

## PRESENTACIÓN

La ley Orgánica 4/2007, de Universidades, ya preveía la constitución de una Fundación del sector público estatal para la proyección exterior de las universidades españolas.

En el mes de octubre del año 2008, el Consejo de Ministros dio luz verde a la puesta en marcha de la Fundación para la Proyección Internacional de las Universidades Españolas, con el objetivo fundamental de crear una imagen de marca del sistema universitario español en el exterior, conceptualizando una fórmula que permitiera mejorar la visibilidad de las universidades españolas en el mundo y gestionar su reputación.

En estrecha relación con las universidades, que son quienes poseen la experiencia en este ámbito, se apoyarían diversas líneas de actuación, como la captación de estudiantes internacionales para realizar programas enteros conducentes a obtener la titulación en cualquiera de los niveles de estudios universitarios, el fomento de la movilidad hacia el exterior de los estudiantes, profesores e investigadores españoles, así como el apoyo y consultoría a las universidades en sus estrategias de desarrollo internacional y en sus actividades vinculadas a la cooperación para el desarrollo.

En palabras del Profesor Justo Villafañe<sup>1</sup>, el comportamiento de una universidad es evaluable en función de sus **valores de reputación**: calidad docente, excelencia investigadora, gestión académica, etc. de tal forma que el reconocimiento de este comportamiento correspondería a profesores, alumnos, comunidad científica, empresas, antiguos alumnos (Alumni), etc.

¿Cuál es la importancia de los Alumni en la reputación de una universidad? Dependerá de cada proyecto universitario concreto: de la visión reputacional de la universidad y de sus metas. Una relación más estructurada entre las universidades y sus Alumni mejorará la reputación universitaria.

Se trataría de una relación circular, lo que con el paso del tiempo da lugar a un proceso de **transferencia reputacional** del que ambos salen beneficiados y fortalecidos: **La reputación de la universidad ofrece mejores oportunidades a sus titulados** ← → **La reputación de los Alumni aumenta el atractivo de su universidad.**

Los Alumni son los que mejor pueden contribuir a reforzar ese proceso de transferencia reputacional mediante una gestión proactiva que ponga en valor las oportunidades reputacionales y enriquezca esta fructífera relación circular.

La reputación de las universidades depende, en parte, del prestigio de sus ex-alumnos. Las Asociaciones de Antiguos Alumnos pueden contribuir a potenciar dicha reputación con un programa que facilite el **intercambio sociedad, empresa y universidad**, con tres objetivos clave: Contribuir a mejorar la reputación universitaria, Potenciar la relación Antigo Alumno – Universidad, y Utilizar la red de Alumni para difundir la reputación.

Un programa de acción eficaz conocerá el verdadero papel de los Antiguos Alumnos y las Asociaciones que los agrupan, determinará las claves de mejora de la reputación de la universidad, y se encargará de difundirla en el seno de la sociedad.

---

<sup>1</sup> XIII Encuentro de Asociaciones de Antiguos Alumnos y Amigos de las Universidades Españolas (Castellón, 4 y 5 de junio de 2009)