



Centro de Gobierno y Reputación de Universidades



Universidad
de Navarra



1. Presentación

Las universidades se encuentran en un proceso de innovación acelerada. Operan en un escenario global, afectadas por cambios demográficos, con un debate permanente sobre su financiación pública, y envueltas en una transformación digital que cuestiona la validez de un sistema que ha dado innumerables frutos durante siglos.

La irrupción de estos factores, entre otros, influye directamente en la gobernabilidad de las universidades. Dirigir instituciones de educación superior se ha convertido en una tarea compleja y exigente que requiere de una formación específica y continuada.

En un entorno cada vez más competitivo, las universidades necesitan diseñar estrategias para convertirse en centros altamente diferenciados y relevantes, que sigan realizando una valiosa aportación a la sociedad.

Deben ser reconocidas y estimadas para atraer a los mejores estudiantes, profesores e investigadores; y han de lograr el apoyo de las instituciones financiadoras, políticas y sociales. Estos hechos hacen de la reputación un activo intangible imprescindible para el gobierno universitario.

La Universidad de Navarra ha creado el Centro de Gobierno y Reputación de Universidades, para impulsar la formación y la investigación del buen gobierno y gestión de los intangibles de las universidades, desde una perspectiva interdisciplinar e internacional.

El Centro da continuidad a una serie de actividades promovidas por la Universidad en los últimos años. Es misión del Centro sumar esfuerzos con otras instituciones para que siga creciendo el impacto educativo y social del sistema universitario.

El Centro de Gobierno y Reputación de Universidades de la Universidad de Navarra se dedica a la formación e investigación en el buen gobierno y la gestión de las universidades, con una perspectiva internacional, interdisciplinar y abierta a las mejores prácticas de los sistemas universitarios más desarrollados.

El Centro nace con tres convicciones de fondo: la importancia de la Universidad como motor de transformación científica, cultural y social; la necesidad de innovar en el ámbito académico para afrontar nuevos desafíos; y la conveniencia de fortalecer la colaboración entre empresas y universidades.

2. El Centro y la Universidad de Navarra



La Universidad de Navarra es una universidad de inspiración cristiana, promovida en 1952 por San Josemaría Escrivá de Balaguer, fundador del Opus Dei. Tiene como misión buscar y transmitir la verdad; contribuir a la formación académica, cultural y personal de sus estudiantes; promover la investigación científica y la actividad asistencial; ofrecer adecuadas posibilidades de desarrollo a sus profesores y empleados; y realizar una amplia labor de extensión cultural y promoción social, con una clara finalidad de servicio.

Según el Times Higher Education, la Universidad de Navarra es una de las tres mejores universidades de Europa junto con Oxford y Cambridge. Ocupa también posiciones muy destacadas en los rankings internacionales de empleabilidad.

El IESE Business School es la escuela en dirección de empresas de la Universidad. Fundada en 1958, lanzó en Barcelona el pri-

mer programa MBA de dos años en Europa. Dispone de campus también en Madrid, Munich, Nueva York y Sao Paulo.

La Universidad creó en 1962 la Clínica Universidad de Navarra, un hospital académico con sedes en Pamplona y Madrid. Está especializada en investigación y asistencia en enfermedades de alta complejidad. Ha sido distinguida en numerosas ocasiones como el hospital privado con mejor reputación de España.

En 2015 se inauguró el Museo Universidad de Navarra en el que se pretende fomentar el arte, la investigación y la docencia de las expresiones artísticas, así como potenciar la divulgación artística y cultural de la Universidad y su entorno.

Como otras *research universities*, cuenta también con varios centros de investigación en medicina aplicada, tecnología, big data, biodiversidad, ciencias sociales y humanidades.

3. Actividades



Desde 2015, la Universidad de Navarra ha desarrollado numerosas actividades formativas y ha impulsado proyectos de investigación con el fin de generar una reflexión académica y profesional en torno al gobierno y reputación de las instituciones de educación superior.

I. Congresos y Sesiones de Formación

II. Investigación

III. Consultoría y Asesoramiento

Desde 2015
16 actividades



1.500
PARTICIPANTES



+150
PONENTES



+30
PAÍSES



+20
INSTITUCIONES
COLABORADORAS

I. CONGRESOS Y SESIONES DE FORMACIÓN

Dirección Estratégica de Universidades



Programa de formación dirigido a rectores, vicerrectores y miembros de equipos de rectorado, con el objetivo de mejorar el conocimiento del gobierno de instituciones de educación superior.

Con una orientación académica y práctica, y con un enfoque interdisciplinar, especialistas de distintos países comparten conocimientos y experiencias útiles para afrontar los retos actuales y los desafíos futuros de las universidades.

CURSO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE UNIVERSIDADES

OBJETIVO

Formación en gobierno y dirección estratégica

DESTINATARIOS

Equipos de gobierno de universidades

PERIODICIDAD

Anual

Reputación de Universidades

La Universidad de Navarra inició en abril de 2015 los congresos internacionales Building Universities' Reputation (BUR) donde académicos y profesionales reflexionan sobre las estrategias de reputación universitaria.

El Building Universities' Reputation es un foro internacional sobre reputación de universidades, que la Universidad de Navarra organiza cada dos años con la colaboración de la Conferencia de Rectores de Universidades Españolas, Universia, el British Council, el Observatorio Internacional de Rankings (IREG) y asociaciones de universidades como CASE y "World 100 Reputation Network".

Entre abril de 2015 y octubre de 2019 se han celebrado cinco congresos de esta naturaleza. Los tres primeros se celebraron en la Universidad de Navarra. En 2019 tuvieron lugar dos nuevas ediciones en Rusia y Perú con la coorganización de la Higher School of Economics de San Petersburgo y la Universidad de Piura, respectivamente.

CONGRESOS SOBRE REPUTACIÓN DE UNIVERSIDADES

OBJETIVO

Debate interdisciplinar sobre la contribución de la reputación al gobierno de las universidades

DESTINATARIOS

Académicos y profesionales

PERIODICIDAD

Bienal

Reputación de Museos



Con la experiencia del BUR, en septiembre de 2019, se celebró el primer congreso internacional de museos, denominado Building Museum Reputation Conference, que se celebró en el Museo Universidad de Navarra y contó con la participación de algunos de los museos más importantes del mundo.

CONGRESOS SOBRE REPUTACIÓN DE MUSEOS

OBJETIVO

Debate interdisciplinar sobre la contribución de la reputación al gobierno de los museos

DESTINATARIOS

Académicos y profesionales

PERIODICIDAD

Bienal

Jornadas Educom



Con el objetivo de extender el cultivo de la reputación al mayor número de instituciones, la Universidad de Navarra comenzó en 2016 Educom, unas jornadas de Comunicación y Reputación de entidades educativas. También se han celebrado jornadas Educom en Perú durante los años 2017 y 2018.

JORNADAS EDUCOM

OBJETIVO

Mejorar la comunicación de las entidades educativas

DESTINATARIOS

Profesionales de centros educativos

PERIODICIDAD

Bienal

Programa Académico para Directivos de Comunicación de Iberoamérica (PRADI)

En octubre de 2018 se puso en marcha el primer Programa Académico para Directivos de Comunicación de Iberoamérica (PRADI) organizado por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, Corporate Excellence - Centre for Reputation Leadership y Fundacom.

El programa incluye cursos enfocados de formación a directivos de comunicación en cuestiones de reputación y gestión de intangibles. En 2018 y 2019, se han celebrado jornadas PRADI en Argentina, México y Uruguay.





II. INVESTIGACIÓN

El Centro de Gobierno y Reputación de Universidades impulsa la investigación en gobierno, reputación y gestión de intangibles de las instituciones de educación superior. Los profesores del Centro dirigen tesis doctorales y proyectos de investigación que contribuyan a generar conocimiento sobre estas materias.

Entre otras líneas de trabajo, caben resaltar las siguientes:

- Identidad y cultura de las organizaciones.

- Estrategia y modelos de gobierno de universidades.
- Liderazgo, innovación y gestión del cambio.
- Dirección de personas y gestión del talento.
- Fundamentos de la reputación.
- Comunicación y gestión de crisis.
- Diferenciación, rankings y posicionamiento internacional.
- Financiación y administración de recursos.
- Indicadores de rendimiento y análisis de big data.

III. CONSULTORÍA Y ASESORAMIENTO

El Centro de Gobierno y Reputación de Universidades de la Universidad de Navarra ofrece servicios de asesoramiento para aquellas instituciones que estén interesadas en algunas de estas áreas.

Para estos ámbitos de actividad, se cuenta con la colaboración de expertos, tanto académicos como profesionales, que trabajan conjuntamente con la institución para diseñar estrategias de mejora.

En el marco de sus actividades, también promueve eventos de *networking* que favorezcan el aprendizaje y la mutua relación entre profesionales del ámbito universitario.

Los trabajos de asesoramiento se realizan bajo demanda desde 2011, con instituciones de educación superior, tanto públicas como privadas, así como entidades educativas e instituciones sanitarias.

4. Dirección y claustro

CLAUSTRO

El claustro del Centro de Gobierno y Reputación de Universidades lo forman académicos con amplia experiencia en gobierno de instituciones de educación superior y profesionales del mundo de la gestión universitaria.



YAGO DE LA CIERVA

Profesor del IESE Business School. Universidad de Navarra



MAGDALENA GAETE

Delegada de la Universidad de Navarra en Rusia



ELENA GUTIÉRREZ

Profesora de la Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra



ÁNGEL J. GÓMEZ-MONTORO

Rector. Universidad de Navarra (2005-2012). Actual director del Campus de Madrid de la Universidad



MARÍA IRABURU

Vicerrectora de Profesorado. Universidad de Navarra



MÓNICA HERRERO

Profesora y antigua decana de la Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra



PILAR LOSTAO

Vicerrectora de Relaciones Internacionales y Alumni. Universidad de Navarra



JUAN M. MORA

Vicerrector de Comunicación. Universidad de Navarra



CONCEPCIÓN NAVAL

Decana de la Facultad de Educación y Pedagogía. Universidad de Navarra



JULIA PRATS

Profesora del IESE Business School. Universidad de Navarra



JORDI RODRÍGUEZ-VIRGILI

Profesor de la Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra



ALFONSO SÁNCHEZ-TABERNERO

Rector de la Universidad de Navarra



CHARO SÁDABA

Decana de la Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra



TERESA SÁDABA

Directora del ISEM Business School y profesora de la Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra

COMITÉ DE DIRECCIÓN

Director

JUAN MANUEL MORA

Vicerrector de Comunicación de la Universidad de Navarra

Gerente

SANTIAGO FERNÁNDEZ-GUBIEDA

Director de la Unidad de Reputación de la Universidad de Navarra y adjunto al vicerrector de Comunicación

SECRETARÍA TÉCNICA

MARÍA BARCÁIZTEGUI

Secretaría de Rectorado de la Universidad de Navarra

5. Instituciones colaboradoras

Han colaborado en las actividades del Centro las siguientes instituciones nacionales e internacionales:



WORLD 100
REPUTATION
NETWORK



CONFERENCIA
DE RECTORES
ESPAÑOLES DE
UNIVERSIDADES -
CRUE



CORPORATE
EXCELLENCE -
CENTRE FOR
REPUTATION
LEADERSHIP



FUNDACIÓN PARA
EL IMPULSO DE LA
COMUNICACIÓN EN
ESPAÑOL Y PORTU-
GUÉS EN EL MUNDO



CONSEJO PARA
EL DESARROLLO
Y APOYO A LA
EDUCACIÓN (CASE)



BRITISH
COUNCIL



DIRCOM



UNIVERSIA



OBSERVATORIO
IREG



FUNDACIÓN
SOCIEDAD Y
EDUCACIÓN

6. Ponentes y conferenciantes

Han participado en las últimas actividades del Centro los siguientes académicos y profesionales:

ÁNGEL ALLOZA

CEO de Corporate Excellence - Centre for Reputation Leadership

RIRI FITRI SARI

Presidenta de UI GreenMetric

PETTER NYLANDER

Global CEO en Universum (Holanda)

JOSÉ MARÍA SANZ

Vicepresidente adjunto de la Conferencia de Rectores de Universidades Españolas (España)

PAUL ANDREW

Vicepresidente de Comunicación y Relaciones Públicas de Harvard University (Estados Unidos)

JOSÉ ANTONIO GUZMÁN

Rector de la Universidad de los Andes (Chile)

SANDRA OREJUELA

Decana de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura (Perú)

LOUISE SIMPSON

Directora de The World 100 Reputation Network (Reino Unido)

PHIL BATY

Chief Knowledge Officer de Times Higher Education (Reino Unido)

PABLO HALPERN

Director del Centro de Reputación Corporativa de ESE Business School - Universidad de los Andes (Chile)

MIKHAIL PIOTROVSKY

Director general del Museo del Hermitage (Rusia)

BEN SOWTER

Director del QS Quacquarelli Symonds (Reino Unido)

SIR PAUL CURRAN

Presidente de City University of London

SERGEY KADOCHNIKOV

Director del Campus Saint Petersburg de la Higher School of Economics (Rusia)

ROLANDO RONCANCIO

Vicerrector de Asuntos Académicos de la Universidad de la Sabana (Colombia)

MARK SUDBURY

Consultor de Comunicación de World 100 Reputation Network y The Knowledge Partnership (Reino Unido)



**ALBERTO
DURÁN**

Presidente de
la Fundación
ONCE (España)

**GILLES
LIPOVETSKY**

Filósofo y
escritor (Francia)

**AXEL
RÜGER**

Director de la
Royal Academy of
Arts (Reino Unido)

**MARIJK
VAN DER WENDE**

Decana la Facultad de
Estudios de Grado y pro-
fesora de Educación Su-
perior de la Universidad
de Utrecht (Holanda)

**TAN
ENG CHYE**

Rector de la
Universidad
Nacional de
Singapur

**RICARDO
MARTÍ FLUXÁ**

Presidente del Patrona-
to del Museo Nacional
Centro de Arte Reina
Sofía (España)

**JAIME
SAAVEDRA**

Director superior de
las Prácticas Mundia-
les de Educación del
Banco Mundial

**BERT
VAN DER ZWAAN**

Presidente de la
Liga de Universidades
de Investigación
Europeas (Holanda)

**CHRISTINE
FAIRCHILD**

Directora Alumni,
Oxford University
(Reino Unido)

**JOSÉ JUAN
MORESO**

Ex-Rector de la
Universidad
Pompeu Fabra de
Barcelona (España)

**JAN
SADLAK**

Ex-Presidente del
Observatory on
Academic Ranking and
Excellence (Polonia)

**CEES
VAN RIEL**

Profesor de
Comunicación
corporativa en la
Universidad de
Rotterdam (Holanda)

**MIGUEL
FALOMIR**

Director del Museo
Nacional del Prado
(España)

**MARCO
MUÑOZ**

Director senior
en la Oficina de
Asociaciones
Filantrópicas del
MIT (Estados Unidos)

**GABRIELA
SALINAS**

Ex Global Brand
Manager en
Deloitte (España)

**RUPERT
YOUNGER**

Director del Oxford
University Centre for
Corporate Reputation
(Reino Unido)

CONTACTO

UNIVERSIDAD DE NAVARRA

Campus Universitario, s/n
Pamplona - Navarra
España

SECRETARÍA TÉCNICA

cdeu@unav.es
www.unav.edu/cgru
948 425 600





Universidad
de Navarra