse eficazmente con colegas y clientes	54%	3,67
5	Capacidad de gestión y comunicación	55%	3,64
6	Idiomas	51%	3,56
7	Informática y nuevas tecnologías	61%	3,85
8	Motivación y disposición para el trabajo	58%	3,81
9	Aptitud para aprender	65%	4,05
10	Capacidad para resolver problemas	58%	3,69
11	Habilidades directivas	29%	3,06
12	Capacidad de análisis	61%	3,80

El anterior resultado permite establecer cuatro grupos. El primero, con las competencias-aptitudes que las empresas creen que la Universidad garantiza sobradamente; a continuación, las que se consideran garantizadas; un tercer grupo, de garantizadas con matices y, finalmente, un grupo de competencias-aptitudes que las empresas consideran que deben mejorarse por la Universidad. La clasificación se establece como combinación del grado de satisfacción y de la nota media obtenida y se reproduce en la Tabla 4.

Tabla 4. Clasificación de competencias-aptitudes según su grado de garantía			
	PRIMER GRUPO: SOBRADAMENTE GARANTIZADAS		SEGUNDO GRUPO: GARANTIZADAS
9	Aptitud para aprender	12	Capacidad de análisis
7	Informática y nuevas tecnologías	8	Motivación y disposición trabajo
3	Aptitud para trabajar en equipo	1	Conocimientos teóricos
	TERCER GRUPO: GARANTIZADAS CON MATICES		CUARTO GRUPO: DEBEN MEJORARSE
10	Capacidad para resolver problemas	6	Idiomas
4	Capacidad para comunicarse	2	Formación práctica
5	Capacidad de gestión y comunicación	11	Habilidades directivas

Respecto a los resultados de 2004, se puede hablar de una equivalencia sustancial. Es destacable, sin embargo, el significativo aumento de la calificación en todas las competencias-aptitudes analizadas, que se sitúa por término medio en 0,6 puntos. Igualmente, hay que señalar la percepción por parte empresarial de que el *ítem* 1, **Conocimientos teóricos**, y 10 **Capacidad para resolver problemas** están menos garantizados que hace seis años; a la vez que el *ítem* 3, **Aptitud para trabajar en equipo** resulta ahora clasificado como sobradamente garantizado, cuando en 2004 quedaba situado entre los no garantizados.

De forma muy parecida al último epígrafe del anterior apartado, también ahora se pide en el cuestionario que se indiquen, de entre los 12 ítems propuestos, aquellos tres que se consideren más relevantes. La Tabla 5 muestran el resultado de la ordenación bajo los dos criterios indicados, respectivamente.

Tabla 5. Comparación del ordenamiento según la oferta de la Universidad y las expectativas empresariales

	Competencias-aptitudes	Universidad	Empresas	dif.
1	Conocimientos teóricos	4	8	-4
2	Formación práctica	11	3	+8
3	Aptitud para trabajar en equipo	5	2	+3
4	Capacidad para comunicarse eficazmente	9	10	-1
5	Capacidad de gestión y comunicación	8	6	+2
6	Idiomas	10	7	+3
7	Informática y nuevas tecnologías	2	11	-9
8	Motivación y disposición para el trabajo	6	1	+5
9	Aptitud para aprender	1	5	-4
10	Capacidad para resolver problemas	7	4	+3
11	Habilidades directivas	12	12	0
12	Capacidad de análisis	3	9	-6

En consecuencia, el análisis comparativo nos permite establecer que los mayores desajustes en cuanto a competencias-aptitudes se producen por parte de la oferta universitaria en un exceso (valores negativos) de **Informática y nuevas tecnologías y Capacidad de análisis**; y en una clara insuficiencia (valores positivos) en los apartados de **Formación práctica y Motivación y disposición para el trabajo**. Existiendo un cierto equilibrio entre la oferta universitaria y la demanda laboral para el resto de las competencias-aptitudes.

El resultado comparativo con 2004, no revela diferencias notables, puesto que 3 de las 4 capacidades-aptitudes mencionadas en el párrafo anterior ya quedaban reflejadas en las mismas posiciones. No obstante, sí hay una diferencia a señalar: la desaparición de la lista de **Aptitud para trabajar en equipo** que se sustituye por **Motivación y disposición para el trabajo** –aun-que ya se ha advertido antes de la mejora y empeoramiento respectivo que se reflejaba en la encuesta para estos ítems–.

Aproximadamente el 38% (33%) de las empresas encuestadas afirma que **en el ejercicio de 2008, ha utilizado los servicios de la Universidad para incorporar titulados**. Existiendo una clara correlación de esa utilización según la dimensión de la empresa; puesto que para los tres estratos considerados, de menor a mayor respectivamente, ese porcentaje va del 7% (21%), 37%

(33%) y 70% (61%). De nuevo, se aprecia la tendencia a establecer relaciones, prioritariamente, con las empresas grandes.

La valoración que se otorga a este tipo de servicios es positiva, puesto que poco más del 11% de las que lo utilizaron declara un grado de satisfacción negativo con los mismos, lo que tiene una traducción cuantitativa de 3,3 sobre la puntuación media de 3.

Hay que notar que el informe de 2004, obtiene en este apartado una valoración sensiblemente mejor, volviendo a reproducirse aquí, la tendencia a la valoración negativa que ya se ha señalado en el anterior apartado de **Adecuación de la formación de los actuales titulados universitarios a los requerimientos de los puestos de trabajo**. Aunque también se observa, cuando se analizan los resultados según el tamaño de las empresas, que el grado de satisfacción mejora en el caso de las grandes empresas.

Por otra parte, más del 88% (70%) de las empresas entrevistadas declara que **en el ejercicio de 2008, ha invertido recursos en formación**. Lógicamente, cuando se examina la distribución según la dimensión de la empresa se confirma la correspondencia esperada entre tamaño y recursos destinados a formación: 77%(59%), 95%(73%) y 98%(91%), respectivamente.

Mediante el siguiente epígrafe del cuestionario es posible analizar **cuáles han sido las principales fuentes de formación de la empresa y con qué frecuencia se ha recurrido a las mismas**. En este caso, se le ofrece al entrevistado 10 ítems, no excluyentes entre ellos, para disponer de una amplia panorámica de la estructura de esas fuentes. Los resultados para estos 10 ítems se muestran en la Tabla 6, donde se reproduce el porcentaje de elección, así como el porcentaje conjunto de cuánto se ha recurrido para las valoraciones “*Con frecuencia*” y “*Con mucha frecuencia*”.

Tabla 6. Fuentes de información de la empresa

	Fuentes de formación de la empresa	% de elección	% de recurrencia
1	El propio Departamento de formación de la empresa	63%	64%
2	Escuelas de Negocios	41%	27%
3	Empresas de consultoría	60%	36%
4	Universidad	25%	35%
5	Centros de Formación Profesional continua	46%	38%
6	Cámaras de Comercio	38%	28%
7	Organizaciones Empresariales-Gremios-Colegios Profesionales	45%	32%
8	Sindicatos	14%	18%
9	Proveedores de equipos de materiales	39%	34%
10	Casa matriz de la empresa o vinculadas	24%	39%

Ello permite establecer una doble ordenación, según el tipo de proveedor y según la frecuencia con que se recurre al mismo, tal como se muestra en la Tabla 7.

Estos resultados indican que las necesidades de formación de las empresas están cubiertas prioritariamente por un grupo que integran, en orden de importancia, **Departamento de formación de la empresa, Empresas de consultoría, Centros de Formación Profesional continua y Organizaciones empresariales**. En términos de la frecuencia con que se recurre, el Propio **Departamento de formación de la empresa** se sitúa muy por encima de cualquiera de las otras 10 posibilidades previstas.

Tabla 7. Ordenación de las fuentes de formación según el porcentaje de elección y recurrencia

	Fuentes de formación de la empresa	% de elección	% de recurrencia
1	El propio Departamento de formación de la empresa	1	1
2	Escuelas de Negocios	5	9
3	Empresas de consultoría	2	4
4	Universidad	8	5
5	Centros de Formación Profesional continua	3	3
6	Cámaras de Comercio	7	8
7	Organizaciones empresariales-Gremios-Colegios Profesionales	4	7
8	Sindicatos	10	10
9	Proveedores de equipos de materiales	6	6
10	Casa matriz de la empresa o vinculadas	9	2

La Universidad se encuentra en el antepenúltimo lugar, situada en el grupo al que se acude marginalmente para solucionar las necesidades de formación de la empresa. Su situación mejora, cuando se toma en consideración el grado de recurrencia, si es que así puede considerarse el situarse en la quinta posición de preferencia por las empresas.

Esta constatación, a pesar de que se pueden aducir argumentos –limitaciones de la muestra, mejor expectativa al introducir la dimensión de las empresas en el análisis– que la hagan menos contundente, y que ya fueron también tenidos en cuenta en el informe de 2004, debería dar lugar a una reflexión acerca de cómo enfoca la Universidad una de sus principales funciones sociales, como es la formación continua; puesto que la opinión general expresada en la encuesta deja bastante claro que las empresas no tienen la percepción de que esté cumpliendo este cometido. Esto es especialmente importante puesto que fue una conclusión reflejada en el informe de 2004 y, pasados ahora seis años, se debe volver a insistir sobre la misma.

El siguiente epígrafe del cuestionario puede introducir algunas pistas que expliquen el anterior negativo resultado. Se trata de sondear a las empresas si han recurrido a la Universidad para dos actuaciones concretas: programas de formación en general y/o programas de formación a medida, elementos esenciales de la función social de prestación de servicios que debe ejercer la Universidad. Una respuesta afirmativa permite obtener una valoración de la actuación llevada

a cabo por la Universidad, mientras que una respuesta negativa permite, a través de la selección de un conjunto de posibilidades no excluyentes, analizar las causas del por qué las empresas no acuden a la Universidad para resolver este tipo de necesidades.

El 19% (18%) de las empresas encuestadas afirma que **ha recurrido a la Universidad para cursos de formación no diseñados exclusivamente para sus empleados**; mientras que, tan solo el 4% (8%) afirma que **ha recurrido a la Universidad para cursos de formación diseñados a medida para sus empleados**.

A las empresas que han respondido afirmativamente se les pide, además, que efectúen una valoración en la escala de 5 tramos de “*Muy insatisfactoria*” a “*Muy satisfactoria*”, lo que ha proporcionado el resultado que muestra la Tabla 8, que reproduce el porcentaje conjunto de las respuestas “*Satisfactoria*” y “*Muy satisfactoria*” y la traducción cuantitativa de la escala indicada.

Tipo de programa	%	nota
Programas de formación general	47%	3.55
Programas de formación “a medida”	67%	3.33

El balance es que para ambos tipos de programas el grado positivo de satisfacción no es especialmente elevado, aunque la calificación media es muy aceptable. Sin embargo, conviene señalar lo exigües que son los porcentajes de respuestas positivas en las dos cuestiones para, como mínimo, tomar una cierta precaución sobre la representatividad de estos resultados. Esta última razón descarta, por otro lado, la posibilidad de un análisis por dimensión de empresa, que también hubiera tenido interés.

Ante la respuesta negativa, el cuestionario plantea al entrevistado la elección de un conjunto de siete causas no excluyentes, que hayan motivado el no recurso a la Universidad para la solución de las necesidades de formación de la empresa. En la Tabla 9 se reproducen los porcentajes asignados a cada uno de los ítems que el cuestionario ofrece para seleccionar, sobre las dos ofertas.

Tabla 9. Causas por las que no se ha acudido a la Universidad como proveedora de formación

Causas	Cursos generales	Cursos "a medida"
Desconocía que la Universidad ofrece estos servicios	38%	43%
Conoce estos servicios pero no sabe cómo acceder a los mismos	1%	1%
No ha considerado a la Universidad como proveedora de formación	23%	24%
No idoneidad de los cursos / programas ofrecidos	23%	16%
Condiciones de impartición de los cursos inapropiadas	9%	6%
Coste excesivo de los cursos / programas ofrecidos	2%	5%
Otras razones	3%	2%
NS/NC	1%	3%

Los resultados que se recogen en la Tabla 9 muestran que las razones esgrimidas por las empresas para no acudir a la Universidad se pueden resumir con tres de los apartados considerados, puesto que con estos se alcanza el 83% acumulado del total de respuestas; además, se puede convenir que no existen diferencias sustanciales cuando hablamos de formación general o "a medida".

La principal razón aducida por las empresas es que se **desconocía que la Universidad ofrece estos servicios**; alrededor del 40% de los entrevistados así lo consideran, mientras que entre el 23% y el 24% de las empresas afirma que **no ha considerado a la Universidad como proveedora de formación**.

Por último, la tercera razón es la **no idoneidad de los programas ofrecidos**, respuesta elegida en el 23% en el caso de cursos generales, y lógicamente en menor medida, aunque aún por encima del 16% para los cursos diseñados "a medida".

Es también un hecho destacable, en las tres cuestiones ofertadas, la coincidencia en el insignificante porcentaje de aquellos que consideran el coste una razón que impida la relación con la Universidad.

Atendiendo a la dimensión de las empresas, el único hecho destacable es que la razón de que **desconocía que la Universidad ofrece estos servicios** disminuye claramente al aumentar el tamaño de la empresa, lo que vuelve a poner de manifiesto algunas de las observaciones que ya se han indicado al respecto, en anteriores apartados y epígrafes de la encuesta.

Desafortunadamente, el bajo porcentaje del 4% de empresas que acuden a la Universidad para contratar cursos de formación “a medida”, invalida estadísticamente cualquier posibilidad de analizar la interacción con las respuestas relativas a los cursos de formación general.

Las conclusiones que se desprenden de este epígrafe vuelven a ser sustancialmente muy similares a las extraídas del informe de 2004. Y nos llevan a la misma reflexión efectuada en páginas anteriores: pasados seis años persisten los mismos efectos negativos que pueden justificar que la Universidad española no acabe liderando el mercado de la formación continua. En primer lugar, los demandantes de dicha formación desconocen que exista tal función por parte de la Universidad; en segundo lugar, las empresas no identifican a la Universidad como principal agente de formación continua y, por último, en el supuesto de que las dos anteriores razones no se den las experiencias o contactos establecidos no han sido suficientemente satisfactorias.

4. Transferencia de Tecnología³

Principales conclusiones

- El 88% de las empresas considera que la Universidad debe favorecer, mediante la aportación de recursos humanos, físicos y financieros, la creación de empresas de base tecnológica. El 86% de los encuestados opinaron que es conveniente potenciar la movilidad de personal investigador entre las empresas y las universidades.
- El 14% de las empresas han acudido a la Universidad para desarrollar proyectos de I+D, y el 17% han contratado actividades de consultoría, estudios, asesoramiento y otras acciones que no signifiquen una actividad de I+D.
- De acuerdo con el colectivo de empresas que desarrollaron actividades de investigación, un 38% de éstas aducen que la principal causa por la que no han acudido a la Universidad para desarrollar sus proyectos de I+D es el desconocimiento de la oferta de este servicio por parte de la Universidad.
- El 50% de las empresas encuestadas desconoce que la Universidad ofrece servicios de consultoría, asesoría y otras acciones que no signifiquen una actividad de I+D.
- Los principales factores que explican la colaboración entre las empresas y la Universidad son la resolución de determinados problemas científicos o técnicos y la falta de capacidad de las empresas para llevar a cabo actividades de I+D

El 88% (90%) de las empresas encuestadas **creo que la Universidad debe favorecer, mediante la aportación de recursos humanos, físicos y financieros, la creación de empresas de base tecnológica.**

Un porcentaje muy similar 86% (87%), opina que **es conveniente potenciar la estancia de profesores universitarios en las empresas y de personal investigador y/o especializado de las empresas en la Universidad.**

De forma similar al planteamiento del anterior apartado, el cuestionario sondea a las empresas en relación a dos cuestiones relativas a su relación en el ámbito de la investigación con la Universidad: **proyectos de I+D y actividades de consultoría, estudios, asesoramiento, y otras acciones que no signifiquen una actividad de I+D.**

El 14% (15%) de las empresas encuestadas afirma que **ha recurrido a la Universidad para llevar a cabo proyectos de I+D.** Por otra parte, el 17% (12%) afirma que ha contratado actividades de consultoría, estudios, asesoramiento, y otras acciones que no signifiquen una actividad de I+D.

3. Aún con las limitaciones que supone la diferencia en número de empresas encuestadas, creemos útil, a efectos comparativos, reproducir al lado de algunos de los porcentajes y resultados principales actuales, entre paréntesis los que se obtuvieron en el informe de 2004.

Por tanto, sigue existiendo una coincidencia muy importante entre estos datos y los que aportó el informe de 2004.

A las empresas que han respondido afirmativamente se les pide, además, que efectúen una valoración en la escala de 5 tramos de “*Muy insatisfactoria*” a “*Muy satisfactoria*”. Proporcionando el resultado de la Tabla 10, que reproduce el porcentaje conjunto de las respuestas “*Satisfactoria*” y “*Muy satisfactoria*” y la traducción cuantitativa de la escala indicada.

Tabla 10. Porcentajes de valoración positiva y clasificación media		
Tipo de programa	%	nota
Proyectos de investigación de I+D	58%	3.56
Consultoría y apoyo técnico	53%	3.48

El balance es en general positivo, puesto que en los dos casos el grado de satisfacción positivo está por encima del 50% (si añadimos la respuesta “Indiferente”, con traducción numérica 3 los porcentajes se sitúan, respectivamente, por encima del 90% y del 80%). En términos cuantitativos estamos hablando siempre de calificaciones de notable. Nuevamente, es necesario insistir en el bajo porcentaje de respuestas afirmativas globales y, en consecuencia, en la cautela con que deberían interpretarse estos resultados; aspecto que igualmente anula cualquier posibilidad de análisis según la dimensión empresarial.

Cuando la respuesta es negativa y las empresas realizan actividades de I+D, se pide que se señale entre un conjunto de siete posibilidades no excluyentes, muy parecidas a las utilizadas en el anterior epígrafe, los motivos para no acudir a la Universidad para solventar las necesidades de investigación de su empresa. En la Tabla 11 se reproducen los porcentajes asignados a cada uno de esos *ítems*, en relación a las dos ofertas contempladas.

Tabla 11. Causas por las que la Empresa no acude a la Universidad

Causas	Proyectos I+D	Consultoría y apoyo técnico
Desconocía que la Universidad ofrece estos servicios	38%	50%
Conoce estos servicios pero no sabe cómo acceder a los mismos	7%	9%
La empresa recurre a / o tiene recursos propios	29%	14%
No considera idónea a la Universidad para las tareas de investigación o para prestar estos servicios	7%	13%
Estructura organizativa de la Universidad no adecuada / Coste excesivo	8%	5%
Otras razones	6%	4%
NS/NC	5%	5%

Nota: Porcentajes asignados a las posibles causas por las que las empresas no acuden a la Universidad para solventar sus necesidades de investigación.

Los resultados que se recogen en la Tabla 11 muestran que las razones esgrimidas por las empresas para no acudir a la Universidad se pueden resumir con dos de los apartados considerados: 1 y 3, puesto que con ellos se alcanza el 67% acumulado del total de respuestas. De forma que la principal razón aducida por las empresas para no acudir a la Universidad, tanto en el caso de **Proyectos I+D**, como en **Actividades de consultoría y soporte técnico** es que **desconocía que la Universidad ofreciera este tipo de servicio**. La segunda causa por la que las empresas no acuden a la Universidad para subcontratar actividades de I+D o para contratar asesoría técnica es que la empresa realiza estas actividades con **recursos propios**.

Hay que destacar que ahora el ítem **no considera idónea a la Universidad para las tareas de investigación o para prestar estos servicios**, representa un porcentaje bastante más reducido —el 7% o el 13%— a diferencia de los porcentajes por encima del 20% que en el apartado de formación manifestaban esta opinión. Por otra parte, causa una cierta perplejidad que un 8% de los encuestados considere que la estructura universitaria sea una razón de peso para no establecer colaboraciones en **Proyectos de I+D**.

Por último, tienen interés el cruzamiento entre la pregunta relativa a si se considera beneficioso el intercambio de personal investigador y la pregunta referente a si se ha recurrido a la Universidad

para colaborar en **Proyectos de I+D**, para sopesar si las empresas son consecuentes o no con sus declaraciones de intenciones en este ámbito. El resultado, como ya se ha indicado antes, es que casi el 87% de las empresas responde afirmativamente a la primera cuestión; de este porcentaje el 92% responde también afirmativamente a la segunda cuestión.

En términos comparativos respecto a la situación de 2004, aún cuando ya se ha señalado que en este epígrafe se ha simplificado el cuestionario, agrupando en dos las tres ofertas de colaboración investigadora del anterior, también se sigue observando una importante coincidencia en los resultados; persistiendo, pasados estos seis años, que uno de los principales motivos que aducen las empresas para no establecer colaboraciones de investigación con la Universidad, es su desconocimiento acerca de que ésta ejerza este tipo de actividad.

La última información que se desprende del cuestionario para este apartado está relacionada con la opinión que manifiestan las empresas ante **qué importancia tienen una serie de factores para el establecimiento de relaciones de colaboración tecnológica de las empresas con la Universidad**.

En este caso, se ofrece al entrevistado una lista de seis factores no excluyentes entre sí y se le pide que determine su grado de importancia en una escala 5 tramos que va desde “Sin importancia” a “Máxima importancia”. Ello ha proporcionado el resultado que muestra la Tabla 12, que reproduce el porcentaje conjunto de las dos respuestas que indican mayores grados de importancia y la traducción cuantitativa de la escala indicada.

Tabla 12. Porcentaje de valoración de la importancia y calificación media

	Factores colaboración Empresa-Universidad	%	calificación
1	Falta de especialistas en la empresa	40%	3.32
2	Capacidad insuficiente de las empresas para llevar a cabo actividades de I+D	53%	3.64
3	Buena reputación de la Universidad	28%	3.14
4	Posibilidad de mejorar la imagen de las empresas	28%	3.13
5	Resolución de determinados problemas científicos o técnicos	55%	3.73
6	Obtención de ayudas públicas de fomento de la I+D+i	47%	3.52

De los seis factores propuestos en el cuestionario, dos superan el 50% agregando las dos respuestas que otorgan mayor importancia. Estos dos factores más importantes señalan las limitaciones que las empresas reconocen tener para desarrollar actividades de investigación: **Resolución de determinados problemas científicos o técnicos** (económica y humana) e **insuficiente capacidad para realizar I+D** (económica). Un escalón por debajo en términos de porcentaje se sitúa el factor: **Obtención de ayudas públicas** (económica) y la **falta de especialistas en la empresa** (económico). Claramente alejados los dos últimos factores asociados a cuestiones relacionadas con la imagen o el marketing. En cualquier caso, debe indicarse, por negativo, la última posición que se otorga al factor **Buena reputación de la Universidad** como incentivo al establecimiento de colaboración tecnológica con las empresas.

5. Resumen ejecutivo

Datos técnicos

- Pese a la disminución de empresas encuestadas respecto a 2004, la muestra sigue teniendo una representación equivalente por ramas de actividad. Sin embargo, en la distribución por número de trabajadores disminuye significativamente la presencia de empresas pequeñas. En términos estadísticos las dos muestras pueden considerarse equivalentes para su comparación.
- El cuestionario es muy similar al de 2004, con las salvedades de la supresión en el apartado de inserción laboral y formación de postgrado y continua, del epígrafe sobre consultoría de recursos humanos; y en el apartado de transferencia de tecnología considerar sólo dos apartados de relación empresa-universidad, que distinguen en I+D o no I+D.

Marco general

- El casi 54% de las empresas manifiestan haber tenido algún tipo de relación con la Universidad en el ejercicio de 2008.
- El tipo de relación mayoritario es Convenio para incorporar estudiantes y/o titulados en prácticas que supone el 77% de las colaboraciones, con una valoración positiva.
- Puede hablarse de una pérdida de valoración por parte de las empresas hacia los tres tipos de relaciones que se establecen con la Universidad, con respecto al informe de 2004.
- La obtención de ventajas económicas para las empresas, en términos de contratación laboral, es la interacción más buscada, al igual que también lo era seis años atrás.
- A diferencia de la ligera tendencia observada en el informe de 2004, no se infiere ahora mayor cooperación y relación empresas-universidad, que cristalice en el destino de recursos a esta última.
- Tan solo un 23% de las empresas encuestadas actúa como proveedora de bienes o servicios de la Universidad.
- Se deduce un cierto empeoramiento, respecto al informe de 2004, de la opinión de las empresas hacia el papel que debe ejercer la Universidad en el desarrollo económico: aumentan las valoraciones contrarias (entre cinco y ocho puntos porcentuales) y disminuye el grado de acuerdo (en tres puntos porcentuales).
- A pesar de ello, existe correspondencia entre lo que las empresas esperan de la Universidad, en cuanto a su papel en el desarrollo económico y el papel desempeñado por la misma, puesto que cuatro de los argumentos analizados aparecen en el mismo orden de preferencia por el lado de la oferta universitaria y de las expectativas de las empresas.

Tabla 1. Comparación del ordenamiento según la oferta de la Universidad y las expectativas empresariales

	Ámbitos de actuación de la Universidad	Universidad	Empresas	dif.
1	Haciendo posible el acceso a la formación superior	1	1	0
2	Reteniendo a los estudiantes en su ámbito territorial de influencia	7	7	0
3	Adecuando sus titulaciones a las necesidades de formación de su ámbito territorial de influencia	4	4	0
4	Atrayendo al ámbito territorial de influencia a estudiantes de otros ámbitos geográficos	5	6	-1
5	Apoyando a las pequeñas y medianas empresas	9	5	+4
6	Actuando como motor de innovación gracias a las actividades de transferencia de tecnología	2	2	0
7	Actuando como socio de proyectos de investigación con las empresas	3	3	0
8	Siendo un elemento que favorece las decisiones de inversión externas en la región	8	9	-1
9	Considerándola como agente importante en las orientaciones estratégicas de su ámbito territorial de influencia	6	8	-2

- Destaca como opinión general: las dificultades de las pymes para colaborar e interactuar con la Universidad, aspecto que ya se puso igualmente de relieve en el informe de 2004.

Inserción laboral y formación de postgrado y continua

- Existe una clara unanimidad respecto a que la Universidad debe promover las actitudes emprendedoras de los estudiantes, el 99% de los encuestados así lo afirma.
- Respecto a la adecuación de la formación de los actuales titulados universitarios a los requerimientos de los puestos de trabajo, hay un claro empeoramiento de la valoración por parte de las empresas, en relación al informe de 2004.
- Sin embargo, hay un significativo aumento de la calificación en todas las competencias-aptitudes analizadas, que se sitúa por término medio en 0,6 puntos, respecto a 2004.
- Se observan algunos cambios en la valoración de las 12 competencias-aptitudes, mediante las que se determina el grado de formación de los estudiantes por parte de las empresas, respecto a 2004.

Tabla 2. Clasificación de competencias-aptitudes según su grado de garantía

	PRIMER GRUPO: SOBRADAMENTE GARANTIZADAS		SEGUNDO GRUPO: GARANTIZADAS
9	Aptitud para aprender	12	Capacidad de análisis
7	Informática y nuevas tecnologías	8	Motivación y disposición trabajo
3	Aptitud para trabajar en equipo	1	Conocimientos teóricos
	TERCER GRUPO: GARANTIZADAS CON MATICES		CUARTO GRUPO: DEBEN MEJORARSE
10	Capacidad para resolver problemas	6	Idiomas
4	Capacidad para comunicarse	2	Formación práctica
5	Capacidad de gestión y comunicación	11	Habilidades directivas

Tabla 3. Causas por las que no se ha acudido a la Universidad como proveedora de formación

	Fuentes de formación de la empresa	% de elección	% de recurrencia
1	El propio Departamento de formación de la empresa	63%	64%
2	Escuelas de Negocios	41%	27%
3	Empresas de consultoría	60%	36%
4	Universidad	25%	35%
5	Centros de Formación Profesional continua	46%	38%
6	Cámaras de Comercio	38%	28%
7	Organizaciones Empresariales-Gremios-Colegios Profesionales	45%	32%
8	Sindicatos	14%	18%
9	Proveedores de equipos de materiales	39%	34%
10	Casa matriz de la empresa o vinculadas	24%	39%

- Como dato destacable el ítem Aptitud para trabajar en equipo resulta ahora clasificado como sobradamente garantizado, cuando en 2004 quedaba situado entre los no garantizados.
- Cerca del 38% de las empresas encuestadas afirma que en el ejercicio de 2008, ha utilizado los servicios de la Universidad para incorporar titulados. Aunque se aprecia la tendencia a establecer relaciones, prioritariamente, con las empresas grandes.
- Más del 88% de las empresas entrevistadas declara que en el ejercicio de 2008, ha invertido recursos en formación.
- Las necesidades de formación de las empresas están cubiertas prioritariamente por: Departamento de formación de la empresa, Empresas de consultoría, Centros de Formación Profesional continua y Organizaciones empresariales.
- La Universidad se encuentra en el antepenúltimo lugar (10 posibles), situada en el grupo al que se acude marginalmente para solucionar las necesidades de formación de la empresa. (Ver Gráfico 2 y pregunta 6 de este apartado del cuestionario para la descripción de los 10 ítems).

Tabla 4. Ordenación de las fuentes de formación según el porcentaje de elección y recurrencia

	Fuentes de formación de la empresa	% de elección	% de recurrencia
1	El propio Departamento de formación de la empresa	1	1
2	Escuelas de Negocios	5	9
3	Empresas de consultoría	2	4
4	Universidad	8	5
5	Centros de Formación Profesional continua	3	3
6	Cámaras de Comercio	7	8
7	Organizaciones empresariales-Gremios-Colegios Profesionales	4	7
8	Sindicatos	10	10
9	Proveedores de equipos de materiales	6	6
10	Casa matriz de la empresa o vinculadas	9	2

- La opinión general expresada en la encuesta es que las empresas no tienen la percepción de que la Universidad cumpla el cometido de la formación continua; coincidiendo, transcurridos seis años, con la percepción reflejada en el informe de 2004.
- Un escaso 19% de las empresas encuestadas afirma que ha recurrido a la Universidad para cursos de formación no diseñados exclusivamente para sus empleados; y únicamente el 4% lo ha hecho para cursos de formación diseñados a medida para sus empleados.
- Para ambos tipos de programas el grado positivo de satisfacción no es especialmente elevado (sensiblemente menor que en 2004), aunque la calificación media es muy aceptable.

Tabla 5. Valoración de los tipos de programas de formación ofrecidos por la Universidad

Tipo de programa	%	nota s/5
Programas de formación general	47%	3.55
Programas de formación "a medida"	67%	3.33

- Las principales razones del resto de empresas que no han recurrido a la Universidad para no hacerlo son, por este orden: desconocer que ofrezca tales servicios, no considerarla como proveedora de formación y no idoneidad de los programas ofrecidos.

Transferencia de tecnología

- El 88% de las empresas encuestadas cree que la Universidad debe favorecer, mediante la aportación de recursos humanos, físicos y financieros, la creación de empresas de base tecnológica.
- Un porcentaje muy similar, 86%, opina que es conveniente potenciar la estancia de profesores universitarios en las empresas y de personal investigador y/o especializado de las empresas en la Universidad.
- El 14% de las empresas encuestadas afirma que ha recurrido a la Universidad para llevar a cabo proyectos de I+D. El 17% afirma que ha contratado actividades que no signifiquen una actividad de I+D. Hay plena coincidencia con los datos que aportó el informe de 2004.
- El balance de las colaboraciones es positivo, en términos cuantitativos estamos hablando siempre de calificaciones de notable.

Tabla 6. Porcentaje de valoraciones positivas y nota media

Tipo de programa	%	nota s/5
Proyectos de investigación I+D	58%	3.56
Consultoría y soporte técnico	53%	3.48

- Las principales razones del resto de empresas que no han recurrido a la Universidad para no hacerlo son, por este orden: no realizar tareas de investigación, desconocer que la Universidad ofrezca tales servicios, tener recursos propios para realizarlas.
- No considerar idónea a la Universidad para tareas de investigación es una razón aducida en un 4% (I+D) o 9% (no I+D), afortunadamente muy inferior al 20% que en el apartado de formación manifestaban esta opinión.
- El 5% de los encuestados considera que la estructura universitaria es una razón de peso para no establecer colaboraciones en Proyectos de I+D.
- Las razones que determinan colaboraciones tecnológicas de las empresas con la Universidad son, por orden de importancia: resolución de problemas científicos o técnicos, la insuficiente capacidad para realizar I+D de las empresas y obtención de ayudas públicas.
- La falta de especialistas en la empresa, también es una de las razones, aunque se sitúa un escalón por debajo de las anteriores.

Tabla 7. Factores que para el establecimiento de cooperación entre las empresas y la Universidad

Factores colaboración Empresa-Universidad	%	Nota s/5
Falta de especialistas en la empresa	40%	3.32
Capacidad insuficiente de las empresas para llevar a cabo actividades de I+D	53%	3.64
Buena reputación de la Universidad	28%	3.14
Posibilidad de mejorar la imagen de las empresas	28%	3.13
Resolución de determinados problemas científicos o técnicos	55%	3.73
Obtención de ayudas públicas de fomento de la I+D+i	47%	3.52

Nota: Porcentajes de valoración de la importancia y calificación media.

Fundación **C Y**
D

CUESTIONARIO

La universidad y la empresa española

Este cuestionario se ha elaborado con el propósito de conocer la opinión de las empresas españolas sobre la relación del sistema universitario con el sistema productivo, ya que entendemos que profundizar en el conocimiento de dicha relación actúa en beneficio del conjunto de la sociedad española. Se han definido tres conjuntos de preguntas. El primero, marco general de las relaciones empresa-universidad. El segundo, cuestiones vinculadas a la inserción laboral y a la formación de postgrado y continua. Por último, el tercer grupo sobre transferencia de tecnología.

Nombre o razón social:											
Dirección:											
Municipio:								CP:			
Provincia:				Tel.:				Fax:			
Correo electrónico:											
Núm. total de trabajadores que mantienen una relación laboral o contrato de trabajo con la empresa (a 1 de enero de 2009):			Trabajadores								
Cifra de facturación durante el ejercicio 2008 en millones de €:			€								
Sector de actividad:											
Señale su código de actividad correspondiente según la clasificación de la CNAE que se adjunta.											
Nombre de la persona que rellena el cuestionario:											
Cargo:											

MARCO GENERAL

	Sí	No	NSNC
1 ¿Ha mantenido su empresa algún tipo de relación con la Universidad, durante el ejercicio 2008?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2 En caso afirmativo, especifique de qué tipo de relaciones se ha tratado y qué valoración otorga usted a las mismas.	Sí	No	NSNC	Valoración de la relación con la Universidad (De 1, muy insatisfactoria a 5, muy satisfactoria) (marcar sólo en caso afirmativo)					
				1	2	3	4	5	NSNC
Convenio para incorporar estudiantes y/o titulados en prácticas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa ha contratado alguna Universidad para la prestación de algún servicio de investigación, de formación, de asesoramiento, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa ha destinado recursos a alguna Universidad en forma de subvención, esponsorización, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro tipo de relación(especificar): _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Sí	No	NSNC
3 ¿Ha sido su empresa contratada por alguna Universidad española como proveedora de bienes o servicios?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4 Exprese su grado de acuerdo o desacuerdo respecto a las siguientes preguntas:	(De 1, totalmente en desacuerdo a 5, totalmente de acuerdo)					
	1	2	3	4	5	NSNC
¿Cree usted que las Universidades españolas actúan como motor de desarrollo económico?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Cree usted que las Universidades españolas tienen actualmente una organización apropiada para ejercer la función de desarrollo económico?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Cree usted que las empresas españolas están actualmente suficientemente comprometidas con el modelo de Universidad como motor de desarrollo económico? (participación en el diseño de los planes de estudios, programas de investigación conjunta, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5 ¿En qué ámbitos cree usted que las Universidades españolas realizan una contribución al desarrollo económico?	Sí	No	NSNC	Indique, mediante una cruz, en su opinión los 3 ámbitos más destacados
Reteniendo a los estudiantes en su ámbito territorial de influencia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adecuando sus titulaciones a las necesidades de formación de su ámbito territorial de influencia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atrayendo al ámbito territorial de influencia a estudiantes de otros ámbitos geográficos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apoyando a las pequeñas y medianas empresas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actuando como motor de la innovación gracias a las actividades de transferencia de tecnología.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actuando como socio de proyectos de investigación con las empresas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Siendo un elemento que favorece las decisiones de inversión externas en la región.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Siendo tenidas en cuenta como agentes importantes en las orientaciones estratégicas del ámbito territorial de influencia de la Universidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

INSERCIÓN LABORAL Y FORMACIÓN DE POSTGRADO Y CONTINUA

		Sí	No	NS/NC			
1 ¿Cree usted que la Universidad española debe promover las actitudes emprendedoras de los estudiantes?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		(De 1, muy insatisfactoria a 5, muy satisfactoria)					
		1	2	3	4	5	NS/NC
2 Valore usted la adecuación, en general, de la formación de los actuales titulados universitarios españoles a los requerimientos de los puestos de trabajo.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 ¿Cuáles son, en su opinión, las competencias / aptitudes que debe tener un titulado universitario para ser contratado por su empresa y en qué medida la Universidad española contribuye a garantizarlas?		Indique usted las 3 competencias/ aptitudes que considere más importantes (mediante una cruz)		Señale, para cada una de las competencias/ aptitudes que ha indicado en qué medida la Universidad española contribuye a garantizarlas (De 1, poco a 5, mucho)			
		1	2	3	4	5	NS/NC
Conocimientos teóricos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formación práctica.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aptitud para trabajar en equipo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacidad para comunicarse eficazmente con colegas y clientes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacidad de gestión y comunicación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Idiomas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informática y nuevas tecnologías.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motivación y disposición para el trabajo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aptitud para aprender.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacidad para resolver problemas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Habilidades directivas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacidad de análisis.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4a ¿Ha utilizado su empresa, en el año 2008, los servicios de la Universidad española (bolsas de trabajo, C.O.I.E. – Centros de Orientación e Información para el Empleo, ...) para incorporar titulados a su empresa?		Sí	No	NS/NC			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		(De 1, muy insatisfactoria a 5, muy satisfactoria)					
		1	2	3	4	5	NS/NC
4b En caso afirmativo, ¿qué valoración otorga usted a estos servicios?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		(De 1, muy insatisfactoria a 5, muy satisfactoria)					
		1	2	3	4	5	NS/NC
5 En el ejercicio 2008, ¿ha invertido su empresa recursos en formación?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

Las siguientes preguntas (de la 6 a 8c) sólo deben ser contestadas por aquellas empresas que han invertido recursos en formación

6 En caso afirmativo, ¿cuáles han sido los proveedores de formación de su empresa?	Sí	No	NS/NC	En los últimos tres ejercicios, ¿con qué frecuencia ha recurrido su empresa a estos proveedores de formación? Indique en una escala de 1 a 5 (1, nunca a 5, gran frecuencia)					
				1	2	3	4	5	NS/NC
El propio departamento de formación de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Escuelas de negocios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empresas de consultoría.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universidades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Centros de formación profesional continua.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cámaras de comercio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organizaciones empresariales/Gremios/Colegios profesionales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sindicatos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Proveedores de equipos de materiales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La casa matriz de la empresa u otras empresas vinculadas a ella.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros proveedores (especificar): _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7a ¿Ha recurrido su empresa, en el ejercicio 2008, a la Universidad española como proveedora de cursos o programas de formación no diseñados exclusivamente para sus empleados?	Sí	No	NS/NC
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7b En caso afirmativo, ¿qué valoración otorga usted a los mismos?	(De 1, muy insatisfactoria a 5, muy satisfactoria)					
	1	2	3	4	5	NS/NC
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7c En caso negativo, ¿cuál ha sido la razón principal para no recurrir a la Universidad?	(marcar sólo una razón)
Desconocía que la Universidad ofrece estos servicios.	<input type="checkbox"/>
Conoce estos servicios, pero no sabe cómo acceder a los mismos.	<input type="checkbox"/>
No ha considerado a la Universidad como proveedora de formación.	<input type="checkbox"/>
No idoneidad de los cursos / programas ofrecidos.	<input type="checkbox"/>
Condiciones de impartición de los cursos (horario, calendario,...) inapropiadas.	<input type="checkbox"/>
Coste excesivo de los cursos / programas ofrecidos.	<input type="checkbox"/>
Otras razones (especificar): _____	<input type="checkbox"/>

8a ¿Ha recurrido su empresa, en el ejercicio 2008, a la Universidad española como proveedora de cursos o programas de formación diseñados "a medida" para sus empleados?	Sí	No	NS/NC
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8b En caso afirmativo, ¿qué valoración otorga usted a los mismos?	(De 1, muy insatisfactoria a 5, muy satisfactoria)					
	1	2	3	4	5	NS/NC
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8c En caso negativo, ¿cuál ha sido la razón principal para no recurrir a la Universidad?	(marcar sólo una razón)
Desconocía que la Universidad ofrece estos servicios.	<input type="checkbox"/>
Conoce estos servicios, pero no sabe cómo acceder a los mismos.	<input type="checkbox"/>
No ha considerado a la Universidad como proveedora de formación.	<input type="checkbox"/>
No idoneidad de los cursos / programas ofrecidos.	<input type="checkbox"/>
Condiciones de impartición de los cursos (horario, calendario,...) inapropiadas.	<input type="checkbox"/>
Coste excesivo de los cursos / programas ofrecidos.	<input type="checkbox"/>
Otras razones (especificar): _____	<input type="checkbox"/>

TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

1 ¿Cree usted que la Universidad española debe favorecer, mediante la aportación de recursos humanos, físicos y financieros, la creación de empresas de base tecnológica?	Sí	No	NS/NC
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2 ¿Cree usted que es conveniente potenciar la estancia de profesores universitarios en las empresas y de personal investigador y/o especializado de las empresas en las Universidades?	Sí	No	NS/NC
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3a ¿Ha recurrido su empresa, en el ejercicio 2008, a la Universidad española para llevar a cabo contratos de I+D?	Sí	No	NS/NC
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SÍ	(De 1, muy insatisfactoria a 5, muy satisfactoria)					
	1	2	3	4	5	NS/NC
3b En caso afirmativo, ¿qué valoración otorga usted a los mismos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NO	3c En caso negativo, ¿cuál ha sido la razón principal para no recurrir a la Universidad?	(marcar sólo una razón)
	Desconocía que la Universidad ofrece estos servicios.	<input type="checkbox"/>
	Conoce estos servicios, pero no sabe cómo acceder a los mismos.	<input type="checkbox"/>
	La empresa no lleva a cabo tareas de investigación.	<input type="checkbox"/>
	La empresa recurre a recursos propios para llevar a cabo tareas de investigación.	<input type="checkbox"/>
	La empresa no considera idónea a la Universidad para llevar a cabo tareas de investigación.	<input type="checkbox"/>
	La estructura organizativa de la Universidad no es adecuada para dar respuesta a las necesidades de la empresa.	<input type="checkbox"/>
	Otras razones (especificar): _____	<input type="checkbox"/>

4a ¿Ha contratado su empresa, en el ejercicio 2008, a la Universidad española para llevar a cabo actividades de consultoría, estudios, asesoramiento y otras acciones que no signifiquen una actividad en I+D?	Sí	No	NS/NC
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SÍ	(De 1, muy insatisfactoria a 5, muy satisfactoria)					
	1	2	3	4	5	NS/NC
4b En caso afirmativo, ¿qué valoración otorga usted a los mismos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NO	4c En caso negativo, ¿cuál ha sido la razón principal para no recurrir a la Universidad?	(marcar sólo una razón)
	Desconocía que la Universidad ofrece estos servicios.	<input type="checkbox"/>
	Conoce estos servicios, pero no sabe cómo acceder a los mismos.	<input type="checkbox"/>
	La empresa no ha necesitado estos servicios.	<input type="checkbox"/>
	La empresa dispone de recursos propios para proveerse de estos servicios.	<input type="checkbox"/>
	La empresa no considera idónea a la Universidad para prestar estos servicios.	<input type="checkbox"/>
	El coste de estos servicios por parte de la Universidad es excesivo.	<input type="checkbox"/>
	Otras razones (especificar): _____	<input type="checkbox"/>

5 En su opinión, ¿qué importancia tienen los siguientes factores para el establecimiento de relaciones de colaboración tecnológica de las empresas con las Universidades?	Indique en una escala de 1 a 5 esta importancia (1, sin importancia a 5, máxima importancia)					
	1	2	3	4	5	NS/NC
La falta de especialistas en la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La capacidad insuficiente de las empresas para llevar a cabo actividades de I+D.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La buena reputación de las Universidades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La posibilidad de mejorar la imagen de las empresas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La resolución de determinados problemas científicos o técnicos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La obtención de ayudas públicas de fomento de la I+D+i.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Le agradecemos su colaboración en la cumplimentación de este cuestionario

Elaboración de contenidos: Fundación CYD

Supervisión: Fundación CYD

Diseño gráfico y maquetación: EPA Disseny S.L.

**Fundación C Y
D**

Pt. Francesc Macià, 4 - 08021 Barcelona - www.fundacioncyd.org

⋮

⋮