



los universitarios
opinan sobre:

mercado laboral
bolonia

nación

nuevas tecnologías

Presentación

medio ambiente
inmigración

calidad de vida
expectativas y futuro

nuevas profesiones
valores

Carlos Mayor Oreja

Carlos Mayor Oreja es Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid (1984) y funcionario de Carrera -Técnico de Gestión- Grupo A. Abogado en ejercicio, actualmente es socio del bufete de abogados Dutilh.

Su experiencia profesional abarca también la actividad docente y de gestión, pues además de ser profesor de Derecho Civil en el Centro de Estudios Universitarios San Pablo-CEU, fue Jefe Adjunto a la Asesoría Jurídica de la Universidad Complutense de Madrid y posteriormente Jefe de la misma entre 1993 y 1995.

Diputado Autonómico de la Asamblea de Madrid desde la IV Legislatura, desempeñó los cargos de Consejero de Medio Ambiente y Desarrollo Regional de la Comunidad de Madrid durante la IV Legislatura (1995-1999), Consejero de Medio Ambiente y Presidente del Canal de Isabel II, desde julio de 1999 a mayo de 2000, Consejero de Justicia, Función Pública y Administración Local y Presidente del Canal de Isabel II desde mayo de 2000 a septiembre de 2001. También fue Consejero de Educación de la Comunidad de Madrid de 2001 a 2003, y Vicepresidente 1º del Gobierno y Consejero de la Presidencia en funciones hasta el final de la V Legislatura. Posteriormente, en el período entre 2004 y 2007, fue director general de la Fundación Universitaria San Pablo-CEU.

Carlos Mayor Oreja es en la actualidad Presidente del Consejo Social de la Universidad Complutense de Madrid.

Unas conclusiones para la reflexión

El “**Barómetro Universidad – Sociedad**” nació en el año 2010, y en estas tres ediciones se ha consolidado como una actividad cuyos resultados nos aportan una muy interesante información para nuestra labor como **Consejo Social**. Gracias a este estudio, hoy conocemos mejor a nuestros estudiantes, sabemos con mayor detalle qué les preocupa y, como consecuencia de ello, podemos efectuar propuestas que incidan en la mejora de nuestros servicios.

Por otro lado, la posterior repercusión pública del mismo a través de los medios de comunicación, así como de las diversas redes sociales, ha confirmado que es una herramienta de gran utilidad, pues nos permite transmitir a la sociedad cuáles son las inquietudes de los universitarios acerca de cuestiones de suma actualidad y no menor relevancia.

Este libro refleja los resultados de la tercera edición de dicho estudio, la correspondiente al año 2012. Y en este volumen también ponemos a disposición del lector información actualizada sobre la evolución de la opinión de nuestros universitarios en estos últimos años. Como es de suponer, en algunas cuestiones se reafirman tendencias, mientras que en otras se dejan entrever algunas transformaciones. En ambos casos, este trabajo nos confirma una vez más que los estudiantes viven de modo activo la realidad del país, su evolución y sus contradicciones.

El **Barómetro 2012** nos sigue mostrando a unos estudiantes universitarios preocupados por el medio ambiente, por el futuro de su nación y por el desarrollo tecnológico y educativo de ésta. El estudio nos presenta también a una generación, de la que se afirma que es la mejor preparada académicamente en la historia de nuestra nación, que se muestra llena de incertidumbre sobre su futuro laboral. Unos jóvenes con cambios notables de mentalidad respecto de generaciones no muy anteriores, pues se dicen dispuestos a trasladarse a otras comunidades autónomas, e incluso a otros países, si con ello obtienen un trabajo que les satisfaga, o que viven de un modo bastante pragmático y natural el fenómeno de la inmigración.

También sabemos que es una juventud consciente de que alguna forma de diversión, como es el llamado “botellón”, tiene efectos nocivos para la salud y para el entorno social, aunque ellos mismos reconozcan que la practican de forma mayoritaria. No vendría mal al respecto que nos preguntásemos si podemos hacer algo para fomentar otro tipo de encuentro social lúdico.

Como Consejo Social, y en tanto que representantes de la sociedad en la universidad, nos sentimos directamente aludidos por algunos datos que nos ofrece este estudio y que nos interesan especialmente. Así, sabemos que quienes eligen a la Universidad Complutense de Madrid para cursar sus estudios, lo hacen, mayoritariamente, movidos por nuestra oferta de títulos y por los recursos y medios de que disponemos, así como por “la excelencia” de nuestra Institución. Me parece una muy buena noticia.

En el “debe” de su elección, los encuestados destacan nuestras carencias en los apartados “relación con la empresa” y “bolsa de trabajo”. También sabemos que el 30% de los universitarios entrevistados se muestran dispuestos, o interesados, en crear su propia empresa. A la vez, sólo uno de cada cinco de los encuestados afirma que en su carrera le “han enseñado a tener iniciativa empresarial”. Parece imprescindible, pues, que perseveremos en la idea de fomentar un drástico cambio de mentalidad al respecto, y la reforma de los planes de estudio debería ayudarnos en tal sentido.

Se confirma en esta edición del **Barómetro Universidad – Sociedad** que la implantación de las reformas emprendidas en la Universidad van teniendo calado entre los estudiantes, y que éstos comienzan a apreciar los esfuerzos realizados en los últimos años. También se mantiene la valoración, muy baja, que hacen de nuestro sistema educativo, lo cual es muy grave en cuanto que refleja unas carencias a las que no hemos sido capaces de poner remedio. Conociendo esta opinión mayoritaria, no podemos asombrarnos al leer que los universitarios puntúan, al hablar de calidad de vida, con un 5,4 sobre 10 a la “formación, educación y estudios”, mientras que le otorgan un 9,7 al “ocio y tiempo libre”. ¿Cabe alguna reflexión al respecto?

Es significativo, aunque no deja de ser paradójico, que el 94% de los encuestados afirme que utiliza Internet para trabajos de investigación, y que, a la vez, sólo el 14% crea que España está entre los países europeos de mayor nivel en Internet. Por el contrario, no hay paradoja alguna al confirmar que, en este mismo capítulo del estudio, otro 92% afirma que utiliza Internet para bajar películas y música. Sin comentarios.

De cualquier modo, para conocer la explicación y el detalle de las cuestiones que conforman el **Barómetro**, el lector dispone de un pormenorizado análisis en cada uno de los capítulos, efectuado por profesionales de diversos ámbitos, que nos acompañan desde la primera edición. A sus autores muestro, y reitero, el agradecimiento del Consejo Social de la Universidad Complutense de Madrid, y el mío propio, por su generosa colaboración. Sus opiniones son una parte indispensable de este estudio, que también se puede consultar en la página <http://www.ucm.es/info/barometro/>.

Carlos Mayor Oreja
Presidente del Consejo Social
Universidad Complutense de Madrid