



Las universidades adaptan carreras al mercado —P29

EL MERCADO EMPUJA A LAS UNIVERSIDADES A CREAR NUEVOS GRADOS

Gestión de Smart Cities o Bioingeniería son dos de las nuevas titulaciones que ofrecen algunos campus

Muchas de estas carreras han funcionado previamente con éxito como másteres

PABLO SEMPERE
MADRID

Este curso que comienza, las universidades españolas ofrecerán 2.781 grados y 3.772 másteres y posgrados oficiales, según los datos del Ministerio de Educación. Cada año, esta cifra varía en función de la demanda de las titulaciones y de las necesidades del mercado laboral al que van a parar los graduados. En esta ocasión, son ocho los grados que se suman a la lista respecto al pasado ciclo, además de cuatro másteres oficiales. "Es una respuesta a las necesidades sociales. No surgen a raíz de la demanda de una compañía o grupo empresarial, sino del mercado en general", cuenta el presidente de la división de asuntos académicos de la CRUE y rector de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), Carlos Andradadas. Por eso, todas las nuevas titulaciones están, de alguna forma, relacionadas con las nuevas tendencias profesionales.

Uno de los ejemplos que mejor ilustran esta transformación lo ofrece la Universidad Autónoma de Barcelona, con un nuevo grado en Gestión de Ciudades Inteligentes y Sostenibles, con una duración de tres años y con el objetivo de formar a los profesionales que dirijan en un futuro el rumbo de las urbes en materia de salud, movilidad, sostenibilidad y gestión de residuos, luz y agua. Otro de ellos lo pone la Universidad Internacional de Cataluña, con una titulación en Bioingeniería con menciones en Prótesis y Órtesis Dental y del Aparato Locomotor.

A estos se le añaden un grado en Bioinformática, que adoptan la Pompeu Fabra, la Politécnica de Cataluña y la Universidad de Barcelona; otros en Diseño y Tecnologías Creativas y en Tecnologías Interactivas, que incorpora la Politécnica de Valencia; el de Artes y Nuevas Tecnologías de la Universitat Obrera de Cataluña; la Pontificia de Comillas suma a su oferta el grado de Telecomunicaciones y Business Analytics, y la Carlos III de Madrid, el de Gestión de la Información y Contenidos Digitales. Estas nuevas titulaciones son, en

opinión de Andradadas, la prueba de que la universidad se mueve y es proclive a abrirse hacia nuevas tendencias, aunque eso sí, "siempre con prudencia".

Esta cautela explica por qué son pocos los centros que se han atrevido a dar el paso, ofertando siempre grupos reducidos de estudiantes, con en torno a las 25 plazas en la mayoría de los casos, y un máximo de 40 en dos de ellos. "La universidad adquiere solo los compromisos que va a ser capaz de cumplir, como mínimo los tres o cuatro años que dura el grado", sostiene Andradadas. Por eso va de menos a más, en función del éxito que tenga. En la mayoría de las veces, prosigue el rector de la UCM, el proceso de creación de un nuevo grado tiene dos patas: empieza como un máster, y poco a poco, en función de la demanda, el interés y la infraestructura del campus, se convierte en carrera. "Es lo que sucedió con nuestro máster en Videojuegos", ilustra. Algo que también podrá pasar con algunos de los nuevos másteres que se incorporan este curso, como el de Industria Conectada o el de Big Data, Tecnología y Analítica de Datos Avanzada, ambos de la Universidad Pontificia Comillas.

En otras situaciones, la creación de un nuevo grado viene motivada por la sinergia entre dos o más titulaciones, con un interés importante por parte de los estudiantes y una funcionalidad laboral testada y comprobada. "Es lo que puede ocurrir en el caso del grado en Ciudades Inteligentes, donde convergen ramas muy diferentes entre sí, como el urbanismo, la ingeniería, la tecnología aplicada o la sociología", explica.

Ya sea por una o por otra razón, los campus quieren asegurarse que una vez lanzada la apuesta la nueva titulación tenga éxito. Es por ello por lo que suele empezarse con grupos limitados de plazas. "De esta forma se pueden poner notas de corte elevadas y así asegurar que los matriculados sean buenos estudiantes", reconoce Andradadas. Su perfil suele ser el de un alumno versátil y poco específico, al que le gusta trabajar sobre diferentes campos. En otros casos, la decisión de lanzar una nueva titulación viene acompañada de recortes de plazas en otras titulaciones parecidas, o al menos de la misma facultad: "Se disminuye un grupo de otro grado y esos asientos pasan a la nueva titu-



Varios estudiantes, en un acceso de uno de los edificios de la Universidad de Granada. GETTY IMAGES

lación, así se evita que la universidad se vea perjudicada por posible sobrecostes".

Además, al contrario de lo que suele pensarse, no todo el protagonismo se lo llevan las carreras técnicas. En esta ocasión, las ramas creativas y artísticas suman dos nuevas carreras. "Es una forma de ir perfilando grados que ya existen, de dirigirlos hacia temáticas muy específicas que van ganando peso poco a poco", concluye Andradadas.