

La atracción del talento

A pesar de la crisis, España ocupa una buena posición en producción intelectual. Las universidades deben aplicar políticas para atraer estudiantes internacionales, y el Gobierno, medidas para facilitar que se queden

Por **SANTIAGO IÑIGUEZ**

A pesar de las difíciles circunstancias económicas actuales, España es consistentemente uno de los países con mejor desempeño en producción intelectual y en generación de talento. Las críticas, habitualmente poco ponderadas, sobre la falta de visibilidad internacional de las universidades españolas, no hacen justicia a la calidad de los graduados españoles que destacan en ámbitos genuinamente globales como la arquitectura, la ingeniería, la gestión empresarial o la medicina. Por su parte, las principales escuelas de negocios españolas ocupan puestos de liderazgo en los principales *rankings* internacionales, prueba de su capacidad competitiva, su orientación internacional y sus estrechas relaciones con el mundo empresarial.

La salida a la crisis en nuestro país, así como el crecimiento sostenible de cualquier sociedad, pasa necesariamente por el desarrollo del talento. En este artículo comentaré dos iniciativas concretas ligadas a la potenciación del talento colectivo: 1) la comunicación externa y 2) la apertura internacional.

“El talento escondido no proporciona ninguna reputación”, decía Erasmo de Rotterdam. Creo que una de las debilidades importantes de nuestro país es nuestra incapacidad para comunicar los logros y los buenos resultados. En un encuentro reciente escuchaba a un miembro del Gobierno español presumir de los recortes realizados en toda la actividad de relaciones públicas, bajo la suposición de que la inversión en comunicación es secundaria y prescindible en épocas de crisis. Sin embargo, creo que esto es una equivocación. Actualmente es crucial comunicar cada medida y los resultados positivos obtenidos —por ejemplo el reciente aumento de la productividad o el crecimiento récord de las exportaciones— para cambiar el estado de opinión sobre nuestro país. Lógicamente, no me refiero a promover una propaganda indigestible, sino a una comunicación inteligente, selectiva y constante.

La segunda de las propuestas es la apertura al talento internacional. En la sociedad global presente, el talento y el conocimiento se mueven sin restricciones más allá de las fronteras. Sin embargo, esta globalización irreversible de la educación superior se contempla a veces con recelo, e incluso se intentan adoptar medidas que impiden la competencia, por ejemplo obstaculizando la entrada de universidades foráneas, restringiendo el reconocimiento de títulos extranjeros o el acceso de alumnos internacionales. Cabe decir que, en general, el proteccionismo de la enseñanza universitaria supone, en el medio plazo, una pérdida de calidad y competitividad de las instituciones que se intentan blindar. Dado que los *stakeholders* del mundo educativo son crecientemente internacionales, los países que adopten medidas proteccionistas o que eviten la integración en modelos supranacionales, terminarán en la periferia del mundo del conocimiento y perderán el mejor talento.

La educación superior experimenta un desarrollo multipolar de la oferta y de la demanda, con un desplazamiento del centro de gravedad hacia Asia, donde se produce el mayor crecimiento de mercado, de alumnos y de nuevos centros. De hecho, se estima que los países asiáticos —fundamentalmente China e India— representarán el 70% de la demanda global de estudios universitarios en el año 2025. Por otro lado, se registra un incremento de estudiantes americanos y europeos que aplican a progra-

mas ofrecidos por escuelas asiáticas, fundamentalmente para mejorar su perfil internacional. No obstante, el primer país receptor de estudiantes universitarios sigue siendo Estados Unidos, seguido por Reino Unido y Canadá. En los últimos años, varios países europeos, como Francia y España, se han situado también entre los 10 países

de estudiantes de otros países. De acuerdo con un estudio desarrollado por EFMD (European Foundation for Management Development), los factores que más promueven la selección de un país por parte de estudiantes internacionales son el idioma, preferentemente el inglés (37,5%), el atractivo cultural (21,7%) y la reputación

franca de la educación global, y orientan a aquellas universidades que quieran competir en la arena internacional a ofrecer sus programas en este idioma. También indican que la movilidad en el trabajo, y las posibilidades de trabajar en el país donde se han cursado los estudios, representan aspectos fundamentales para atraer estudiantes internacionales.

Muchos son los países que intentan convertirse en destino de estudiantes internacionales, pero la experiencia de Australia en las últimas décadas es un caso ejemplar. Además de su ventaja como país de habla inglesa, y de su localización próxima a los emergentes mercados del sudeste asiático, la intensa promoción del Gobierno y de sus instituciones educativas son una referencia para otros países. Australia cuenta con 39 universidades propias, de las cuales dos son privadas, y al menos 70 escuelas de negocios. Se estima que su cuota de la población global de estudiantes universitarios internacionales es del 11%. Los alumnos internacionales matriculados representan el 20% del total, lo que supone posiblemente el ratio más alto de población estudiantil internacional sobre población doméstica. El mercado de exportación de estudios universitarios en Australia se estima próximo a los 15,5 billones de dólares.

Por otro lado, el Gobierno australiano facilita la estancia de alumnos extranjeros tras la graduación, un factor de enorme atractivo. De acuerdo con la legislación actual, los graduados internacionales en universidades australianas pueden permanecer 18 meses, extensibles en algunos casos, algo que contrasta con la rigidez en la concesión de visados de trabajo en Europa o incluso en USA. Además, los estudiantes internacionales matriculados en universidades de este país pueden obtener visados para realizar prácticas de trabajo durante sus estudios, que a su vez son reconocidos en forma de créditos para sus grados. En 2007, las principales universidades australianas establecieron el *qualification passport*, un certificado especial semejante al suplemento europeo, que describe los estudios cursados por el alumno y que facilita el reconocimiento de estudios y la movilidad internacional. Todos estos factores, junto con la benignidad climática, la vida cultural y el ambiente de libertades, han conformado este destino como uno de los favoritos en los últimos años.

Una recomendación que puede parecer paradójica: el futuro de la mayor parte de los países desarrollados, muchos de ellos con pirámide demográfica invertida, pasa por abrir la puerta a la inmigración y la atracción de talento internacional, especialmente a los emprendedores. Las políticas emprendidas en países como Australia, Estados Unidos o Canadá, con el objetivo de reclutar el conocido como *highly skilled talent*, contribuye a desarrollar conocimiento y valor económico en los países de destino. Ciertamente, tiene poco sentido cerrar las puertas de nuestro país a profesionales que buscan oportunidades de generar riqueza, de crear nuevas empresas, y por tanto empleo, en países ajenos a los de su nacimiento, por los que sienten cariño y afinidad. La inmigración es lo que puede permitir que Europa, y muy en particular España, no solamente pueda financiar el sistema de pensiones del futuro, sino incrementar la incorporación de capital humano de calidad a su estructura productiva.

Santiago Iñiguez de Onzoño es decano de IE Business School.



ENRIQUE FLORES

El idioma, el atractivo cultural y la reputación del país son los factores decisivos en la elección

Con una legislación muy abierta, Australia ha logrado que el 11% de los alumnos sean extranjeros

más importantes como destino de estudiantes internacionales, especialmente en el marco del programa Erasmus. El desarrollo económico en China e India está favoreciendo un crecimiento significativo de soli-

del país (21,7%), mientras que otros aspectos como la benignidad climática o contar con familiares y amigos son menos importantes (6%). Por otro lado, el mismo estudio indicaba que los criterios clave al seleccionar una escuela concreta son, por orden de importancia, la reputación de la institución, las oportunidades de trabajo tras la graduación, la información disponible sobre la escuela, la localización y los aspectos de financiación del programa.

Teniendo en cuenta esta información, se puede deducir que, efectivamente, el idioma en que se imparte el programa es un elemento decisivo a la hora de decidir dónde estudiar, además de la facilidad para obtener visados de trabajo en el país donde se estudia tras la graduación, así como la experiencia educativa que se experimenta durante el programa. Estos hechos confirman la prevalencia del inglés como *lingua*