

# Competitividad, empresa y formación

  
**CARLOS CAVALLÉ**  
 Profesor Emerito de Dirección  
 Estratégica, IESE

  
**JORGE SOLEY**  
 Profesor Extraordinario de  
 Dirección Financiera, IESE

En repetidas ocasiones, destacados empresarios y directivos nos han manifestado su preocupación por la calidad de la formación con la que llegan los jóvenes empleados a sus empresas<sup>1</sup>. No se trata tanto de la calidad de sus conocimientos técnicos como de la dificultad de encajar sus personalidades con los valores, virtudes y cultura de la empresa.

Por ello, según los expertos de la empresa, deben mejorarse sensiblemente las actuales ofertas formativas que inciden en la personalidad de los alumnos y, en especial, la importancia de la honradez y de la ética del trabajo, el sentido de la responsabilidad, y del sentido de compromiso leal, así como el respeto a la autoridad. Ha de valorarse asimismo la cultura del esfuerzo, la capacidad de trabajar en equipo y la actitud de continuar aprendiendo que exige la empresa de hoy.

Se podría llegar, pues, a la conclusión de que existe una cierta disociación entre la oferta formativa que tradicionalmente recibe la mayoría de alumnos en los diversos ciclos formativos y la demanda cada vez más exigente de la empresa actual. Muchos piensan que es en la familia y en la enseñanza escolar, que es su extensión formativa, donde deben plantearse medidas más renovadoras porque es allí donde nacen, echan raíces, crecen y se desarrollan los valores y las virtudes que después ayudan a forjar la vida profesional y personal de los jóvenes en busca de trabajo.

También en la universidad se requiere una mayor atención a la formación no centrada estrictamente en el aprendizaje de conceptos y técnicas. Hace falta realizar más esfuerzos en favor de una formación humana y humanística

consecuente con la importancia de la persona, que se reconoce como origen, centro y fin de toda actividad económica y profesional.

Lo mismo podría decirse de la Formación Profesional, la cual, por diversas razones, no ha logrado superar su imagen de “formación de segunda clase”, seguramente por su falta de conexión con las necesidades reales de la empresa española.

Ante esta situación, ¿cuál debe ser la posición de la empresa? En primer lugar, deben tenderse más puentes, y cada vez más sólidos, entre universidad y empresa, ya que son dos mundos que se necesitan mutuamente. La universidad genera y difunde conocimientos, y la empresa los explota prestando mejores servicios y añadiendo valor. Pero esto lo hacen las personas. Y las personas son las que deben adaptarse a la empresa, asumir su cultura, sus valores y virtudes, y ayudar a ajustarla a los cambios del entorno. Empresa y universidad necesitan conocerse mejor, sobre todo en España.

Para ello, ambas tienen que colaborar en proyectos cada vez más exigentes. Entre ellos, el de la formación “humana” de los universitarios de los que saldrán los líderes empresariales de mañana y, no menos importante, los agentes del inevitable cambio empresarial en un mundo global. Es un proyecto ambicioso que exige la voluntad por ambas partes de hacerlo realidad, lo que no debe ser difícil si de verdad estamos convencidos de que la formación es el factor más importante de la competitividad.

1. Esta preocupación se puso de manifiesto en el Encuentro “Empresa, Competitividad y Formación” llevado a cabo en el campus del IESE en Barcelona el 3 de noviembre de 2009.