

**EL IMPACTO DE LA FORMACIÓN  
DE ESCUELAS DE POSTGRADO EN  
LA CREACIÓN DE EMPLEO**



2005

## **ÍNDICE**

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1. Objetivo del Estudio</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2. Metodología</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3. Los Servicios</b> .....	<b>4</b>
<b>1.4. El Servicio Educación</b> .....	<b>6</b>
<b>1.4.1. La Educación y el Marketing de Servicios</b> .....	<b>7</b>
<b>1.4.2. El Servicio de Educar</b> .....	<b>8</b>
<b>1.4.3. La intangibilidad de la educación</b> .....	<b>9</b>
<b>1.4.4. La utilización del Marketing de Servicios en las Instituciones</b> <b>Educativas</b> .....	<b>10</b>
<b>2. LA CREACIÓN DE EMPLEO</b> .....	<b>14</b>
<b>2.1. Concepto Empleabilidad y creación de empleo</b> .....	<b>14</b>
<b>2.1.1. Evolución del concepto</b> .....	<b>17</b>
<b>2.1.2. La Empleabilidad de la formación profesional</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1.3. La empleabilidad del titulado universitario</b> .....	<b>23</b>
<b>2.1.4. La empleabilidad del postgrado</b> .....	<b>24</b>
<b>2.1.5. Los idiomas y la empleabilidad</b> .....	<b>25</b>
<b>2.2. Aspectos Sociodemográficos</b> .....	<b>26</b>
<b>2.3. Oferta y Demanda</b> .....	<b>30</b>
<b>2.4. El entorno europeo</b> .....	<b>36</b>
<b>2.4.1. La estrategia europea para el empleo</b> .....	<b>36</b>
<b>2.4.2. La estrategia de Lisboa</b> .....	<b>37</b>
<b>2.4.3. El Plan Nacional de Acción para el Empleo</b> .....	<b>39</b>
<b>2.4.4. Evaluación comunitaria del PNAE del Estado Español</b> .....	<b>42</b>
<b>2.4.5. El futuro de la estrategia europea para el empleo</b> .....	<b>44</b>
<b>2.4.6. Responsabilidad Social de las empresas</b> .....	<b>46</b>
<b>2.4.7. La Agenda Social Europea</b> .....	<b>53</b>
<b>2.5. Entorno laboral del titulado universitario y el postgrado</b> .....	<b>65</b>
<b>3. LA FORMACIÓN DE POSTGRADO EN ESPAÑA</b> .....	<b>70</b>

3.1. Panorama de la formación de postgrado .....	70
3.2. Marco Legal de los estudios de Postgrado .....	88
<b>4. MOTIVACIONES EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE LA FORMACIÓN DE POSTGRADO.....</b>	<b>90</b>
4.1. Introducción .....	90
4.2. Factores que intervienen en la decisión de compra .....	91
4.2.1. Factores personales.....	91
4.2.2. Programas a cursar. Oferta de programas / servicios .....	92
4.2.3. Percepción de las Instituciones.....	93
4.2.4. La Imagen País y la Imagen Ciudad.....	93
4.3. Resultados obtenidos en la Investigación de Potenciales Master .....	94
4.4. Resultados obtenidos en la Investigación de Titulados Master .....	100
<b>5. CONCLUSIONES .....</b>	<b>108</b>
<b>6. BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>120</b>
Referencia de páginas web: .....	122
<b>ANEXO 0. FICHA TÉCNICA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>123</b>
<b>ANEXO 1. CUESTIONARIO POTENCIALES.....</b>	<b>124</b>
<b>ANEXO 2. CUESTIONARIO TITULADOS MÁSTER.....</b>	<b>130</b>
<b>ANEXO 3. INFORME CUESTIONARIO POTENCIALES MASTER .....</b>	<b>136</b>
<b>ANEXO 4. INFORME CUESTIONARIO TITULADOS MASTER .....</b>	<b>147</b>

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Objetivo del Estudio**

Las motivaciones por las que un titulado universitario decide cursar un programa de postgrado en una escuela de Negocios Española son múltiples y complejas. Desde motivos personales hasta la selección del programa en concreto a cursar pasando por el prestigio de la institución o la percepción de la ciudad y la marca país.

El estudio pretende analizar el impacto en la creación de empleo en España en función de la formación de postgrado seleccionada: española o extranjera. En la misma línea es interesante analizar el impacto de la percepción de la marca país, es decir, de la marca España en este proceso de decisión.

Este estudio pretende también profundizar en el concepto empleabilidad y en concreto en la empleabilidad de los titulados universitarios y los titulados Master. Pretendemos sintetizar la información recogida en los últimos informes y completarlo con un estudio sobre las motivaciones de los titulados superiores para cursar programas de postgrado y con un análisis de las motivaciones que llevaron a los titulados Master a cursar sus programas de postgrado.

Otros objetivos del estudio son:

- Aproximación al concepto de la educación como servicio.
- Desarrollo del concepto creación de empleo y empleabilidad. Más en concreto la empleabilidad de titulados universitarios y titulados Master.
- Análisis del mercado laboral en España y en relación con la Unión Europea.
- Análisis del entorno laboral del titulado universitario y el postgrado.
- Revisión de la la formación de postgrado en España y sus perspectivas de futuro.
- Realización de una investigación a dos colectivos diferentes (titulados superiores, potenciales alumnos de postgrado y a titulados postgrado) a través de encuesta con cuestionario estructurado.

## **1.2. Metodología**

Para desarrollar este estudio se partirá del concepto creación de empleo y empleabilidad.

Se analizará situación actual y perspectivas de futuro del titulado superior en el mercado laboral español.

A continuación se analizará la oferta de postgrado en España. Se harán consideraciones sobre el marco legal de la formación de postgrado en la Unión Europea así como de las perspectivas de futuro.

Se desarrollará una investigación a dos colectivos diferentes con su correspondiente encuesta para intentar conocer las motivaciones en la decisión de compra en la formación de postgrado incluyendo aspectos personales, preferencias, notoriedad de la institución, de la oferta de programas e instituciones existentes así como de la percepción de la ciudad y de la Marca España. En el caso de titulados postgrado se valora también la aportación que ha proporcionado la formación de postgrado a la empleabilidad del profesional. El universo serán los titulados superiores que han terminado o están en el último año de la carrera y vayan a hacer un Máster en una escuela de negocios en la primera investigación y en la segunda el universo serán personas que han realizado un Máster en una Escuela de Negocios. La muestra será de 75 entrevistas a través de cuestionario estructurado en cada línea de investigación.

Por último se completará el estudio con un apartado de conclusiones obtenidas.

## **1.3. Los Servicios**

Consideremos las características de los Servicios según la descripción de Philip Kotler en 1991:

a) Intangibilidad

Los servicios intangibles no pueden ser experimentados, sentidos, probados, oídos u olfateados, antes de ser comprados. Los consumidores buscan evidencias de la calidad del servicio y el proveedor del servicio tiene como tarea administrar la evidencia de forma que se vuelva lo más tangible posible. Los instrumentos más importantes para recurrir a una mayor tangibilidad son: el Local (soporte físico), las Personas (personal de contacto), los Equipamientos, el Material de Comunicación (folletos, fotografías), los Símbolos (la marca) y el Precio.

b) Inseparabilidad

Los servicios son producidos y consumidos al mismo tiempo. Esto mismo no ocurre en relación con los productos físicos que son producidos, almacenados, después vendidos y más tarde consumidos. Quien presta el servicio también es parte del servicio y si el cliente también está presente durante la ejecución del servicio, la interacción proveedor-cliente es un aspecto especial en marketing de servicios. De otro modo, éste es precisamente el caso del marketing de los servicios de educación. Tanto el cliente como quien presta el servicio afectan al resultado final.

c) Heterogeneidad

Los servicios son altamente variables, dado que dependen de quién los ejecuta, cómo los ejecuta y de cuándo y dónde son ejecutados. Un curso de marketing impartido por un Gurú en la materia es considerado de calidad superior que otro dado por un becario. Sus clases, además de estar bien preparadas, transmiten su experiencia y su capacidad de oratoria. Los consumidores y usuarios de estos servicios conocen esta variabilidad y frecuentemente hablan entre ellos antes de escoger el no a un proveedor de servicios determinado.

d) Caducidad

Los servicios no pueden ser embalados y guardados en stock. Razón por la cual en algunos países los médicos cobran a sus pacientes cuando éstos dejan de ir a la consulta fijada por el cliente. La caducidad del servicio no constituye problema

cuando la demanda es estable, dado que es fácil organizar el trabajo con anterioridad. Sin embargo, cuando la demanda es inconstante, las empresas de servicios se enfrentan a problemas difíciles. Las instituciones de enseñanza no pueden dejar de recibir su "plus" por los alumnos que faltan a las clases. Los compromisos con el plan de un curso académico fueron asumidos al inicio, y las faltas del alumno en nada alteran ese plan, a no ser en ausencia de aprendizaje de éste que pueda tener otro tipo de consecuencias para la institución.

#### **1.4. El Servicio Educación**

Como consumidores, diariamente utilizamos servicios. Encender una lámpara, asistir a un espectáculo, hablar por teléfono, viajar en coche, consultar a un abogado, ir a la peluquería, extender un cheque, son ejemplos de consumo de servicios en un plano individual. La educación es también un servicio, buscado por múltiples consumidores, que requiere una gestión bastante cuidada y rigurosa.

A la luz de las características universales de los servicios, tampoco la educación puede ser saboreada, sentida ó tocada. La inseparabilidad de la producción y el consumo se vuelve evidente en el escenario de la sala del aula. Adicionalmente, los colegios y universidades son cada vez más partidarios a encontrarse en un ambiente que lleve a comprender el papel y la importancia de la calidad del servicio: este ambiente es terriblemente competitivo (Shank, Walker & Hayes, 1995). Existe una heterogeneidad evidente entre grupos de clase impartidas por profesores diferentes así como otros grupos de clase diferentes, aunque sea la misma materia, impartida por el mismo profesor. Paralelamente, no se pueden almacenar aulas para consumo posterior.

Se quisiéramos analizar la educación como un servicio, debemos procurar enfocar el modo en cómo ésta sirve a las necesidades y deseos de la sociedad. Perelman (1984) refiere que así como la base de la sociedad cambió de servicio agrícola al industrial, fue tarea y responsabilidad del sector de la educación el de entrenar y preparar a fuerza de trabajo. El papel de la enseñanza en la economía exige un sistema de aprendizaje

adulto que esté repleto de iniciativa, competitividad y que utilice las tecnologías de información más modernas, eficientes y poderosas.

En este ambiente altamente competitivo, la educación post-secundaria está a la búsqueda del modelo que Rudder (1994) dice ser necesario para medir la calidad. Este modelo podrá ser encontrado, en el campo del marketing de servicios, en la base teórica conocida como instrumento Servqual. La investigación continua de Zeithaml y otros (1990) resultó en el perfeccionamiento de este instrumento que ha sido usado con buenos resultados en las industrias de servicios, desde el sector bancario hasta en la reparación y mantenimiento de productos. Aunque este instrumento fuera desarrollado para uso del sector privado, su adaptación puede ser una contribución para el problema de la medida de la calidad en la educación, específicamente en la enseñanza superior.

#### ***1.4.1. La Educación y el Marketing de Servicios***

Los clientes no siempre están satisfechos con la calidad y valor de los servicios que reciben. Esta situación, unida a una creciente competencia, provoca un frecuente conjunto de preocupaciones en los proveedores de servicios. El sector de los servicios de educación no está al margen de la competencia por los clientes, aumento de costes y críticas a la organización como un todo. Son necesarios métodos para diferenciar una institución, mejorar la calidad de los servicios prestados a los alumnos y aumentar la fidelidad. Hampton (1993) llamó la atención sobre el hecho que muchas escuelas y universidades estuvieran enfrentadas a desafíos dispares en las últimas décadas.

En relación con el consumidor – productor es el tema de la definición de Kotler y Fox (1985) de la orientación de marketing social y la base de sus recomendaciones en las universidades, una vez que estas instituciones aprenden a sobrevivir en la reciente atmósfera competitiva de la educación superior. Creemos que, a no ser que las instituciones se esfuercen en el sentido de responder a las necesidades de sus públicos, no serán capaces de responder eficazmente a la cuestión fundamental de la búsqueda de fondos. El esfuerzo de retención de alumnos a través del desarrollo de ventajas competitivas sólo será posible si las instituciones fueran capaces de demostrar una

buena preparación de los alumnos y una correcta preparación para llegar a ser elementos válidos de una sociedad.

La educación del nuevo siglo busca incesantemente nuevas respuestas para los desafíos que se le presentan. El cambio vertiginoso de la sociedad de nuestros días, hace que los servicios de educación busquen el sector privado de los servicios y asimismo busquen maneras para que lleguen a ser más competitivas. Las instituciones de enseñanza establecidas frecuentemente encuentran dificultades para mantener la lealtad de sus clientes frente a numerosos factores concurrentes como las características innovadoras de nuevos cursos, mejores instalaciones, introducción de sistemas de disponibilización más convenientes o alteraciones tecnológicas.

Independientemente de la aversión que muchos investigadores tienen al uso de teorías y terminología característica del sector de negocios (Chaffee & Sherr, 1992; Doherty, 1994; Kotler, 1982) lo cierto es que se defiende y se fomenta una mirada más atenta a los usos académicos de las herramientas y metodologías de marketing de las empresas.

#### ***1.4.2. El Servicio de Educar***

Un análisis de varias definiciones de educación nos conducen a algunas conclusiones. La educación es acción. Ésta consiste en un proceso de cambio, de transformación del individuo. Se espera que el individuo, al final de una unidad de aprendizaje, sea diferente del que era inicialmente, que haya adquirido una más alta cualificación. Esta adquisición no es, por tanto, un producto del azar y no es tampoco un fenómeno natural de crecimiento o madurez, sino de la acción, del propio aprendizaje. El objeto de la educación expresa así una intención y describe un cambio en el educando que consiste, por un lado, en la adquisición de una nueva capacidad, y por otro, en el perfeccionamiento o no desarrollo de una capacidad ya existente, parcialmente dominada o en la perspectiva de llegar a serlo.

Dice D. Juan Antonio Vázquez, Presidente de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas, que cree que pocas cosas hay tan importantes como la educación. Si miramos hacia el pasado, descubrimos la importante contribución que ha

tenido para el desarrollo y el progreso social la educación superior. Si miramos hacia el futuro constatamos que esa educación superior está llena de retos pero también está cargada de atractivas y estimulantes esperanzas.

Este servicio se produce sobre el educando y no sobre las materias o el educador, existe por tanto algo que una parte puede ofrecer a la otra, a través de un acto. Los elementos, tales como: las instalaciones, el transporte, los espacios de convivencia, la biblioteca, los materiales utilizados, las publicaciones, los docentes, los funcionarios de los establecimientos y otros, son determinantes para el ejercicio de un buen servicio, donde la intangibilidad es reinante.

Analizar la calidad en términos de recursos significa que los recursos humanos, financieros, físicos y técnicos son también evaluados. El criterio de resultado implica que la calidad depende del éxito de los docentes, de los alumnos después de la formación y la satisfacción de los empresarios con los licenciados de esa institución (Conrad & Wilson, 1995). Astin defiende que el concepto de valor acrecentado está basado en que la formación ha aumentado los conocimientos y desarrollo personal del educando (Astin, 1993). En el contexto del servicio de educar, las instituciones de enseñanza superior no deben renunciar a la tarea de la instrucción, pero sí procurar formas mejores de servir a la sociedad. Para eso, debe ir más allá de sus puertas y conocer las necesidades y expectativas de sus clientes.

#### ***1.4.3. La intangibilidad de la educación***

Si, por un lado, se sostiene la educación como un servicio, éste ya de por sí intangible, como dice Gummesson (1987) “los servicios son algo que se puede comprar y vender pero que no se puede dejar caer en tu pie”, por otro, la intangibilidad es la realidad más difícil de trabajar. Los educandos no se pueden ver así mismos con las capacidades que irán adquiriendo, no pueden experimentar, trabajar con un curso, antes de frecuentarlo. Tienen que creer, en primer lugar, que la institución que les va a enseñar es capaz de darles una nueva capacidad, y en segundo, que estarán aptos para desarrollar dentro de sí el proceso de aprendizaje que les traerá una mayor valía educacional.

Para disminuir la inseguridad, los educandos tienden a buscar signos de calidad y eficacia en el servicio de educar. Esta calidad y eficacia puede ser contrastada a través del espacio físico, de las personas, de los equipamientos, del precio, de la simbología, así como de las opiniones vertidas por las personas que nos rodean. De hecho, aún antes de frecuentarse una institución, las informaciones de un amigo serán de una influencia extraordinaria para un potencial candidato. Esta influencia podrá ser tanto positiva como negativa, dependiendo de la experiencia relatada, razón por la cual las instituciones deben procurar administrar eficazmente la relación que tienen con sus clientes.

No se puede almacenar la educación para suministrar más tarde, ganando costes de productividad, o efectuar un control de calidad antes de estar ésta disponible para el consumidor. El proceso de educar presupone un conjunto de actividades en las cuales está implícita una interacción entre el productor y el consumidor. Su producción y el consumo son por tanto inseparables.

Los factores de credibilidad son por ello difíciles de tangibilizar, recurriendo el marketing en la educación a pruebas físicas tales como: Fichas de estudiante, documentación promocional diversa, donde se pueden encontrar DVDs o cds, las publicaciones que traducen de una forma tangible el conocimiento generado dentro de una escuela y el propio vestuario o indumentaria, identificadora de la institución. La mayor tarea de quien presta el servicio es administrar las evidencias y los signos para transformar en tangible lo que es aparentemente intangible.

#### ***1.4.4. La utilización del Marketing de Servicios en las Instituciones Educativas***

A medida que la base de la pirámide de población va disminuyendo, en los países occidentales, el flujo de alumnos en las instituciones de enseñanza es gradualmente más escaso. Las universidades e instituciones de enseñanza superior serán las primeras en sentir dificultades para conseguir adeptos. Se verán forzadas a volverse más activas en la consecución de alumnos. Hasta ahora, sólo después de que un estudiante busca una Facultad y rellena los impresos es cuando se inicia el proceso de matrícula. Este proceso de matrícula dejó de ser la primera etapa en el proceso. Las instituciones tienen

que buscar a los candidatos, identificándolos, y constituir unas mínimas bases de datos para después poder establecer el diálogo con cada uno individualmente.

No es sólo la disminución del número de alumnos en edad de aprendizaje lo que justifica la intervención del marketing. El nivel de la calidad pedagógica de los alumnos es, afortunadamente, más importante, por eso, la atracción de los candidatos para ésta o aquella institución en detrimento de otra es fundamental, siendo éste de hecho un trabajo del marketing. Un buen proceso de admisión, se refleja en el nivel de los alumnos, en el proceso de aprendizaje y, obviamente, en los profesionales que una institución forma. Sólo con una acción estratégica y dinámica de marketing se consigue la atracción de un nivel de candidatos elevado, que resulte en matrículas al precio ideal, y una atracción de contribuciones, donativos y otros recursos que soporten una institución para continuar su actividad en el proceso de educación y en el espacio que ocupa, el cual nos tomamos la libertad de llamar “mercado de la educación”.

La utilización del marketing en las instituciones educativas se encuentra en varios estadios de operacionalización. Algunas universidades poseen ya departamentos de marketing, en cuanto otras empiezan a aplicar activamente ideas de marketing. Hay otras instituciones aún que faltan por concienciarse de lo que el marketing ofrece.

Varias manifestaciones de interés divergen también según los países donde las instituciones operan. En relación con los Estados Unidos, un gran número de universidades aborda su mercado para conseguir adeptos o financiación con métodos y técnicas de marketing, en Europa del Este, y en los países del Sur de Europa, tal utilización puede constituir una ofensa a su cuerpo académico. Nada hay más ilustrativo para tomar conciencia de la necesidad del marketing como los cambios en los mercados. Esto fue lo que ocurrió precisamente en Estados Unidos (Kotler y Fox, 1985, pág. 18). Cuando los candidatos empezaron a escasear, o los fondos y otros recursos comenzaban a ser difíciles de obtener, todas las instituciones comenzaron a preocuparse (Kotler y Fox 1985). Paralelamente ocurre siempre otro fenómeno como es la aparición de la competencia. Ésta ya existía, sólo que como el mercado era muy

grande, no se hacía tan evidente. Todo esto comenzó a acontecer en las instituciones educativas en los años 80, y desde entonces la tendencia es de gran crecimiento.

En Estados Unidos, las facultades, principalmente las privadas, con cursos de cuatro años, se han enfrentado a dificultades por tendencias demográficas y económicas. El descenso del número de alumnos que concluyeron el primer grado continúa una caída continua desde los años 80. Una caída en la misma proporción de alumnos que concluyen el segundo grado y pretenden entrar en la facultad puede reducir aún más el número de candidatos. Los costes operacionales son ascendentes y estudiantes potenciales son crecientemente resistentes a las altas anualidades de las instituciones particulares.

Para responder a este desafío, los autores de "Strategic Marketing for educational institutions", Karen Fox y Philip Kotler, dicen que hay tres grupos de administradores universitarios. El primer grupo, hacía poco o nada. Creían que no se enfrentaban a problemas de matrículas y, si tal cosa llegara a ocurrir, se trataría de algo temporal o reversible. Muchos concluyen que los métodos de marketing "no serían eficientes" y algunos dirían que incluso bajaría el nivel y la calidad de la educación universitaria.

Un segundo grupo de administradores ha respondido con un aumento del presupuesto destinado al servicio de admisión, el "departamento de ventas" de la facultad. Contratándose más captadores, preparándose catálogos mejor elaborados y anunciándose en medios de comunicación seleccionados. Algunas de esas universidades venían empleando nuevos métodos para aumentar el número de candidatos y matrículas, tales como: Distribuir CDs promocionales a estudiantes de pre-universitario, durante el periodo de vacaciones, anuncios en revistas y programas de radio para adolescentes, premios monetarios ofrecidos a alumnos, por cada candidato inscrito. E incluso había quien ofreciese una garantía de devolución del dinero pagado en anualidades, a cualquier alumno que no recibiese una oferta de empleo en el plazo de 120 días posteriores a su graduación.

Las universidades que confían en promoción concentrada pueden crear nuevos problemas. La promoción agresiva puede irritar al público universitario, principalmente profesores y ex-alumnos. Tales actividades promocionales pueden apartar a muchos alumnos potenciales, así como, a sus familias. La promoción agresiva puede atraer a estudiantes sin el perfil deseado por la institución – alumnos que se desligan cuando sus expectativas no son superadas o incluso atendidas. En fin, este choque puede crear la ilusión de que la facultad adoptó un esquema suficiente para compensar el declive de matrículas - una ilusión que puede subestimar el trabajo necesario para mejora del producto, base para cualquier buen esquema de marketing.

El Marketing vale además para el proceso de atraer candidaturas. Pueden también necesitar atraer la buena voluntad y el apoyo financiero de ex-alumnos, fundaciones y otros donadores, tarea que no puede ser realizada solo con la promoción. Esas instituciones analizaban sus ambientes, mercados, concurrentes, evaluaban sus fuerzas y debilidades y desarrollaban un sentido claro de gestión, mercados-objetivo y posicionamiento de mercado. Al hacer esto, esperaban desarrollar la capacidad de atraer alumnos y otros recursos que desearan para sus targets.

Es desde esta perspectiva desde la que abordaremos el estudio conscientes que en un mundo hipercompetitivo las Escuelas de Negocio deberán competir duramente para atraer candidatos y conocer las motivaciones que les llevan a tomar la decisión de compra y que analizaremos en el punto 5 de este estudio.

## **2. LA CREACIÓN DE EMPLEO**

### **2.1. Concepto Empleabilidad y creación de empleo**

Los expertos en Recursos Humanos han acuñado un nuevo concepto. Casi tan vital como disfrutar de un empleo es disponer de empleabilidad, algo así como un cóctel de aptitudes y actitudes, mezcla de un currículum brillante y de cualidades personales para el trabajo en equipo o el liderazgo, por ejemplo. Tras este término rimbombante se esconden, en definitiva, las posibilidades que un profesional tiene de encontrar empleo y amoldarse a un mercado de trabajo en continuo cambio.

Las relaciones laborales ya no son tan duraderas como en el pasado. Los trabajos para siempre han pasado a la historia, y el tiempo de empleo es, a menudo, corto. Atrás han quedado las ideas de una vida dedicada a la empresa y el puesto seguro. La empleabilidad es sencillamente encontrarse en sintonía con las demandas laborales actuales.

Dispone de empleabilidad, según explica José Martín, quien atesora “capacidad de aprendizaje de las nuevas tecnologías y nuevos procedimientos de trabajo”. Para Antonio Ramírez “la motivación intrínseca e inteligencia emocional son los principales argumentos para que una persona sea empleable”.

Quien esté a la búsqueda de trabajo, debe presentar un currículum flexible, tanto como lo son las empresas en la organización de su trabajo. Y esta flexibilidad implica no encasillarse y disponer de aptitudes técnicas y de gestión para poder solucionar con rapidez los problemas que surjan.

El aspirante debe hablar a la empresa en su mismo idioma: ofrecer las cualidades (iniciativa, tesón, imaginación...) que la compañía reclame. El candidato buscado por una firma auditora no tiene por qué coincidir con el pretendido por un gabinete de comunicación.

El perfil laboral requiere, además, actualizar los conocimientos profesionales y cultivar actividades alternativas. La empleabilidad es un don que no sólo debe fomentar quien busca trabajo, sino también el que ya disfruta de él. Se debe mantener una formación permanente, a través del estudio continuo y del reciclaje laboral.

### **Movilidad**

La empleabilidad exige también disposición a cambiar de domicilio o a desplazarse por todo el país. Y ése es un inconveniente para los mayores de 40 años. Ir hacia donde está el trabajo, en vez de esperar que éste venga, enriquece la empleabilidad del profesional.

Estamos viviendo una época cambiante, y este cambio afecta no sólo a las empresas en su modernización en los procesos de producción y gestión, sino principalmente al perfil de los profesionales necesarios para trabajar en centros en continua modificación.

Los trabajos hoy en día son flexibles, y los individuos que trabajan en las empresas deben saber acomodarse a esos cambios.

La empresa ya no es habitualmente una gran familia, sino simplemente el lugar donde los profesionales actúan y generan bienes y servicios. Las grandes empresas modifican de forma acelerada los puestos de trabajo, los cargos, y sobre todo, la tarea en sí. Incluso, la función misma del trabajador puede desaparecer en cualquier momento.

En el modelo laboral actual se acorta la vida útil de los empleados, porque el perfil de los trabajadores jóvenes es el que impera, y quien tiene más de 40 años se ve con mayores dificultades para encontrar trabajo. En estos casos, la experiencia es un grado, pero siempre que esté puesta al día.

La empleabilidad puede explicarse a través de seis conceptos básicos: adecuación vocacional, competencia profesional, idoneidad, salud física y mental, recursos alternativos y relaciones interpersonales.

Para hacer un diagnóstico de la empleabilidad, debe considerarse la situación en los seis parámetros que definen este concepto.

Vocación. Hay que considerar si la tarea que desempeña o su profesión son las adecuadas a su vocación, porque muchos de los trabajos no tienen que ver con ella.

La competencia profesional. No sólo disponer de la titulación y además talento garantiza el cumplimiento de las tareas. La inquietud se demuestra con la actualización constante de los conocimientos.

La idoneidad. No sólo debe reunir las condiciones requeridas; además debe demostrar en la entrevista que el puesto al que aspira le sienta como un traje.

En forma. La salud es fundamental para obtener e incluso mantener un trabajo. Carecer de ella es partir en desventaja en un mercado laboral tan competitivo como el actual y representa un importante obstáculo.

Los recursos alternativos. Debe ser capaz de encontrar soluciones a cualquier problema, incluso cuando se hayan agotado las vías tradicionales. Es, según la jerga de los Recursos Humanos, el pensamiento lateral, la capacidad de hallar salidas nuevas a problemas nuevos o comunes. Una formación amplia y variada puede servir para reforzar la imagen de hombre de recursos.

Don de gentes. Las relaciones interpersonales son importantes para lograr un clima armonioso en un centro. Se valora positivamente la inclinación al trabajo en equipo más que la tendencia a soluciones individuales, y también un carácter sociable y afable, más que uno hosco, que dificulte la comunicación. Los expertos tienen claro que alguien puede ser idóneo y tener una buena aptitud profesional, pero sin embargo presentar dificultades de relación con los compañeros de trabajo. Y esta no es ninguna cualidad.

### **2.1.1. Evolución del concepto**

El concepto de empleabilidad surge a mediados de los años 80 como una respuesta teórica y práctica a la crisis de los mercados laborales en el mundo, y expresada ésta como el incremento acelerado de la tasa de desempleo.

En Europa el problema del empleo (desempleo) se afronta de una manera integral, y las primeras directrices de solución se describen en el Libro Blanco sobre crecimiento, competitividad y empleo (Comisión Europea, en adelante: COM (93) diciembre de 1993: retos y pistas para entrar en el siglo XXI).

Desde esta perspectiva, el desajuste de los mercados de trabajo se explica como una consecuencia del cambio en los modelos de desarrollo y crecimiento económico, los cuales transitan de los énfasis en la acumulación sobre factores tradicionales (tierra, capital y trabajo) hacia una acumulación centrada en el conocimiento. Además, el desajuste en los mercados de trabajo y de productos se acentúa por la presencia de un intenso proceso de internacionalización de las economías, y de la globalización cultural y social impulsada por el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Por lo tanto, el desajuste entre la oferta y la demanda de trabajo ya no sólo es fruto de los naturales efectos de los ciclos económicos, sino que otros fenómenos, quizás más importantes, empiezan a dibujar nuevas necesidades, preferencias, y por supuesto enfoques de política. Así por ejemplo, la aceleración del cambio técnico (revolución tecno-económica) y sus consecuencias en los ciclos de vida de los bienes y servicios, y en las formas de organización del trabajo y la producción de las organizaciones, implican nuevas estrategias de competencia en los mercados y la demanda de nuevos atributos de la mano de obra.

En otras palabras, y desde el enfoque de la teoría del capital humano (Becker, 1995; Shultz, 1961), la demanda de trabajo en los mercados trasciende los requerimientos sobre acumulación de conocimientos de las personas, para solicitar otros atributos más cercanos a las actitudes y comportamientos en el trabajo. Es decir, en la economía del

conocimiento no basta un “saber hacer” sino que es necesario un “sentir el hacer”; ahora, la demanda de las organizaciones es más por **capital humano** y menos por una fuerza de trabajo rutinaria.

Expresado en términos concretos:

*“... el capital humano es el conocimiento, las competencias, y otros atributos agrupados en los individuos y que resultan relevantes a la actividad económica...” (OCDE, 2001)*

*“... la productividad de los empleados depende no sólo de su aptitud y de la inversión que se realiza en ellos, tanto dentro como fuera del puesto de trabajo, sino también de su motivación y de la intensidad de su esfuerzo...” (Becker, 1983)*

Con lo cual, el éxito del acceso, inserción y adaptación a los mercados de trabajo ya no sólo está radicado en las diferencias en el nivel educativo de las personas, ni en las características de los puestos de trabajo, ni en las credenciales de posición social y cultural, sino en las competencias laborales o profesionales. Competencias entendidas como capacidades para el trabajo y conformadas por un conjunto de conocimientos, actitudes, aptitudes, hábitos, valores y motivaciones, orientadas al desempeño (Allen, 2003).

Entender el funcionamiento de los mercados de trabajo desde la perspectiva de las competencias laborales implica, a su vez, comprender que la adquisición y dotación de éstas, por parte de las personas, no sólo apoya el incremento de la productividad del trabajo vía mayor conocimiento y uso de tecnologías, sino que se incrementan los niveles de calidad, flexibilidad y polivalencia de los trabajadores vía mejora de actitudes y comportamientos, tan necesarios en entornos de mercados inestables y en permanente cambio. Con lo cual, se podría decir que se mejoran los mecanismos de relación en los mercados de trabajo entre organizaciones y trabajadores.

Las competencias laborales o profesionales entendidas como capacidades para trabajar orientadas al desempeño, se han descrito desde la teoría del capital humano sobre dos perspectivas: i) aquellas competencias de los trabajadores que no se vinculan a ningún contexto en particular; se clasifican como competencias generales; y ii) las competencias que para su identificación y medición sólo tienen sentido si se vinculan con un contexto particular; se clasifican como competencias específicas (Becker, 1980). Ejemplo de una competencia general es la capacidad de solucionar problemas en ambientes complejos; mientras un ejemplo de competencia específica es la capacidad de uso y aplicación de programas de diseño asistido por ordenador.

En el caso de las competencias laborales generales también se pueden identificar dos grupos o perspectivas de análisis: a) las competencias básicas que se identifican y definen en función de la escolarización de las personas, es decir, en términos de los niveles de educación y formación profesional; y b) las competencias genéricas que se identifican y definen en función de los comportamientos y actitudes frente al trabajo (Mertens, 1997). Téngase en cuenta que ni las competencias básicas ni las genéricas dependen del contexto en el que éstas se desempeñan (tareas, organizaciones, sectores).

En los diferentes documentos de la Unión Europea no se utiliza una sola definición y clasificación de las competencias laborales. Incluso, la denominación varía frecuentemente entre competencias, capacidades y habilidades.

Esta situación no es exclusiva de los documentos oficiales europeos, sino que es una constante en toda la literatura sobre competencias laborales. Incluso al nivel de las políticas de empleo o educativa, varía la nomenclatura de los conceptos en función del modelo de formación de competencias: conductista, funcionalista o constructivista (Cinterfor-OIT, 1992).

La COM (2001), hace una actualización y revisión de la definición de las competencias laborales sobre los futuros objetivos precisos de los sistemas educativos, reconociendo el criterio de dependencia o no del contexto. En este sentido, clasifica las competencias (capacidades) en básicas y específicas. Y dentro de las básicas identifica las de carácter

profesional ligadas a la formación y las de carácter personal o social ligadas al desarrollo de aptitudes y comportamientos.

### **2.1.2. *La Empleabilidad de la formación profesional***

El énfasis en el desarrollo de competencias laborales como una alternativa de solución a los desajustes en los mercados laborales, lleva aparejadas dos preguntas cruciales sobre el problema de la formación profesional: ¿Qué tipo de formación debe impartirse? y ¿Es la escuela la única fuente de generación y transmisión de conocimientos? Las respuestas a estas preguntas implicarían una argumentación específica y adicional a la aquí esbozada, pero para efectos del marco para la evaluación de impacto, sí es importante apostar por las siguientes respuestas.

Primero, la formación debe ser pertinente y permanente. Pertinente, en el sentido de estar orientada a desempeños y no a tareas, o de otra manera, debe ser una formación, basada en competencias y que prepare para el mercado de trabajo. Permanente, en el sentido de asimilarse a un aprendizaje a lo largo de la vida, en particular de la vida laboral considerada entre los 25 y los 65 años.

Segundo, la respuesta sobre el sitio donde debe impartirse la formación está estrechamente ligada a la visión de la teoría del capital humano y soporta, como se ha mostrado, el discurso de las competencias laborales. En palabras de su principal teórico:

*“... algunos tipos de conocimiento pueden llegar a dominarse mejor si se relacionan de forma simultánea con un problema práctico; otros requieren de una especialización prolongada. Esto es, hay complementariedades entre aprendizaje y trabajo, y entre el aprendizaje y el tiempo...” (Becker, 1962)*

La empleabilidad así definida explica el nuevo enfoque para la construcción de los mercados de trabajo europeos. En efecto, el Plan de Acción sobre las Capacidades y la Movilidad – COM (2002) - considera que así como los mercados deben, y se han

abierto a los bienes y servicios, también deben abrirse para el flujo de trabajadores. En otras palabras, la creciente inestabilidad y desequilibrios de los mercados en general, y los de trabajo en particular, tiene un instrumento de moderación en los procesos de apertura y libertad de flujos de bienes y personas, de manera que se promuevan las especializaciones eficientes.

En la práctica, los desequilibrios de los mercados de trabajo se expresan geográficamente, sectorialmente y en los excesos o defectos de puestos de trabajo. Por lo tanto, si la información pública recoge estos desequilibrios (por ejemplo, en el portal EURES), y los individuos están capacitados y son competentes para explotar las oportunidades que se crean, entonces la movilidad geográfica es un elemento de política que se debe impulsar.

En suma, si el objetivo de una consistente Estrategia Europea de Empleo es la búsqueda de una mayor empleabilidad de las personas, ésta debe basarse fundamentalmente en una mayor acumulación de capacidades (competencias laborales) y una mejor movilidad geográfica en dos ámbitos puntuales, en el profesional, y en la educación y formación.

Por último, una estrategia de empleo, su objetivo la empleabilidad y las bases de ésta, las competencias laborales y la movilidad, adquieren todo su sentido si se enmarcan en el objetivo estratégico de Lisboa: convertir a la Unión Europea de 2010 en “la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible, con más y mejores empleos y con mayor cohesión social” – COM (2001).

Los más y mejores empleos se promoverán a su vez en el marco de la construcción de diferentes espacios europeos, pero en particular del Espacio Europeo del Aprendizaje Permanente, del Espacio Europeo de Educación Superior y del Espacio Europeo de la Investigación.

Uno de los elementos más importantes en la empleabilidad de un profesional es la posesión de formación, sea proveniente de estudios de formación profesional o de la universidad. Esta importancia es determinante en las fases iniciales de la carrera profesional. A medida que ésta se desarrolla, otros factores como la experiencia van siendo mucho más determinantes.

Condicionado por su propia definición, el empleo cualificado muestra como rasgo más destacado la exigencia de una titulación específica o, en su defecto, de un nivel formativo mínimo. Dicha exigencia está presente en un 73,0% de la oferta analizada, un porcentaje inferior al mostrado el pasado año que se situaba en el 75,3%, que consolida una tendencia hacia un menor grado de especificación de titulaciones, muy vinculada al incremento de la categoría de empleados dentro de la oferta de empleo cualificado.

La Formación Profesional es un excelente garante de empleabilidad en las categorías de empleados y técnicos. Por el contrario, la formación universitaria muestra sus excelencias en las categorías de mandos y dirección. Así mismo, la formación profesional tiene un mayor potencial de inserción laboral que la universitaria, como queda de manifiesto al comparar su peso en la oferta de empleo y peso en las incorporaciones a la fuerza laboral.

Con alrededor de 140 títulos, la Formación Profesional es extraordinariamente diversa en su temática. Con objeto de simplificar esta realidad tan compleja, el Informe Infoempleo agrupa las titulaciones dentro de sus categorías más amplias, las denominadas familias profesionales. Dentro de dichas familias, comercio y marketing es la temática alrededor de la cual gira la más demandada, con algo más del 22% de la oferta para titulados de FP. A escasa distancia le siguen las familias de fabricación, administración, edificación y electricidad, todas ellas por encima del 12%. Estas cinco familias concentran un 83% de la oferta, mientras que el resto de familias menos favorecidas apenas atraen a un 17% de la oferta.

### ***2.1.3. La empleabilidad del titulado universitario***

Considerando la formación universitaria, la vinculación positiva entre la posesión de una formación universitaria y la empleabilidad muestra grados muy distintos para las distintas titulaciones. Como en ediciones anteriores, el Informe Infoempleo 2005 distingue en una primera aproximación cuatro grandes grupos de titulaciones: técnicas, jurídico-sociales, científicas y de humanidades, con comportamientos muy diferenciados en cuanto a la empleabilidad.

El grupo de titulaciones con una mayor demanda continúa siendo el de titulaciones técnicas, que atraen un 52,5% de la oferta de empleo cualificado. En un segundo lugar se encuentran las titulaciones del área social-jurídica, que logran atraer un 30,1% de los perfiles demandados. Con volúmenes mucho menores se encuentran las titulaciones científico-sanitarias y las de humanidades, ligeramente por encima del 15, 8% de la oferta, en el primer caso, y del 1,6%, en el segundo.

Considerando el conjunto de la oferta, pueden identificarse tres grandes categorías de titulaciones, según su empleabilidad: altas, medias y bajas. Las primeras se caracterizan por una alta presencia en la oferta y un volumen de titulados medio. En este grupo se localizan la mayor parte de las ingenierías generalistas.

En el caso de las titulaciones de empleabilidad media se combinan altas participaciones en el conjunto de titulados por demandas medias por parte del mercado laboral. Las titulaciones afines a la economía, la empresa y el derecho se ajustan a este patrón.

Finalmente, las titulaciones de empleabilidad volátil muestran una marcada dependencia respecto a un conjunto muy reducido de sectores o regiones, lo que se traduce en una fuerte volatilidad de la oferta. Las ingenierías asociadas a nuevas tecnologías o al sector construcción, las titulaciones científico-sanitarias y las titulaciones de humanidades se encuentran dentro de este grupo.

Se ha comentado anteriormente que la importancia de la titulación como elemento básico de la empleabilidad es crítica en las primeras fases de la carrera profesional. En este caso, se habla del potencial de inserción laboral de un titulado como medida de las perspectivas reales de inserción en el mercado laboral. El Informe Infoempleo 2005 pone de manifiesto la existencia de titulaciones especialmente favorables a la incorporación de recién titulados. De hecho, es posible identificar titulaciones con potencial de inserción bajo, medio y alto. Entre las titulaciones de Potencial de Inserción Alto destacan Enfermería, Medicina o Ingeniero Técnico Agrícola, con una oferta dirigida a titulados sin experiencia superior al 30%. En el extremo opuesto se encuentran las titulaciones de Potencial de Inserción Bajo, donde se encuentran las titulaciones afines a la gestión empresarial, entre las que destacan Economía, Administración y Dirección de Empresas y Marketing. En esta categoría se sitúan las titulaciones con una oferta para recién titulados por debajo del 10%.

#### ***2.1.4. La empleabilidad del postgrado***

La formación de postgrado es un elemento a menudo olvidado en los análisis de empleabilidad e inserción dentro del mercado laboral. Sin embargo, su importancia es destacada si se atiende a una visión de la empleabilidad que alcanza al conjunto de la vida laboral.

A lo largo del periodo 2004-2005 se aprecia un ligero incremento en la valoración de los estudios de postgrado. Dicha valoración ha pasado de un 3,83% en la anterior edición de este estudio a un 3,98% en la actual. Las causas de este crecimiento tan limitado son múltiples. En primer lugar, puede considerarse la propia evolución de la oferta de empleo por categoría profesional. El incremento en la categoría de empleados tiende a reducir la demanda global de postgrado a la vez que diluye su presencia. Por ello, el ligero incremento experimentado en el periodo 2004-2005 es especialmente significativo. Esta valoración no es homogénea y depende de la categoría profesional. Oscila entre poco más del 1% de los empleados y más de un 11% en el caso de los directivos.

El Informe Infoempleo 2005 diferencia dos grandes tipos de programas de postgrado dentro de la amplia oferta existente. El primero corresponde a los programas en administración y dirección de empresas o MBAs, demandados en un 41% de las ofertas que requieren formación de postgrado, el segundo agrupa el resto de disciplinas. En el periodo considerado se ha mantenido un equilibrio muy estable entre ambos.

Por lo que respecta a la visión desde la empresa hay dos posibles enfoques: uno de continuación, en el que el postgrado pertenece al mismo área de conocimiento que su titulación y que por tanto sólo le permite progresar en su carrera pero no cambiar. El segundo enfoque, el complementario, caso en el que la titulación no es del mismo área que el de el objeto del postgrado. Éste segundo enfoque, al contrario que el de continuación abre horizontes al postgrado que puede plantearse otra línea en su carrera profesional.

#### **2.1.5. *Los idiomas y la empleabilidad***

La multiculturalidad es uno de los factores determinantes en el entorno profesional actual. El principal factor de la oferta de empleo que refleja este enfoque multicultural es el conocimiento de idiomas. Dentro de la oferta española de empleo cualificado esta multiculturalidad tiene un claro componente externo, dado por los conocimientos de lenguas extranjeras, e interno caracterizado por la creciente demanda de lenguas autonómicas.

La valoración de conocimientos idiomáticos se ha estabilizado en torno al 31,3% de la oferta, ligeramente por debajo del 32,3 mostrado en la anterior edición de este Informe Infoempleo. Dicha estabilidad oculta ligeras modificaciones en la distribución por áreas funcionales, que se concretan en mayor demanda de idiomas en la categoría de empleados y ligeras reducciones en técnicos, mandos y dirección.

La lengua inglesa es la más demandada dentro de la oferta que demanda conocimientos idiomáticos, estando presente en casi un 66% de la misma. Tras ella se valoran los idiomas francés, alemán, portugués e italiano. A diferencia de los años anteriores, todos los idiomas principales ven incrementada su demanda en la oferta de empleo en

perjuicio de otras lenguas minoritarias, que ven descender su participación de un 19% a un 12,5% en el periodo 2004-2005.

La mayor parte de la oferta que valora conocimientos de lenguas autonómicas se localiza en las regiones bilingües: Cataluña, País Vasco, Galicia y Baleares. Sin embargo, no debe despreciarse la existencia de una demanda residual en comunidades monolingües o incluso con destino al extranjero.

La región con una mayor presencia de su lengua propia en la oferta de empleo cualificado es Cataluña, con el 28,1%. Valencia es la segunda comunidad con mayor demanda de su lengua propia, con algo más del 9% de la oferta. Con una presencia similar a Valencia, el País Vasco también ha visto incrementar la demanda del euskera. Esta presencia se completa con Galicia y Baleares, con demandas situadas en torno al 7% y Navarra alrededor del 1,7%.

## **2.2. Aspectos Sociodemográficos**

En los últimos diez años se han modificado profundamente los parámetros tradicionales del escenario laboral de nuestro entorno, tanto en lo que se refiere a la estructura del empleo como a sus formas: ha cambiado el modelo tradicional de empresa, ha cambiado el concepto de trabajo, han surgido nuevas modalidades de empleo y ha adquirido un papel protagonista el capital humano.

La práctica erradicación del horizonte laboral del empleo continuo y estable en una misma empresa obliga a los nuevos profesionales a estar preparados para cambiar de trabajo, de puestos, y de funciones varias veces a lo largo de su vida laboral. Hoy en día, la fijeza o continuidad ha sido sustituida por el nuevo concepto de «empleabilidad» —la adquisición y mantenimiento de unas capacidades socialmente útiles y, en consecuencia, demandadas por el mercado—, que supone la garantía de empleo en el conjunto del sistema productivo.

En este sentido, es cada vez más habitual que las empresas seleccionen a sus futuros empleados en base a su potencial más que por sus conocimientos, y aunque no cabe duda de que una sólida preparación académica es indispensable a la hora de desarrollar ciertas técnicas necesarias para incorporarse al mundo laboral, es el conjunto de competencias, habilidades y actitudes del candidato el que hoy en día puede decantar la balanza de la selección.

Es decir, para plantearse hoy una carrera profesional de éxito a medio o largo plazo es necesario aglutinar ambos factores.

Los conocimientos, tanto los obtenidos en la formación universitaria como los que necesariamente habrá que adquirir, actualizar y reforzar después a través de la formación continua, constituyen la base sobre la que se puede construir una carrera profesional.

Según datos del Informe Infoempleo, una de cada cuatro ofertas de empleo publicadas en prensa y en internet no especifican la formación requerida de los candidatos.

Las competencias, entendidas como un conjunto de capacidades, habilidades y actitudes personales, constituyen los verdaderos elementos potenciadores del desarrollo profesional.

Este cambio de enfoque se constata igualmente en las propias características del mercado de trabajo. Hasta hace no muchos años, el mercado laboral se regía en función de la oferta por ocupaciones y profesiones: abogados, médicos, ingenieros, maestros, economistas, farmacéuticos, etc. Hoy en día, sin embargo, los empleadores han roto los tradicionales esquemas de «salidas profesionales» y la oferta del mercado de trabajo se estructura cada vez más en torno a perfiles y funciones: técnico, comercial, gestión, calidad, recursos humanos, producción, administración, prevención de riesgos, etc.

Todo ello exige que los nuevos profesionales sean más polivalentes y capaces de aplicar su formación inicial en una amplia gama de actividades.

En este contexto, se hace imprescindible que los alumnos, ya desde su etapa pre-universitaria, sean conscientes de las nuevas circunstancias y de la necesidad de desarrollar su empleabilidad (formación + competencias) de cara a su futura integración profesional en un mercado de trabajo cada vez más abierto y competitivo. No cabe duda, por otro lado, que el desarrollo adecuado de esa empleabilidad se verá favorecido si el individuo ha sabido efectuar una correcta elección de carrera académica y profesional y se siente satisfecho y a gusto con aquello que realiza.

### **Concentración y especialización**

El rasgo más significativo en la localización del empleo cualificado en España es la concentración geográfica de la misma, que muestra un carácter relativamente fuerte, patente en la acumulación de la mayor parte de la oferta en un reducido conjunto de regiones.

Las tres comunidades autónomas con mayor generación de empleo son Cataluña, Madrid y Andalucía, en ese mismo orden. En su conjunto, estas tres regiones han generado en el periodo 2004-2005 algo más del 49% de toda la oferta recogida en el Informe Infoempleo 2005. Tras ellas se sitúan la Comunidad Valenciana, País Vasco y Castilla y León.

El sector construcción y sus afines sigue generando un gran volumen de empleo cualificado en España, con un 9,3% de la oferta, aunque ha sufrido una ligera reducción frente al periodo anterior.

La función comercial es la que más volumen de empleo cualificado genera en España, alrededor del 40% del total de la oferta. En segundo lugar se sitúa la función productiva, con una participación del 27,8%.

El grupo de titulaciones con una mayor demanda continúa siendo el de titulaciones técnicas. En un segundo lugar se encuentran las titulaciones del área social-jurídica y en tercer y cuarto lugar las científico-sanitarias y las de humanidades.

A lo largo del periodo 2004-2005 se ha producido una ligera reducción del peso relativo de Cataluña en el conjunto de la oferta de empleo cualificado, pese a lo cual, mantiene su primera posición en el ranking autonómico, aunque Barcelona pierde su liderazgo en el provincial. Madrid experimenta una muy ligera mejoría. Entre las comunidades de tamaño medio crece el peso relativo de Valencia, Castilla y León, Galicia, Andalucía y País Vasco. Por el contrario, las comunidades cantábricas (Asturias, Cantabria), del valle del Ebro (Aragón, Navarra y La Rioja) y Baleares muestran reducciones significativas.

La concentración territorial mantiene una tendencia claramente descendente en los últimos años, como reflejo de una oferta de empleo cada vez más dispersa. Dicha dispersión obedece a numerosos factores, aunque su causa más inmediata se encuentra en el fenómeno de deslocalización sectorial que se analizará en el próximo capítulo de este estudio.

El fenómeno de la concentración, tan significativo en el conjunto de España, es replicado a escala local. De hecho, pueden identificarse localizaciones muy centralizadas en numerosas comunidades autónomas pluriprovinciales e incluso dentro de las provincias con su capital y el ámbito circundante. Los casos más extremos se encuentran en Barcelona, respecto a Cataluña y Zaragoza, en relación con Aragón. En una escala provincial puede citarse el caso de Navarra como paradigma de la oferta de empleo más localizada en la capital, en este caso autonómica.

La importancia de un sector en una región puede variar desde suponer más de la mitad de la oferta de empleo hasta tener una importancia marginal. Para cuantificar esta importancia sectorial se ha definido el concepto de especialización regional, que intenta describir si la oferta de empleo en una región está constituida por pocos sectores con una oferta muy grande o, al contrario, por muchos sectores con participaciones reducidas.

La aplicación de este indicador permite identificar regiones de especialización alta, como Baleares, Andalucía y Castilla-León; regiones de especialización media, tales

como Valencia, Navarra o Murcia, y regiones de baja especialización, donde destacan las comunidades de Cataluña y Galicia. El periodo 2004-2005 ha asistido a un leve incremento de la dispersión geográfica de la oferta de empleo entre los distintos sectores. Este comportamiento obedece a la combinación de dos factores contrapuestos: la mayor diversidad de la actividad económica y la permanencia del patrón concentrado que la construcción muestra en numerosas regiones.

### **2.3. Oferta y Demanda**

Si la concentración es la característica más destacada de la distribución regional de la oferta de empleo, la complejidad lo es de su distribución sectorial. El Informe Infoempleo 2005 identifica más de sesenta sectores que demandan profesionales de naturaleza muy diversa. Esta diversidad no es más que el reflejo de la complejidad de la actividad económica en un país como España.

Para evitar que esta complejidad impida la identificación de las grandes tendencias, este estudio agrupa los sectores en cuatro grandes macrosectores, según su actividad primaria: construcción, industria, servicios e infocomunicaciones. Cada una de estas grandes categorías agrupa un número variable de sectores con un elevado grado de afinidad.

Atendiendo al modelo de generación de empleo se encuentran dos tipologías claramente diferenciadas. La primera de ellas se denomina de empleo extensivo, asociado a sectores maduros ya consolidados. La segunda corresponde al modelo de empleo intensivo, desarrollado por sectores de pequeño tamaño y elevada volatilidad. El peso del empleo intensivo ha iniciado un proceso de recuperación en el conjunto de la oferta de empleo, situándose ligeramente por encima del 30% del total.

Desde un punto de vista sectorial, el hecho más relevante ha sido la continuidad de la construcción como mayor generador de empleo cualificado, con un 9,3% de la oferta (incluyendo el propio sector homónimo y sectores afines). Un dominio que no puede

ocultar una ligera reducción frente al periodo anterior que se extiende hacia servicios afines como el inmobiliario.

A diferencia de lo que ocurría en años anteriores, los servicios han mejorado su participación en la generación de empleo, alcanzado prácticamente la mitad de la misma, consolidando su posición como macrosector que lidera la demanda de profesionales. Esta mejoría es un reflejo de la evolución favorable de sectores individuales, como servicios generales, seguros o banca, que compensa reducciones en consultoría, hostelería o sanidad.

El tercer rasgo a destacar es la contracción del macrosector industrial, cuyo peso relativo pasa del 36,8% al 34,9%, fruto de los descensos en sectores tan significativos como la industria ligera, la automoción o la de bienes de equipo. Así mismo, sectores industriales como el textil, casi han desaparecido en términos de generación de empleo cualificado, muy afectados por tendencias de deslocalización. Como elemento de reflexión adicional, este retroceso industrial ha hecho perder posiciones a un amplio número de pequeños sectores industriales cuya contribución agregada al crecimiento del sector ha caído en casi un punto.

Por último, tras varios años de descensos continuados, el sector de las telecomunicaciones ha mejorado posiciones hasta situarse en casi un 5,9% del total de la oferta generada. Un valor que esconde una notable recuperación de las telecomunicaciones y una reducción no menos notable del sector informático y de equipamiento.

La oferta de empleo generada por un sector dado puede distribuirse de una manera dispersa en todo el territorio nacional o bien estar fuertemente concentrada en una comunidad autónoma. Esta mayor o menor concentración territorial es un reflejo muy directo de la localización de las empresas de un sector. De manera análoga a lo planteado en las comunidades autónomas el Informe Infoempleo 2005 identifica tres tipos de sectores, con concentración alta, media y baja.

Los sectores de alta concentración localizan su oferta de empleo en un número reducido de CC.AA. Telecomunicaciones, industria ligera y maquinaria y bienes de equipo son claros exponentes de esta categoría. Una concentración media indica una dispersión ligeramente por encima o por debajo de la del conjunto de sectores. En esta categoría destacan los sectores industrial, comercio, servicios, automoción y químico.

Los sectores de baja concentración dispersan su oferta de empleo por un número considerable de CC.AA. Esto puede responder a dos factores: tratarse de sectores donde su actividad no puede ser desplazada, como es el caso de la construcción, o sectores que deben estar presentes de manera dispersa en todos los mercados tanto en sus aspectos productivos como de construcción o comercialización, evidente en los casos del sector alimentario o telecomunicaciones.

Como ya se ha comentado, al analizar el grado de especialización regional la tendencia dominante en la oferta de empleo cualificada apunta hacia una creciente dispersión tanto territorial como sectorial. En este sentido, el menor peso de los sectores más relevantes en el conjunto de la oferta frente al mayor peso acumulado de una amplia diversidad de pequeños sectores esta impulsando una clara diversificación geográfica de la oferta.

Las áreas funcionales son un fiel reflejo de la estructura organizativa de la empresa y un excelente indicador de su comportamiento competitivo. La generación de empleo por área funcional indica cuáles son las prioridades competitivas de la empresa.

Si el sector determina las áreas funcionales más relevantes, el tamaño de la empresa condiciona la presencia de áreas más minoritarias. En líneas generales, las empresas de mayor tamaño tienen estructuras más complejas y disponen de una mayor número de áreas funcionales que las empresas más pequeñas. Estas últimas concentran su actividad en un número reducido de áreas.

La oferta de empleo que genera cada área funcional indica la importancia relativa que posee dentro de las empresas, tanto desde el punto de vista de su peso actual dentro de

la organización como desde las perspectivas de crecimiento que presenta a corto y largo plazo. Con el objeto de facilitar el análisis de esta importancia, se han considerado cuatro grandes funciones: comercial, producción, tecnología y soporte.

La función comercial es la que más volumen de empleo cualificado genera en España, alrededor del 40% del total de la oferta de empleo cualificado, con una tendencia claramente favorable en casi todas sus áreas asociadas a una menor especialización.

La función productiva ha consolidado su segunda posición en el ranking funcional con una participación cercana al 28% del total. Su tendencia ha sido claramente alcista desde el año 2001, y en el periodo 2004-2005 ha experimentado un crecimiento apoyado en el área de producción que ha compensado ampliamente reducciones en las áreas afines.

A lo largo del periodo 2004-2005 se ha producido una notable reactivación de la función tecnológica dentro de la empresa, que se sitúa en torno al 3,7% del conjunto del empleo cualificado, casi un punto por encima del valor mostrado hace un año.

Por último, la función de soporte se sitúa ligeramente por encima del 26% de la oferta total. Su evolución ha sido claramente ascendente respecto al periodo anterior, cuando se situó en el 22%. De hecho, el valor actual supone un máximo histórico para esta función. Como rasgo destacado en esta edición del Informe Infoempleo debe destacarse la importante reducción en la oferta que no especifica área funcional, que ha pasado de un 23% a apenas un 3%. A ello ha contribuido decisivamente una mayor precisión en la definición de los perfiles demandados por parte de las empresas, que se ha traducido en una mejor catalogación de la oferta.

### **Experiencia y edad**

Cualquier oferta de empleo se estructura alrededor de una descripción del puesto a cubrir que define un perfil del candidato adecuado para el desarrollo de dicha posición. Esta descripción puede estar construida en torno a múltiples criterios, que implican tanto conocimientos como capacidades. En relación con las capacidades, en la mayor

parte de las ofertas de empleo se utilizan dos criterios como indicadores del desarrollo de dichas capacidades: la experiencia y la edad.

La presencia de estos criterios tiende a estabilizarse en el conjunto de la oferta de empleo, aunque a niveles muy distintos. La definición de un nivel de experiencia profesional está presente en un 73% de la oferta de empleo, mientras que la edad es un requisito explícito en un 35% de la oferta. Las variaciones respecto al periodo 2003-2004 muestran un crecimiento en la presencia de ambos criterios dentro de la oferta de empleo.

El estudio Infoempleo 2005 proporciona un análisis detallado de los perfiles de edad que se requieren en la oferta analizada. La edad constituye uno de los requisitos más comunes en la oferta de empleo. Su especificación suele presentar la forma de edad máxima admisible en las categorías de empleados y edad mínima requerida en la de mandos y dirección.

Algo más del 57% de la oferta se concentra en el intervalo de edad comprendido entre los 26 y 35 años. Le sigue el rango que abarca de los 36 a los 40 años y, tras él, la oferta para los perfiles más jóvenes, entre 20 y 25 años. Finalmente, se produce un rápido descenso en la participación dentro del conjunto de la oferta de los perfiles más maduros, suponiendo un 11,5% del total por encima de los 41 años.

La comparativa con la edición anterior de este estudio muestra un ligero incremento de la edad media en la oferta de empleo cualificado, que se sitúa en torno a los 33,4 años, frente a los 32,9 años del periodo 2003-2004.

Este incremento se ha producido especialmente gracias a un incremento en la oferta en el segmento entre los 36 y 40 años, cuyo peso ha pasado de un 16,7% a un 22,1%.

La categoría profesional del puesto ofertado es la variable que influye en mayor medida en la edad exigible para el puesto ofertado. El análisis de las edades muestra la escasa capacidad de promoción desde la categoría de empleados hacia técnicos. Por

otra parte, estos mismos resultados definen una trayectoria profesional promedio entre técnico y directivo. Los hitos de esta progresión se encontrarían en los 32, 35 y 36 años, donde debería darse un salto hacia una categoría profesional superior.

Uno de los elementos que aparecen con mayor frecuencia en la definición de una oferta de empleo es la experiencia requerida al candidato. Ha de señalarse que este dato no se refiere a la experiencia del candidato a lo largo de su vida profesional, sino que indica la experiencia en un puesto comparable al ofertado.

El análisis de la oferta contenido en este Informe Infoempleo 2005 muestra un claro incremento del nivel de experiencia requerida, que ha pasado de 3,0 años en el periodo 2003-2004 a los 3,2 años del periodo actual. Sin embargo, esta variación muestra notables heterogeneidades como se podrá analizar a lo largo de este capítulo.

Un análisis detallado por tramos de experiencia revela algunas tendencias de interés. La primera es el notable descenso de la oferta orientada a candidatos sin experiencia. Entre la oferta que demanda experiencia se produce una reducción en el segmento central de 2 y 3 años de experiencia, que contrasta con un incremento de todos los intervalos con experiencia superior a los tres años. El incremento de los segmentos entre menos de un año y dos años de experiencia es un claro caso de trasvase de oferta desde la categoría sin experiencia.

La categoría profesional es el factor que determina en mayor medida la experiencia requerida en un puesto dado. Una mayor categoría del puesto ofertado implica una mayor experiencia exigida al futuro candidato, que va desde 1,9 años, en el caso de empleados, a más de 5,5 en el caso de dirección.

La experiencia requerida ha mostrado un comportamiento muy polarizado por categorías profesionales. Por una parte, se ha incrementado notablemente en las categorías con mayor niveles de responsabilidad: dirección y mandos. Sin embargo, se ha reducido de forma considerable entre los técnicos y los empleados. En su conjunto,

la brecha por experiencia entre los dos grupos de categorías profesionales se ha incrementado notablemente.

## **2.4. El entorno europeo**

### ***2.4.1. La estrategia europea para el empleo***

A mediados de los años 90 quedó patente en el ámbito europeo la necesidad de combatir el problema del desempleo de una forma más eficaz, ya que se constató que el problema era de cariz estructural y que requería una lucha más intensa.

Este deseo común se plasmó en el Tratado de Amsterdam, firmado el 2 de octubre de 1997, con la introducción de un capítulo dedicado en exclusiva al empleo, en el que se define una estrategia coordinada para el empleo.

La estrategia coordinada implica la participación de los estados miembros de la Unión Europea y de las instituciones comunitarias para definir una vía de acción común que tenga como objetivo último el aumento de los niveles de empleo. Para alcanzar este reto se fijan como objetivos potenciar una mano de obra cualificada, formada y adaptable, así como unos mercados laborales capaces de responder a los cambios constantes de las condiciones económicas.

Concretamente, se establece que el Consejo de la Unión Europea y la Comisión Europea elaborarán cada año un informe sobre la situación del empleo en la Unión Europea.

Basándose en este informe, el Consejo Europeo (reunión de los jefes de estado y de gobierno de los estados miembros) adoptará unas conclusiones que, al mismo tiempo, servirán de base para que el Consejo de la UE, a propuesta de la Comisión Europea, elabore unas orientaciones de política de empleo que los estados miembros deberán tener en cuenta cuando elaboren los respectivos planes nacionales de acción para el empleo.

Es decir, las instituciones comunitarias plantearán los retos y los desequilibrios y los estados miembros dispondrán las acciones para alcanzar los primeros y luchar contra los segundos.

A finales del año 1997, en el Consejo Europeo de Luxemburgo se definieron por primera vez unas líneas directrices para el empleo, iniciándose así la puesta en práctica de la Estrategia europea para el empleo.

En estos ocho años, las líneas directrices se han fijado en cuatro pilares:

- Pilar I. Mejorar la empleabilidad.
- Pilar II. Desarrollar el espíritu de empresa y la creación de empleo.
- Pilar III. Fomentar la capacidad de adaptación de los trabajadores y de las empresas.
- Pilar IV. Reforzar la política de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

#### ***2.4.2. La estrategia de Lisboa***

En el Consejo Europeo de Lisboa de marzo del 2000 el proceso de coordinación de las políticas de empleo recibió un nuevo impulso, ya que se actualizaron las prioridades de la Estrategia. Concretamente, se adoptó el objetivo del pleno empleo; se fijaron objetivos de empleo a medio plazo, y se acordó la integración de la estrategia en un marco más amplio de coordinación de las políticas.

En aquel Consejo Europeo, la Unión Europea estableció como objetivo para el año 2010 convertirse en la economía más competitiva del mundo, capaz de crecer económicamente de forma sostenida, con más y mejores puestos de trabajo y con más cohesión social.

Para conseguir este reto se cree necesario, por un lado, avanzar en la economía del conocimiento y aprovechar todas las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías

y, por otro, elevar los niveles de empleo, favorecer la inclusión social y modernizar los sistemas de protección social y los sistemas educativos.

En particular, de acuerdo con las conclusiones del Consejo Europeo de Lisboa, en el segundo ámbito mencionado son fundamentales los siguientes aspectos:

1) Educación y formación para la vida y el trabajo en la sociedad del conocimiento.

En este sentido, los estados miembros tendrán que adoptar las medidas necesarias para alcanzar los siguientes objetivos:

- Un aumento anual considerable de la inversión per cápita en recursos.
- El número de personas de 18 a 24 años con una educación secundaria básica que no reciben una enseñanza o formación posterior debería reducirse a la mitad el año 2010 a más tardar.
- Las escuelas y los centros de formación, todos ellos conectados a Internet, deberían convertirse en centros de aprendizaje polivalentes accesibles para todos; deberían establecerse asociaciones de aprendizaje entre escuelas, centros de formación, empresas y centros de investigación.
- Un marco europeo debería definir las nuevas cualificaciones básicas que se deben proporcionar mediante la formación continua.
- Estimular la movilidad de estudiantes, profesores y personal de formación e investigación.
- Se debería establecer un modelo europeo común de currículum vitae para contribuir a la movilidad ayudando a la evaluación del conocimiento adquirido, tanto por parte de los centros de educación y formación como por parte de los empresarios.

2) Más y mejores puestos de trabajo en Europa: desarrollo de una política activa de empleo.

Es preciso abordar cuatro ámbitos fundamentales:

- Mejorar la empleabilidad y reducir las deficiencias de cualificación, sobre todo proporcionando a los servicios de empleo una base de datos a escala europea

sobre empleos y oportunidades de formación; promover programas especiales para permitir que los parados alcancen el nivel de cualificación adecuado.

- Dar más importancia a la formación continua como componente básico del modelo social europeo fomentando, entre otras cosas, acuerdos sobre innovación y formación continua entre los interlocutores sociales y aprovechando la complementariedad entre la formación continua y la jornada laboral.
- Aumentar el empleo en los servicios, incluidos los servicios personales, donde hay una escasez importante.
- Fomentar todos los aspectos de la igualdad de oportunidades y una mayor posibilidad de conciliación de la vida laboral y la familiar.

El Consejo Europeo consideró que el objetivo global de estas medidas debería ser aumentar la tasa de empleo y situarla tan cerca como sea posible del 70%, y aumentar el número actual de mujeres ocupadas a más del 60% para el 2010, a más tardar.

### 3) Modernización de la protección social

- Es necesario garantizar la viabilidad de los sistemas de protección social a largo plazo ante el envejecimiento de la población; promover la integración social y la igualdad de sexos, y proporcionar servicios sanitarios de calidad.

### 4) Promover la integración social

- En este sentido, se debe incluir la promoción de la integración social en las políticas de empleo, educación, formación, sanidad y vivienda de los estados miembros, completándola a escala comunitaria mediante acciones con cargo a los fondos estructurales, dentro del marco presupuestario actual.

#### **2.4.3. *El Plan Nacional de Acción para el Empleo***

El Plan nacional de acción para el empleo (PNAE) es el resultado de la integración de las políticas que se pretenden aplicar a la economía española con la finalidad de dar respuesta a las directrices de la Estrategia europea para el empleo.

El objetivo principal de este Plan es contribuir a la creación de más empleo y mejorar la calidad en el trabajo. Las principales líneas de actuación previstas son las siguientes:

- Intensificación de las políticas activas para favorecer la inserción laboral, sobre todo de los colectivos con especiales dificultades, como, por ejemplo, las mujeres, los trabajadores mayores de 45 años, parados de larga duración, discapacitados, inmigrantes y trabajadores desempleados con riesgo de exclusión social.

Actualmente se está realizando un seguimiento de la inserción laboral de los parados después de haber participado en distintas medidas.

- Potenciar la permanencia de las personas mayores en el mercado laboral a través de bonificaciones en las cotizaciones a la Seguridad Social, de la reforma de la jubilación parcial (de forma que sea compatible realizar una actividad laboral y percibir una pensión de jubilación a partir de los 65 años) y del cambio en la forma de calcular la pensión de jubilación (las personas que después de los 65 años sigan trabajando percibirán una pensión superior a la que habrían recibido jubilándose con dicha edad, aunque ya tengan una carrera completa de cotización). Es preciso añadir que, si se despide a personas mayores de 55 años dentro de un expediente de regulación de empleo, el empresario deberá pagar una parte de las cotizaciones hasta que el trabajador cumpla 61 años.
- Mejorar la calidad de los sistemas de educación y formación. Modernizar y mejorar la eficacia de los sistemas de aprendizaje y formación en el puesto de trabajo. Reducir el analfabetismo de jóvenes y adultos. Facilitar el acceso de los adultos a la formación permanente. Fomentar la educación durante toda la vida, con especial atención a la enseñanza de lenguas extranjeras.
- Completar la modernización del Servicio Público de Empleo.  
Una de las dimensiones más importantes de la calidad en el trabajo es la estabilidad del empleo. Para incrementar esta estabilidad, el Plan prevé una serie de acciones concretas:

- Se pretende evitar el uso abusivo de los contratos de muy corta duración, con un incremento del 36% de la cuota empresarial a la Seguridad Social en los contratos de una duración inferior a 7 días.
- La Inspección de Trabajo y Seguridad Social, con la colaboración del INEM, realizará una campaña de control sobre el uso de las distintas modalidades de contratación.
- Los acuerdos interconfederales sobre negociación colectiva pretenden promover mecanismos para mejorar la flexibilidad interna (movilidad funcional, formación continua de los trabajadores, gestión del tiempo de trabajo y redistribución de la jornada) para adaptarse a las necesidades de las empresas que deben responder a las variaciones del entorno. Estas medidas se consideran menos traumáticas que otras, como podría ser la extinción de los contratos laborales. Existe cierto consenso sobre el fomento del uso del contrato a tiempo parcial (sobre todo el indefinido), ya que permite adaptar las plantillas de las empresas a sus necesidades y, al mismo tiempo, hace posible la conciliación de la vida laboral y personal de los trabajadores y trabajadoras.
- En lo que respecta a la igualdad de oportunidades, algunas de las medidas más importantes que incluye este Plan son las siguientes:
  - Duplicar los esfuerzos para reducir el diferencial existente entre la tasa de paro de hombres y mujeres.
  - Participación de las mujeres en las acciones de inserción laboral en proporción al peso que éstas tienen sobre el paro total.
  - Prioridad de la contratación estable de la mujer a través de bonificaciones en las cuotas de la Seguridad Social.
  - Intentar conseguir una representación equilibrada de hombres y mujeres en todos los sectores y profesiones. Y, además, fomentar la igualdad de retribuciones por el mismo trabajo.
  - Incentivos a las mujeres empresarias.
  - Garantizar que tanto los hombres como las mujeres puedan acogerse a formas flexibles de organización del trabajo, voluntariamente y sin perder calidad en el trabajo.
  - Conciliación de la vida familiar y laboral.

#### **2.4.4. Evaluación comunitaria del PNAE del Estado Español**

Anualmente la Comisión Europea publica el Informe conjunto sobre el empleo, un informe que cada año analiza el proceso de coordinación de las políticas de empleo de los estados miembros de la Unión Europea iniciado en el año 1997.

A continuación se presentan las valoraciones de la Comisión respecto al mercado laboral español y su política de empleo referidas al año 2002/2003.

Según la Comisión, el Gobierno español se ha fijado explícitamente como objetivo alcanzar el pleno empleo, pero el Plan nacional de acción para el empleo (PNAE) no define ningún objetivo intermedio para conseguirlo.

El reto de mejorar la calidad del trabajo ha sido abordado principalmente a través de la formación (la ley relativa a la formación profesional, anunciada en el PNAE de 2001, ha sido adoptada en junio de 2002), la estabilidad profesional, la salud y la seguridad en el trabajo y la igualdad de oportunidades.

Por otro lado, el Gobierno y los interlocutores sociales han acordado más medidas para favorecer la contratación de mujeres y de personas socialmente excluidas que complementan a las definidas en el PNAE Inclusión social 2001.

En lo que respecta a la modernización de los servicios públicos de empleo, se ha anunciado la realización del sistema de información SISPE y sigue el proceso de descentralización de las políticas activas.

Se han tomado medidas para reducir las diferencias entre hombres y mujeres y favorecer la conciliación de la vida profesional y la vida familiar (Plan integral de apoyo a las familias 2001-2004).

La ley sobre la formación profesional ha fusionado los tres subsistemas que existían en el ámbito de la formación.

El empleo estable ha progresado más que el empleo de duración determinada. Sin embargo, la tasa de temporalidad se mantiene elevada (31,5%), mientras que el trabajo a tiempo parcial no ha progresado de forma importante.

No se ha adoptado ninguna medida importante para reducir las diferencias regionales en materia de empleo y de paro, que, aunque se están reduciendo, siguen siendo de las más elevadas de la UE.

A raíz de este análisis sobre la situación existente, la Comisión plantea como retos principales:

- La reducción de las tasas de paro y el aumento de las tasas de empleo necesitan mantener los esfuerzos que ya se les dedica. Estas tasas registran niveles menos positivos que la media europea a pesar de los avances de los últimos años.
- Es importante avanzar en la modernización de los sistemas públicos de empleo y mejorar la coordinación entre los servicios regionales de empleo.
- Es necesario disminuir la tasa de paro de las mujeres, que duplica la de los hombres, y asegurar la conciliación de la vida laboral y familiar proponiendo, en particular, servicios de cuidado de niños y de personas dependientes.
- A pesar de los esfuerzos ya alcanzados, la disminución del número de contratos de duración determinada y el aumento del trabajo a tiempo parcial se mantienen como retos importantes.
- La adopción de la ley relativa a la formación profesional se enmarca en una estrategia global de educación y de formación durante toda la vida y conviene que su aplicación mejore la cohesión entre la formación profesional, la política educativa y el aprendizaje no formal a todos los niveles.
- Parece esencial reactivar el diálogo social.

Una de las recomendaciones realizadas por la Comisión al Estado español se refiere a la necesidad de reducir la tasa de paro y aumentar la de empleo porque, permanentemente, se sitúan en valores menos positivos que los de la media europea.

Otro aspecto que se recomienda a España es reducir la tasa de paro femenino porque es el doble de la masculina.

Reducir la tasa de temporalidad, que en el caso español afecta a uno de cada tres asalariados, es definido por la Comisión como otro de los desafíos del mercado laboral español.

#### ***2.4.5. El futuro de la estrategia europea para el empleo***

Como ya se ha indicado anteriormente, en el Consejo Europeo de Lisboa de marzo del 2000 la Unión Europea estableció un ambicioso objetivo estratégico para el año 2010: convertirse en la economía del conocimiento más dinámica y competitiva del mundo, capaz de generar un crecimiento económico sostenible que conlleve más y mejores puestos de trabajo, al mismo tiempo que se favorece una mayor cohesión social. Para conseguirlo se pactó una ambiciosa agenda de reformas para modernizar la estructura económica europea.

Asimismo, el Consejo Europeo instó a la Comisión Europea a elaborar un cuadro de indicadores estructurales que fuese el instrumento para realizar un seguimiento anual de los progresos conseguidos respecto a los objetivos pactados en Lisboa.

La definición de los indicadores ha sido objeto de negociación hasta diciembre de 2002, cuando, finalmente, los ministros de economía de los 15 estados miembros pactaron un paquete de indicadores divididos en seis epígrafes.

A continuación se desglosan los indicadores y se desarrollan los más relacionados con el mercado laboral:

- a) Situación económica.
- b) Empleo; los indicadores sobre los que se trabajará son:
  - 1. Tasas de empleo, globales, por sexos y por edades.
  - 2. Media de edad de jubilación.
  - 3. Diferencial salarial entre sexos.

4. Imposición sobre las rentas más bajas.
  5. Niveles de formación continua.
  6. Siniestralidad laboral.
  7. Tasas de paro.
- c) Innovación e investigación.
  - d) Reformas económicas.
  - e) Cohesión social; en cuanto al mercado laboral, se incluye:
    1. Dispersión de las tasas de paro regionales.
    2. Porcentaje de familias sin ninguna persona que trabaje.
  - f) Medio ambiente.

De conformidad con la agenda de reformas de Lisboa, la Comisión Europea ha hecho pública en enero de 2003 la adopción de una nueva estructura de la Estrategia europea para el empleo puesta en marcha en 1997. Ésta deberá ser más operativa para hacer frente a nuevos desafíos de la UE, tales como las rápidas transformaciones económicas, el envejecimiento de la población, la futura ampliación de la Unión, etc.

Tres objetivos globales ocupan un puesto central en el planteamiento propuesto:

1. Pleno empleo, siguiendo con los objetivos de Lisboa.
2. Calidad y productividad del trabajo, dada la necesidad de mejorar la calidad de los puestos de trabajo y de promover la competitividad de la UE.
3. Cohesión social mediante un mercado laboral inclusivo, con la finalidad de reducir las disparidades existentes en el acceso al mercado laboral de los colectivos más desfavorecidos.

La Comisión propone directrices más sencillas que se puedan definir en el horizonte temporal del 2010 y que no se modifiquen anualmente, como hasta ahora; sólo se revisarían en el 2006. Las nuevas directrices darían prioridad a los siguientes objetivos:

- Ayudar a las personas sin trabajo a acceder al mercado laboral y conseguir que trabajar sea rentable.
- Fomentar el espíritu de empresa para crear más y mejores puestos de trabajo.
- Luchar contra el trabajo no declarado.
- Promover la adaptabilidad en el mercado laboral.
- Invertir en capital humano y aprendizaje permanente.
- Fomentar la igualdad entre sexos.
- Favorecer la integración de las personas desfavorecidas en el mercado laboral y luchar contra la discriminación laboral.
- Contribuir a la desaparición de las disparidades regionales en materia de empleo.

También propone incidir más en la supervisión de la aplicación de las directrices por parte de los estados miembros mediante el seguimiento de los resultados.

Esta comunicación sigue a la de julio del 2002, en que la Comisión hacía un balance de la experiencia de los cinco años de aplicación de la Estrategia europea para el empleo.

En su opinión, existen síntomas claros de que las reformas puestas en marcha en los últimos cinco años han producido importantes cambios estructurales en muchos mercados laborales europeos, aunque no en todos. Además, destaca que desde 1996 se han creado más de 12 millones de nuevos puestos de trabajo. Sin embargo, los resultados varían según los estados miembros, y las reformas se tienen que abordar todavía más a fondo para conseguir los objetivos en materia de empleo.

#### ***2.4.6. Responsabilidad Social de las empresas***

A escala europea, el reto, en este ámbito, es determinar de qué forma la responsabilidad social de las empresas puede contribuir al objetivo establecido en Lisboa de desarrollar una economía basada en el conocimiento competitiva, dinámica y socialmente cohesionada.

El Consejo Europeo de Lisboa intentó concretarlo a través de las prácticas idóneas en relación con la formación continua, la organización del trabajo, la igualdad de oportunidades, la integración social y el desarrollo sostenible.

La Agenda Social Europea de la Comisión, aprobada posteriormente por el Consejo Europeo de Niza, puso de relieve el papel que puede tener la responsabilidad social de las empresas para afrontar las consecuencias de la integración económica y de los mercados en materia social y de empleo y para adaptar las condiciones laborales a la nueva economía. Además, el Consejo Europeo de Niza invitó a la Comisión a crear las condiciones para llevar a cabo una asociación eficaz con los interlocutores sociales, las organizaciones no gubernamentales, las autoridades locales y los organismos que gestionan los servicios sociales, e implicar a las empresas en esta asociación para reforzar su responsabilidad social.

El Consejo Europeo de Estocolmo acogió favorablemente las iniciativas del sector empresarial para fomentar la responsabilidad social de las empresas, e hizo referencia al Libro verde como medio para fomentar un cambio de impresiones a fin de promover nuevas iniciativas en este ámbito.

La Comunicación de la Comisión sobre desarrollo sostenible, aprobada en el Consejo Europeo de Gotemburgo, enfatizaba la importancia de la responsabilidad social de las empresas: «La actuación pública también tiene un papel fundamental a la hora de crear una mayor sensación de responsabilidad social colectiva y de establecer un marco a través del cual las empresas tengan que integrar consideraciones ambientales y sociales en sus actividades. [...] Se debería animar a las empresas a adoptar un enfoque proactivo en materia de desarrollo sostenible en sus operaciones, tanto dentro como fuera de la Unión Europea.»

Este debate también está vinculado a la reflexión de la Comisión en el Libro blanco sobre la gobernación en la Unión Europea. Al contribuir considerablemente a crear un clima favorable al espíritu de empresa, la responsabilidad social de las empresas

también está relacionada con el objetivo de la Comisión de crear «la empresa Europa», es decir, una Europa dinámica, innovadora y abierta.

¿Qué se entiende por responsabilidad social de las empresas?

La mayor parte de las definiciones hacen referencia a una integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y las relaciones con sus interlocutores.

Por lo tanto, ser socialmente responsable va más allá del cumplimiento de la normativa vigente y supone invertir más en capital humano, en el entorno y en las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida sugiere que ir más lejos del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que las descritas en la legislación de ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener un impacto directo en la productividad. Abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad. La responsabilidad social tiene que ser protagonizada por todos los tipos de empresa y todos los sectores de actividad, desde las PYME hasta las empresas multinacionales. Este hecho es muy importante si tenemos en cuenta que las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, son las que más contribuyen a la economía (crecimiento del PIB) y a la creación de empleo.

### **Responsabilidad social de las empresas: dimensión interna**

Dentro de la empresa, las prácticas responsables en el ámbito social afectan en primera instancia a los trabajadores y se refieren a cuestiones como la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad y la gestión del cambio.

#### *Gestión de los recursos humanos*

Actualmente, uno de los desafíos más importante a los que se enfrentan las empresas es conseguir trabajadores cualificados y que permanezcan a su servicio a lo largo del

tiempo. En este contexto, las medidas adecuadas podrían incluir el aprendizaje permanente, la responsabilización de los trabajadores, la mejora de la información de la empresa, un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, una mayor diversidad de recursos humanos, la igualdad de retribuciones y de perspectivas profesionales para las mujeres, la participación en los beneficios o en el accionariado de la empresa y la consideración de la capacidad de inserción profesional y la seguridad en el puesto de trabajo.

Las prácticas responsables de contratación, en particular las no discriminatorias, podrían facilitar la contratación de personas que pertenecen a colectivos de minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres, desempleados de larga duración y personas desfavorecidas. Estas prácticas son fundamentales para cumplir los objetivos de reducción del desempleo, de aumento de la tasa de empleo y de lucha contra la exclusión social previstos en la Estrategia europea para el empleo.

En el ámbito del aprendizaje permanente, las empresas tienen que desarrollar un papel fundamental en varios niveles: contribuir a una mejor definición de las necesidades de formación mediante una asociación más estrecha con los agentes que diseñan los programas de educación y formación; fomentar el paso de los jóvenes de la vida escolar a la vida laboral, por ejemplo, facilitándoles el acceso a puestos de aprendizaje; valorar el aprendizaje, especialmente mediante la acreditación del aprendizaje práctico previo, y crear un entorno que estimule el aprendizaje permanente de todos los trabajadores, en particular de los que tienen un menor nivel educativo y de cualificación, así como de los de mayor edad.

#### *Salud y seguridad en el puesto de trabajo*

Tradicionalmente, la salud y la seguridad en el puesto de trabajo se han abordado fundamentalmente mediante instrumentos legislativos. Sin embargo, la tendencia, por ejemplo, a subcontratar tareas a contratistas y proveedores hace que las empresas dependan más del comportamiento de sus contratistas en el ámbito de la salud y la seguridad, sobre todo cuando trabajan en las instalaciones de la empresa.

Las empresas, los gobiernos y las organizaciones profesionales cada vez buscan con más intensidad formas complementarias de promover la salud y la seguridad, y las utilizan como condiciones para adquirir productos y servicios de otras empresas y para promocionar sus propios productos o servicios. Estas acciones voluntarias pueden considerarse complementarias de la normativa y las actividades de control de las autoridades públicas, ya que también tienen por objeto la prevención, es decir, el aumento del nivel de la salud y la seguridad en el puesto de trabajo.

A medida que aumentan los esfuerzos por mejorar la salud y la seguridad en el puesto de trabajo y la calidad de los productos y servicios, se multiplican también las presiones con la finalidad de que, en el material promocional de la empresa, se mida, se documente y se comunique esta calidad. Se han incluido, en distinta medida, criterios de salud y seguridad en el puesto de trabajo en los sistemas de certificación y en los de etiquetaje de productos y de equipos existentes, y también se han iniciado programas de certificación de los sistemas de gestión y de los subcontratistas basados, sobre todo, en la salud y la seguridad en el puesto de trabajo.

### *Adaptación al cambio*

La gran reestructuración que se está produciendo en Europa suscita preocupación entre los trabajadores porque el cierre de una fábrica o los importantes recortes de mano de obra pueden provocar una crisis económica, social o política grave en los ámbitos territoriales directamente afectados. Son pocas las empresas que, a lo largo del tiempo, no necesitan una reestructuración, acompañada a menudo de una reducción de la plantilla. Según un estudio, menos del 25% de las operaciones de reestructuración consiguen sus objetivos de reducción de costes, incremento de la productividad y mejora de la calidad y del servicio al consumidor, ya que a menudo se lesiona la moral, la motivación, la lealtad, la creatividad y la productividad de los trabajadores.

Reestructurar desde un punto de vista socialmente responsable significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y las preocupaciones de todos los afectados por los cambios. En la práctica, la forma suele ser tan importante como el fondo para el éxito

de las reestructuraciones. En particular, conviene buscar la participación y la implicación de todos los afectados mediante una información y una consulta abiertas.

Además, las reestructuraciones deben prepararse bien identificando los riesgos más importantes, calculando todos los costes directos e indirectos de las estrategias y medidas alternativas, evaluando todas las opciones que permitirían reducir los despidos necesarios.

La experiencia ha demostrado que las reestructuraciones son menos traumáticas si colaboran en ellas las autoridades públicas, las empresas y los representantes de los trabajadores. Este proceso debería intentar salvaguardar los derechos de los trabajadores a los que se les deberían ofrecer cursos de reciclaje profesional si es necesario; modernizar los instrumentos y los procesos de producción para desarrollar las actividades de emplazamiento; obtener financiación pública y privada, y establecer procedimientos de información, diálogo, cooperación y asociación. Las empresas deberían asumir su cuota de responsabilidad en cuanto al mantenimiento de la empleabilidad de su personal.

Si se comprometen con el desarrollo local y con las estrategias activas de empleo garantizando su participación en las asociaciones a favor del empleo local o la inclusión social, las empresas pueden reducir las consecuencias sociales y locales de las reestructuraciones de gran dimensión.

### **Responsabilidad social de las empresas: dimensión externa**

La responsabilidad social se extiende hasta el ámbito local e incluye, además de los trabajadores y accionistas, un amplio abanico de interlocutores: socios comerciales, proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG defensoras de intereses sociales y medioambientales. En un mundo caracterizado por las inversiones multinacionales y las cadenas de producción planetarias, la responsabilidad social de las empresas también tiene que sobrepasar las fronteras de Europa. El rápido avance de la globalización ha estimulado el debate sobre el papel y el desarrollo de una

gobernación mundial; la definición de prácticas voluntarias en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas puede considerarse una contribución a ello.

La responsabilidad social de las empresas también engloba la integración de las empresas en su entorno local. Las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades en las que se sitúan físicamente proporcionando puestos de trabajo, salarios, prestaciones e ingresos fiscales. Asimismo, las empresas dependen de la salud, la estabilidad y la prosperidad de los ámbitos donde operan. Por ejemplo, la mayor parte de sus contrataciones tienen lugar en el mercado laboral local. En este sentido, están directamente interesadas en que en su entorno haya personas con las competencias que necesitan. Además, las PYME suelen encontrar a la mayoría de sus clientes en la zona en la que se encuentran ubicadas físicamente. La reputación de una empresa en su entorno geográfico y su imagen como empresario y productor (y también como agente de la vida local) influye en su competitividad.

Muchas empresas se comprometen con la sociedad local, entre otras posibilidades, a través de la contratación de personas con problemas de exclusión social, la oferta de servicios de guardería a sus trabajadores, etc.

El establecimiento de relaciones positivas con la comunidad local y la consiguiente acumulación de capital social es especialmente importante para las empresas no locales.

Las sociedades multinacionales utilizan cada vez más estas relaciones para cimentar la integración de sus filiales en los distintos mercados en que están presentes. El conocimiento de los agentes locales, las tradiciones y los recursos del entorno local es un activo que las empresas pueden capitalizar.

### **Gestión integrada de la responsabilidad social**

A medida que la responsabilidad social vaya formando parte de la planificación estratégica de las empresas y de sus operaciones cotidianas, los directivos y los trabajadores tendrán que adoptar decisiones empresariales basándose en criterios que se

añadirán a los tradicionales. En este sentido, los modelos tradicionales de comportamiento empresarial, gestión estratégica e, incluso, ética empresarial, no siempre proporcionarán una formación suficiente para administrar las empresas en este nuevo entorno.

Para poder responder a esta necesidad será preciso formar a los directivos y trabajadores actuales y prever las cualificaciones que necesitarán los directivos y los trabajadores en el futuro.

En este sentido habría que tener en consideración los planteamientos que desde la economía social se han venido aplicando en cuanto a la participación de los trabajadores, la responsabilidad social de las empresas, su implicación territorial, etc.

#### ***2.4.7. La Agenda Social Europea***

##### **Orientaciones políticas definidas por el Consejo Europeo**

Como ya se ha comentado, el Consejo Europeo de Lisboa fijó para el conjunto de la Unión el objetivo estratégico de «convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de forma sostenible, con más y mejores puestos de trabajo y con más cohesión social».

Asimismo, estableció el objetivo del pleno empleo en una sociedad que se adapte mejor a las opciones personales de las mujeres y de los hombres. El objetivo final es situar la tasa de empleo en el 70% en el año 2010 y conseguir que la proporción de mujeres empleadas supere el 60% en el mismo período.

De acuerdo con estas orientaciones, en junio del 2000 la Comisión presentó la Agenda de Política Social. Sobre esta base, una resolución del Parlamento Europeo, adoptada en octubre del 2000, expresó el deseo de reforzar la Agenda en una serie de puntos y subrayó la necesidad de pasar revista anualmente a la Agenda Social basándose en un cuadro de indicadores elaborado por la Comisión.

### **Modernizar y mejorar el modelo social europeo**

El modelo social europeo, a través de los sistemas de protección social desarrollados, tiene que ayudar a conseguir una economía basada en el conocimiento. En Europa, las personas son el principal activo y, en consecuencia, tendrían que ser el centro de las políticas de la Unión.

La inversión en capital humano y el fomento de un estado del bienestar activo y dinámico serán esenciales tanto para conseguir que Europa ocupe un lugar en la economía basada en el conocimiento como para garantizar que el nacimiento de esta nueva economía no incremente los problemas sociales existentes de desempleo, exclusión social y pobreza. Baste reflexionar los graves sucesos de orden público que en estos días del mes de noviembre de 2005 en el que se escriben estas líneas se están produciendo en nuestra vecina Francia.

Con esta perspectiva, cabe destacar la doble finalidad de la política social: la Agenda tiene que reforzar el papel de la política social como factor de competitividad y, paralelamente, debe permitir alcanzar una mayor eficacia en relación con sus propias finalidades en materia de protección de los individuos, de reducción de las desigualdades y de cohesión social.

El Parlamento Europeo y los interlocutores sociales han insistido particularmente en esta doble finalidad: el crecimiento económico y la cohesión social se refuerzan mutuamente.

Una sociedad con más cohesión social y menos exclusión es la garantía de una economía con mejores resultados.

En primer lugar, esto supone aumentar el nivel de participación en el mercado laboral, sobre todo por lo que se refiere a los grupos menos representados o más desfavorecidos, ya que disponer de más y mejores puestos de trabajo es la clave para la integración social. Es necesario promover mercados laborales de más fácil acceso y fomentar la diversidad en el empleo como factor de competitividad y de integración

social. La estrategia de refuerzo mutuo de las políticas económicas y sociales definidas en Lisboa, que consiste en movilizar todo el potencial de empleo disponible, es decisiva para garantizar la perpetuidad de los sistemas de pensiones.

### **Conseguir el pleno empleo y movilizar todo el potencial de empleo disponible**

El dinamismo del crecimiento en Europa, ayudado por las reformas estructurales necesarias, tiene que hacer posible el objetivo del pleno empleo. Esto implica políticas más ambiciosas para alcanzar tasas de actividad más elevadas, reducir los desequilibrios regionales, reducir las desigualdades y mejorar la calidad del empleo.

Es fundamental mejorar las cualificaciones y aumentar las posibilidades de educación y formación permanentes, otorgando un papel esencial a los interlocutores sociales. En este sentido, es preciso tener presente que el desarrollo de las competencias es indispensable para mejorar la capacidad de adaptación y la competitividad y luchar contra la exclusión social. Para aprovechar plenamente las posibilidades de las tecnologías de la información y de la comunicación se necesitan cambios en la organización del trabajo. Se tendrán que combinar flexibilidad y seguridad en el contexto de una economía en transformación.

### **Beneficiarse del progreso técnico**

Los cambios tecnológicos también tienen que implicar una mejora del nivel y de las condiciones de vida que tiene que beneficiar a toda la sociedad. El impulso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación es una oportunidad excepcional que es preciso aprovechar plenamente, evitando que se produzca una diferencia cada vez mayor entre los que tienen acceso a los nuevos conocimientos y los que quedan excluidos.

### **Desarrollar la movilidad**

La integración económica y la constitución de empresas binacionales o multinacionales provocará una movilidad cada vez mayor de hombres y mujeres entre los distintos

países de la Unión. Esta tendencia, que se observa ya en los jóvenes titulados y en los cargos directivos, se debe potenciar y facilitar, especialmente entre los docentes, los investigadores y las personas en formación. Esta exigencia debe tenerse en cuenta apropiadamente en el marco de los sistemas educativos y de formación nacionales. Asimismo, es preciso modernizar y mejorar las normas comunitarias que garantizan el mantenimiento de los derechos sociales de los trabajadores que ejercen su derecho a la movilidad.

### **Aprovechar las ventajas de la integración económica y monetaria**

El establecimiento de la unión económica y monetaria, así como la existencia de un mercado interior de grandes dimensiones, hace posible una mayor transparencia en cuanto a costes y precios. Esta integración es una garantía de competitividad que debería suponer una reestructuración de los aparatos productivos y cambios sectoriales, que se deberían beneficiar de un mayor esfuerzo en materia de cualificación y formación de los trabajadores. Es necesario desarrollar un enfoque positivo de estos cambios que implique a empresas y trabajadores.

Un crecimiento constante y no inflacionista en la Unión Económica y Monetaria implica también que la evolución de los salarios tiene que ser compatible, en particular, con la evolución de los incrementos derivados de la productividad.

### **Proporcionar respuestas al envejecimiento de la población**

El envejecimiento de la población supone nuevas exigencias. Más allá del intento de llevar a cabo una política adecuada en el ámbito de la familia y de la infancia, este fenómeno exige respuestas nuevas, como el aumento de la actividad femenina, facilitar la prolongación de la actividad laboral de los trabajadores de mayor edad, la viabilidad de los sistemas de jubilación y las medidas para asumir las situaciones de dependencia.

Conseguir un índice elevado de empleo porque, al reducir la carga de las jubilaciones por persona activa empleada, aumentará la capacidad de hacer frente al envejecimiento. Por este motivo, es necesario facilitar el acceso al mercado laboral a través de medidas

contra la discriminación, adaptar los sistemas de protección social para promover la actividad y reforzar la articulación entre la vida profesional y la vida familiar.

### **Reforzar la cohesión social**

La cohesión social, el rechazo de cualquier forma de exclusión o discriminación y la igualdad entre hombres y mujeres constituyen valores fundamentales del modelo social europeo. El empleo es la mejor protección contra la exclusión social. El crecimiento tiene que beneficiarnos a todos. Por este motivo, se tienen que realizar e intensificar acciones decididas para dar respuesta a la complejidad y a las diversas dimensiones del fenómeno de exclusión o de desigualdad. Paralelamente a la política de empleo, la protección social tiene un papel primordial en este ámbito, aunque es preciso reconocer, también, la importancia de otros factores como la vivienda, la educación, la sanidad, la información y la comunicación, la movilidad, la seguridad y la justicia, el ocio y la cultura. También se tendrá que conseguir la integración de los extranjeros que residan legalmente en la Unión.

### **Conseguir que la ampliación sea un éxito en el ámbito social**

La ampliación es un reto para la Unión Europea, en particular en el ámbito social. La Unión tiene que apoyar decididamente los esfuerzos iniciados por los países candidatos para adaptar y transformar sus sistemas sociales y favorecer la puesta en marcha de un proceso de convergencia en el progreso.

### **Afirmar la dimensión social de la globalización**

La globalización de los intercambios comerciales y financieros hace aumentar la competencia y agudiza la exigencia de competitividad; este hecho tiene consecuencias sobre las políticas sociales (por ejemplo, la repercusión de las cargas sociales en los costes salariales).

Las negociaciones multilaterales de tipo predominantemente económico tienen cada vez más una dimensión social. La Unión Europea se tiene que organizar de forma que

garantice la consideración de los objetivos sociales en las negociaciones internacionales.

### **Modalidades de aplicación**

Para responder a estos nuevos retos, la Agenda tiene que garantizar que el modelo social europeo se modernice y se desarrolle e insistir en la promoción de la calidad en todos los ámbitos de la política social.

La calidad de la formación, la calidad del trabajo, la calidad de las relaciones laborales y la calidad de la política social en su conjunto son factores esenciales para conseguir que la Unión Europea alcance los objetivos que se ha fijado en cuanto a la competitividad y el pleno empleo. El desarrollo de esta vía y las acciones realizadas en el ámbito comunitario tienen que centrarse más concretamente en la consecución de unos objetivos comunes respetando el principio de subsidiariedad y otorgando el puesto que le corresponde en el diálogo social.

Para su aplicación, la Agenda Social utiliza todos los instrumentos comunitarios existentes: el método abierto de coordinación, la legislación, el diálogo social, los fondos estructurales, los programas de apoyo, el planteamiento integrado de las políticas, el análisis y la investigación.

Reconoce la necesidad de respetar plenamente el principio de subsidiariedad y la diversidad de tradiciones y de situaciones en materia social y de empleo, y mantiene un carácter evolutivo para incorporar los cambios económicos y sociales.

El fortalecimiento y la modernización del modelo social europeo, con la finalidad de dar respuesta a nuevos imperativos, implica que se aprovechen todas las consecuencias de la interacción entre el crecimiento económico, el empleo y la cohesión social a la hora de establecer las políticas de la Unión. Ésta es la base sobre la que se tienen que definir las opciones estratégicas de estas políticas.

## **Orientaciones para la política social**

### *1. Por una mayor cantidad y una mayor calidad de los puestos de trabajo*

La consecución del pleno empleo tiene que ir acompañada de un esfuerzo decidido para facilitar la participación del mayor número posible de personas en el mercado laboral, hecho que implica, en particular, que se refuercen las políticas que tienden a fomentar:

- La igualdad profesional entre los sexos.
- La mejora de la articulación entre la vida profesional y la familiar.
- El mantenimiento del empleo de los trabajadores de mayor edad.
- La lucha contra el desempleo de larga duración y ofrecer, mediante la movilización de todos los agentes, en particular los de la economía social y solidaria, perspectivas de integración para las personas más vulnerables.

Optar por una sociedad del conocimiento implica:

- Invertir en recursos humanos con la finalidad de fomentar la cualificación y la movilidad de los trabajadores. Al mismo tiempo, es importante fomentar la calidad del empleo y desarrollar, en beneficio del mayor número posible de personas, una serie de estrategias de educación y de formación permanentes.
- Aumentar la participación en el trabajo enfatizando más las políticas que favorecen una mejor articulación de la vida familiar y la profesional, tanto para los hombres como para las mujeres, y favorecer el acceso al trabajo o su mantenimiento a determinados grupos de personas (en particular los desempleados de larga duración, los trabajadores minusválidos, los trabajadores de edad avanzada, las minorías, etc.).
- Intensificar y prolongar la estrategia coordinada para el empleo. En este contexto, es preciso tener más en cuenta los objetivos relacionados con la calidad del empleo y con su importancia para el crecimiento como elemento importante de atracción e incitación al trabajo (especialmente en aspectos como las condiciones de trabajo, la

salud y la seguridad, la remuneración, la igualdad, el equilibrio entre la flexibilidad y la seguridad y las relaciones sociales).

- Luchar contra el desempleo de larga duración desarrollando estrategias activas de prevención y de reeducación basadas en la determinación anticipada de las necesidades individuales y en la mejora de la capacidad de inserción profesional.
- Apoyar la dimensión local y regional de la Estrategia europea para el empleo. La dimensión regional requerirá un planteamiento estratégico a todos los niveles y podría requerir políticas diversas y específicas para regiones distintas con el objetivo de alcanzar las metas marcadas.
- Mejorar el acceso efectivo a la educación y a la formación permanente, especialmente en el ámbito de las nuevas tecnologías, con el objetivo de evitar los déficits de cualificación. Las estrategias de este ámbito tendrían que coordinar la responsabilidad compartida de los poderes públicos, los interlocutores sociales y los individuos, con la colaboración oportuna de la sociedad civil.
- Promover la definición y la difusión de buenas prácticas sobre el empleo y la dimensión social de la sociedad de la información y desarrollar más los aspectos del plan «e-Europe» relativos a los recursos humanos.
- Facilitar la movilidad de los ciudadanos europeos gracias a la supresión de los obstáculos para la movilidad; promover el reconocimiento a escala europea de las competencias y aptitudes adquiridas; favorecer la libre circulación de personas; modernizar las normas durante el período de vigencia de la Agenda Social, garantizando el mantenimiento de los derechos de seguridad social de los trabajadores; mejorar la aplicación de la legislación en la materia, en particular favoreciendo el recurso a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación; reforzar las modalidades de salvaguardia de los derechos de pensión complementaria de los trabajadores que se desplacen dentro de la Unión Europea.
- Iniciar durante el período de la Agenda Social una reflexión sobre los vínculos existentes entre los movimientos migratorios y las políticas de empleo.

*2. Anticiparse a los cambios del entorno laboral y sacar partido de los mismos desarrollando un nuevo equilibrio entre flexibilidad y seguridad*

Las transformaciones profundas de la economía y del trabajo, relacionadas particularmente con el nacimiento de la economía basada en el conocimiento y con la globalización, hacen necesarias nuevas respuestas colectivas que tengan en cuenta las expectativas de los asalariados.

El diálogo social y la concertación tienen que crear las condiciones necesarias para la participación de los asalariados en los cambios que se produzcan, mediante la anticipación de los cambios en las empresas, los sectores industriales y los territorios.

La búsqueda de unos marcos colectivos innovadores y adaptados a las nuevas formas de empleo deberá permitir fomentar la movilidad y la inserción de las personas en unas situaciones profesionales cada vez más diversificadas, todo ello mediante la organización de transiciones entre situaciones o empleos sucesivos.

Las medidas que se adopten para hacer frente a estas transformaciones deberían:

- Recurrir equilibradamente a los distintos instrumentos comunitarios existentes, en particular al método abierto de coordinación, y dejar un gran margen de iniciativa a los interlocutores sociales.
- Reforzar la participación de los trabajadores en la gestión de los cambios que se produzcan, mejorando el marco comunitario relativo a los derechos de información, consultas y participación de los trabajadores.
- Desarrollar la estrategia comunitaria en materia de salud y seguridad en el trabajo, codificando, adaptando y, si corresponde, simplificando la normativa actual; responder a los nuevos riesgos con iniciativas normativas e intercambios de buenas prácticas; favorecer la aplicación de la legislación en las PYME, teniendo en cuenta las condiciones específicas a las que se enfrentan.
- Tener en cuenta, en el contexto de interdependencia creciente de las economías europeas, las transformaciones del entorno laboral y las relaciones laborales

(conciliación de la seguridad de los trabajadores y la flexibilidad de las empresas); continuar con el diálogo social sobre los problemas relativos a la organización del trabajo y a las nuevas formas de empleo, negociaciones sobre la responsabilidad compartida por las empresas y los trabajadores en relación con la capacidad de inserción profesional y con la capacidad de adaptación de los trabajadores, en particular desde el punto de vista de la movilidad.

- Apoyar las iniciativas relativas a la responsabilidad social de las empresas y a la gestión del cambio.
- Mejorar el funcionamiento del diálogo macroeconómico con la finalidad de que contribuya plenamente a la interacción positiva y dinámica de la política económica, social y del empleo. Favorecer los intercambios de información entre las instituciones comunitarias y los interlocutores sociales sobre los cambios que se produzcan en relación con la formación de los salarios y su composición.

### *3. Lucha contra todas las formas de exclusión y de discriminación para favorecer la integración social*

Conseguir un crecimiento económico sostenido y el pleno empleo no significa que las situaciones de pobreza y de exclusión desaparezcan espontáneamente, sino que se hace aún más inaceptable su persistencia. Es necesario tomar medidas para dar un impulso decisivo a la eliminación de la pobreza. En la práctica, esta voluntad se tiene que traducir en lo siguiente:

- Movilizar a todos los agentes locales, en particular las ONG y los servicios sociales. También es preciso tener presente las medidas que garanticen la igualdad de trato para los inmigrantes.
- Aprovechar las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación para reducir la exclusión social, fomentando el acceso de todas las personas a la sociedad del conocimiento.
- Desarrollar todas las acciones que tiendan a garantizar una mejor integración de las personas con disminución en todos los ámbitos de la vida social.
- Crear las condiciones para llevar a cabo una asociación eficaz con los interlocutores sociales, las organizaciones no gubernamentales, las administraciones territoriales y

los organismos que gestionan los servicios sociales. Implicar a las empresas en esta asociación para reforzar su responsabilidad social.

#### 4. Modernizar la protección social

La modernización de los sistemas de protección social debe satisfacer las exigencias de solidaridad: éste es el objetivo de las acciones a emprender, tanto en materia de pensiones y de sanidad como para conseguir un estado social activo que anime a la participación en el mercado laboral.

#### 5. Fomentar la igualdad entre hombre y mujer

El fomento de la igualdad entre ambos sexos se tiene que hacer de forma transversal en la totalidad de la Agenda social y deberá completarse con una serie de medidas específicas relativas a:

- El acceso de la mujer a la toma de decisiones.
- El refuerzo de los derechos en materia de igualdad y la articulación entre la vida profesional y la familiar.
- La ampliación y el refuerzo de las iniciativas y las medidas que fomenten la igualdad profesional entre el hombre y la mujer, especialmente en materia de remuneración.
- Garantizar una mejor articulación de la vida familiar y la profesional fomentando, especialmente, una atención de calidad a los niños y las personas dependientes.

#### 6. Reforzar la dimensión social de la ampliación y de las relaciones exteriores de la unión europea

La ampliación y las relaciones exteriores son, por varios motivos, un reto y una oportunidad para la acción comunitaria en el ámbito social. Es necesario desarrollar el intercambio de experiencias y estrategia con los estados candidatos, especialmente para

hacer frente con más eficacia a los desafíos del pleno empleo y de la lucha contra la exclusión y fomentar una agenda económica y social integrada.

*Retos del plan general de empleo según la nueva estrategia europea para el empleo*

Después de cinco años de aplicación, la Estrategia europea para el empleo fue revisada con la colaboración y el consenso de los actores implicados en su implementación, dando lugar a unas nuevas líneas directrices para las políticas de empleo de los estados miembros aprobadas por la Comisión en abril de 2003.

Con estas directrices se han integrado en la EEE los objetivos fijados en la Cumbre de Lisboa y se han tenido en consideración nuevos retos que pueden tener implicaciones en materia de empleo, como la ampliación de la UE, la aceleración de los cambios económicos, sociales y demográficos, la globalización, etc. Así, se han establecido tres grandes objetivos: alcanzar el pleno empleo; mejorar la calidad y la productividad del trabajo, y reforzar la cohesión social y la inserción.

El horizonte temporal para alcanzar estos objetivos es el año 2010, aunque se prevé una revisión intermedia para el próximo año, 2006.

Para apoyarlos, las nuevas líneas directrices determinan 10 prioridades de acción:

1. Ayudar a los desempleados y los inactivos a encontrar trabajo y prevenir el paro de larga duración.
2. Fomentar el espíritu de empresa y mejorar las condiciones para la creación de nuevas empresas.
3. Promover la capacidad de adaptación al cambio de los trabajadores y las empresas, teniendo en cuenta la necesidad de flexibilidad y seguridad.

4. Aumentar y mejorar las inversiones en recursos humanos y las estrategias de educación y de formación a lo largo de la vida.
5. Aumentar la oferta de mano de obra y promover el envejecimiento activo.
6. Promover la igualdad entre hombres y mujeres en lo que respecta al empleo y la remuneración.
7. Combatir la discriminación de los grupos desfavorecidos.
8. Mejorar los incentivos financieros para que trabajar sea rentable.
9. Reducir considerablemente el trabajo no declarado.
10. Promover la movilidad profesional y geográfica.

### **2.5. Entorno laboral del titulado universitario y el postgrado**

Existe un significativo desajuste entre la oferta y demanda de titulados universitarios en el mercado de trabajo. Tomando los valores medios de los datos aportados por el Ministerio de Educación y Ciencia respecto a universitarios graduados, por áreas de enseñanza universitaria, en los cursos 2002-2003 y 2003-2004 y los registrados por la Guía de las Empresas que Ofrecen Empleo en esos mismos años respecto a la oferta empresarial dirigida a los titulados universitarios, se observan los siguientes desequilibrios:

Carencia de titulados en enseñanzas técnicas: el 55,3% de las ofertas de empleo se destinan al 21,6% de los graduados universitarios.

Exceso de graduados en ciencias sociales y jurídicas: el 31,1% de las ofertas de empleo se destinan al 50,9% de los graduados universitarios.

*Exceso de graduados en ciencias experimentales y de la salud:* el 8,8% de las ofertas de empleo se destinan al 18,5% de los graduados universitarios.

*Exceso de graduados en humanidades:* el 4,9% de las ofertas de empleo se destinan al 9,9% de los graduados universitarios.

Es decir, mientras que cada titulado en enseñanzas técnicas tiene 3 ofertas de empleo a su disposición, la mitad de los demás graduados no tendrán oportunidades laborales acordes a sus estudios y expectativas.

Los datos proporcionados por el Informe Infoempleo van en esta misma línea, manifestando que este desajuste es especialmente llamativo para dos grupos de titulados: arquitectos técnicos y licenciados en derecho. Las ofertas de empleo para los primeros cuadruplican el número de titulados, mientras que en el caso de los segundos sucede lo contrario.

Este desequilibrio puede explicar, en parte, los resultados de dos recientes estudios, realizados por la Oficina de Estadísticas de la Unión Europea Eurostat y por la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación (ANECA).

Ambos estudios revelan que una tercera parte de los universitarios se incorporan al mundo laboral en algún empleo que no tiene relación con la formación recibida. En el informe de Eurostat se constata, además, que quienes tienen un empleo más concordante con su formación sufren niveles menores de contratación temporal o a tiempo parcial y que “la diferencia más importante se da en España: para los jóvenes que tienen un empleo inadecuado el estatus profesional medio es de 11 puntos inferior al que quienes ejercen un trabajo adecuado a sus cualificaciones”.

Aunque las cifras que ofrece el Ministerio de Educación y Ciencia respecto a los matriculados por áreas de enseñanza durante los cinco últimos cursos académicos (1998-1999 a 2003-2004) apuntan hacia un crecimiento de las enseñanzas técnicas (del 23,5% al 27%), un descenso de las áreas de humanidades (del 10,2% al 9,1%) y ciencias

sociales y jurídicas (del 50,7% al 48,5%), y la estabilidad en los estudios de ciencias experimentales y de la salud (del 15,7% al 15,4%), estas variaciones porcentuales serán insuficientes para paliar de manera significativa los desajustes observados entre la oferta y demanda si se mantienen las actuales tasas de fracaso y abandono universitario y las tendencias de oferta de empleo para universitarios de los últimos años.

El actual desajuste entre la oferta y demanda universitaria no es un hecho nuevo. En 1989, el porcentaje de matriculados y de parados, por áreas de enseñanza, era la siguiente: 12% y 45%, respectivamente, en humanidades; 53% y 25% en ciencias sociales y jurídicas; 15% y 4% en enseñanzas técnicas; y 20% y 14% en ciencias experimentales y de la salud.

En los quince años transcurridos desde entonces, se observan pocas variaciones en la distribución de matriculados por áreas de enseñanza: humanidades, ciencias sociales y jurídicas y ciencias experimentales y de la salud tan sólo pierden 2 puntos porcentuales cada uno, a favor de enseñanzas técnicas.

Por otro lado, hace ya unos años que la distribución de alumnos matriculados en los diferentes niveles de titulación universitaria no se encuentra en consonancia con las demandas empresariales (más ingenierías técnicas que ingenierías y más licenciaturas que diplomaturas). En este sentido, en los últimos años se observa una caída de dos puntos en las matriculas efectuadas para estudios de licenciatura frente a un incremento de medio punto en para los estudios de diplomatura.

En definitiva, existe una necesidad constatada de poner en marcha servicios de asesoramiento académico y profesional - destinados no sólo a los propios alumnos, sino también a sus padres, profesores, tutores y orientadores - que, mediante un proceso formativo y orientador, contribuyan a evitar los errores de desorientación y posibiliten una mayor adecuación entre los intereses y características personales de los jóvenes a las expectativas reales de empleo y de carrera profesional. Porque no se trata sólo de obtener un título universitario y conseguir un trabajo, sino de alcanzar una

empleabilidad que permita desarrollar una trayectoria profesional acorde con la formación recibida y, sobre todo, con las capacidades y competencias personales.

Esta necesidad se hace tanto más imprescindible en un momento en el que confluyen dos factores determinantes:

- La reforma del sistema universitario español en cumplimiento de las decisiones adoptadas en la Conferencia de Bolonia (1999) respecto a la construcción de un Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y entre cuyos objetivos estratégicos se encuentra “la promoción de la movilidad y empleabilidad de los ciudadanos y el desarrollo global del Continente”.
- El papel indiscutible que desempeña actualmente el capital humano como elemento dinamizador de las organizaciones y, por tanto, de la propia economía.

En los últimos diez años se han modificado profundamente los parámetros tradicionales del escenario laboral de nuestro entorno, tanto en lo que se refiere a la estructura del empleo como a sus formas: ha cambiado el modelo tradicional de empresa, ha cambiado el concepto de trabajo, han surgido nuevas modalidades de empleo y ha adquirido un papel protagonista el capital humano.

La práctica erradicación del horizonte laboral del empleo continuo y estable en una misma empresa obliga a los nuevos profesionales a estar preparados para cambiar de trabajo, de puestos, y de funciones varias veces a lo largo de su vida laboral. Hoy en día, la fijeza o continuidad ha sido sustituida por el nuevo concepto de «empleabilidad» —la adquisición y mantenimiento de unas capacidades socialmente útiles y, en consecuencia, demandadas por el mercado—, que supone la garantía de empleo en el conjunto del sistema productivo.

En este sentido, es cada vez más habitual que las empresas seleccionen a sus futuros empleados en base a su potencial más que por sus conocimientos, y aunque no cabe duda de que una sólida preparación académica es indispensable a la hora de desarrollar

ciertas técnicas necesarias para incorporarse al mundo laboral, es el conjunto de competencias, habilidades y actitudes del candidato el que hoy en día puede decantar la balanza de la selección.

Es decir, para plantearse hoy una carrera profesional de éxito a medio o largo plazo es necesario aglutinar ambos factores:

- Los conocimientos, tanto los obtenidos en la formación universitaria como los que necesariamente habrá que adquirir, actualizar y reforzar después a través de la formación continua, constituyen la base sobre la que se puede construir una carrera profesional.
- Las competencias, entendidas como un conjunto de capacidades, habilidades y actitudes personales, constituyen los verdaderos elementos potenciadores del desarrollo profesional.

Este cambio de enfoque se constata igualmente en las propias características del mercado de trabajo. Hasta hace no muchos años, el mercado laboral se regía en función de la oferta por ocupaciones y profesiones: abogados, médicos, ingenieros, maestros, economistas, farmacéuticos, etc. Hoy en día, sin embargo, los empleadores han roto los tradicionales esquemas de «salidas profesionales» y la oferta del mercado de trabajo se estructura cada vez más en torno a perfiles y funciones: técnico, comercial, gestión, calidad, recursos humanos, producción, administración, prevención de riesgos, etc.

Todo ello exige que los nuevos profesionales sean más polivalentes y capaces de aplicar su formación inicial en una amplia gama de actividades.

En este contexto, se hace imprescindible que los alumnos, ya desde su etapa pre-universitaria, sean conscientes de las nuevas circunstancias y de la necesidad de desarrollar su empleabilidad (formación + competencias) de cara a su futura integración profesional en un mercado de trabajo cada vez más abierto y competitivo. No cabe duda, por otro lado, que el desarrollo adecuado de esa empleabilidad se verá favorecido si el individuo ha sabido efectuar una correcta elección de carrera académica y profesional y se siente satisfecho y a gusto con aquello que realiza.

### **3. LA FORMACIÓN DE POSTGRADO EN ESPAÑA**

#### **3.1. Panorama de la formación de postgrado**

Lo primero que llama la atención al acercarse a la formación de postgrado es la oferta de programas de postgrado, que ha mantenido un incremento permanente en los últimos diez años. Así, mientras que en el año 1995 se habían contabilizado 655 programas, a inicios del año 2005 la oferta se situaba en torno a los 2.440 programas. Es decir, entre los años 1995 y 2005, el número de programas ofrecidos ha aumentado a una tasa anual superior al 15%, tasa que bien puede calificarse de espectacular.

En los últimos años la oferta de postgrado se ha desarrollado principalmente en Madrid, Cataluña, Valencia y País Vasco. Es decir, estamos asistiendo a una generalización de la oferta de postgrados a lo largo y ancho de toda la geografía española. Por lo que respecta al área de conocimiento, la mayor oferta se produce en el área de empresa, seguida de ciencias sociales, sanidad e ingeniería. Las preguntas que surgen son: ¿Cuáles son las causas del crecimiento?, ¿se va a seguir expandiendo la oferta?, ¿cuál es la configuración del sector?, ¿cuál puede ser el impacto de la creación del Espacio Europeo de Educación?

Para comprender las causas del crecimiento de la formación de postgrado en España hay que partir de la valoración positiva que de ésta realizan las empresas a la hora de contratar y promocionar a sus empleados y directivos. La formación de postgrado se asocia a mayores oportunidades.

Otro punto a subrayar es que la formación de postgrado ha carecido en España de cualquier tipo de regulación oficial, operando en un régimen de estricto mercado. De ahí que dos títulos Master puedan tener una misma denominación y encubrir experiencias formativas muy diversas y de calidad muy desigual.

Lo cual provoca que el elemento verdaderamente diferenciador ya no sea la denominación del título sino la credibilidad y reputación de la institución que lo otorga,

lo cual es importante en una situación donde a las ofertas tradicionales de la universidad y su capacidad para crear títulos propios, hay que añadir la de los colegios profesionales, los despachos de abogados, los medios de comunicación y las grandes empresas (universidades corporativas), etc.

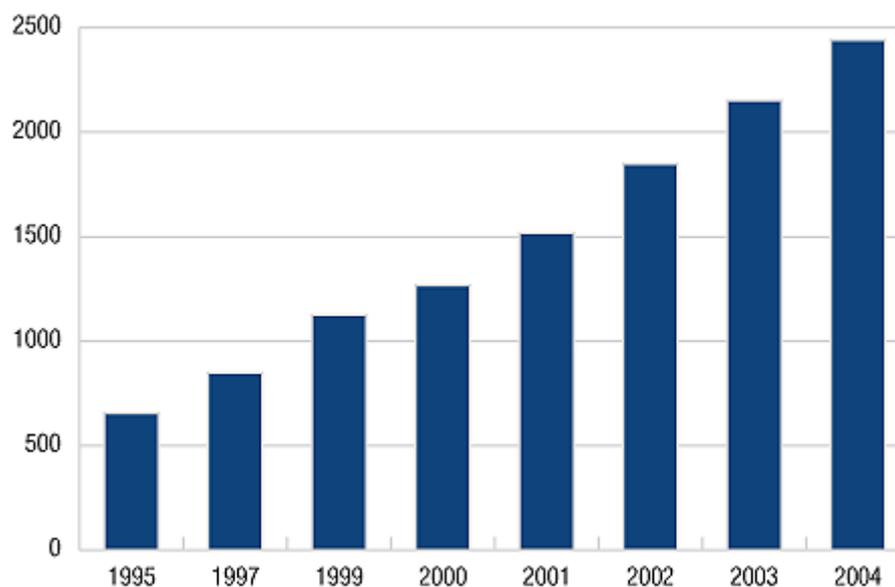
La previsión de número de cursos de postgrado que se ofertarán en 2006 según los datos del Informe Infoempleo 2005 se acercara a 3.000, en concreto 2.900 programas diferentes. Infoempleo considera programas de postgrado aquellos “dirigidos a titulados universitarios o profesionales con una experiencia relevante, cuya duración supere las 400 horas lectivas y tenga definido un programa estructurado y con carácter permanente”.

#### *Evolución de la Oferta de Postgrado en España 1995-2005*

	1995	1997	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Programas	655	849	1.126	1.267	1.519	1.849	2.151	2.440
Incremento año				12,50%	19,90%	21,70%	16,30%	13,40%

*Fuente: Informe INFOEMPLEO 2005.*

La prueba más contundente de esta demanda de postgrado se encuentra en el crecimiento de un 13,4%, que ha mostrado la oferta de programas de postgrado, hasta situarse en torno a los 2.440. Un crecimiento que no ha cesado en la última década y que sólo puede ser explicado a la luz de una demanda cada vez mayor de esta formación a los candidatos por parte de las empresas.



Si consideramos la localización geográfica de la oferta, el citado informe indica que Madrid, Cataluña, Valencia y País Vasco concentran aproximadamente la mitad de la oferta de programas, si bien la tendencia observada en los últimos años apunta hacia una creciente dispersión.

Así, dichas comunidades representaban en 1999 más del 70% de la oferta. Es decir, estamos asistiendo a una generalización de la oferta de postgrados a lo largo y ancho de toda la geografía española.

### *Distribución Geográfica de la Oferta de Postgrado*

	% sobre el total de cursos ofrecidos					
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Madrid</b>	30,5%	24,3%	24,2%	20,3%	20,9%	19,9%
<b>Cataluña</b>	23,4%	24,2%	20,2%	19,7%	18,8%	19,3%
<b>País Vasco</b>	11,1%	4,4%	4,0%	4,8%	3,8%	3,9%
<b>Valencia</b>	7,1%	6,4%	6,2%	5,6%	6,2%	6,4%
<b>Resto España</b>	27,9%	40,7%	45,4%	49,6%	50,3%	50,5%

Fuente: Informe INFOEMPLEO 2005.

Por áreas de conocimiento, también se observa una generalización de los programas de postgrado en todos los ámbitos del saber, si bien la mayor oferta se produce en el área de empresa que en el año 2004 representaba un tercio del total de programas ofertados, seguida por ciencias sociales (un 20%), sanidad (un 12,56%) e ingeniería (un 10,89%). Como veremos más adelante, el área de empresa es la que tiene una mayor tradición y la que ha conocido no sólo un mayor desarrollo cuantitativo sino también cualitativo e institucional.

Ante este espectacular crecimiento de la formación de postgrado en nuestro país, cabe formularse múltiples preguntas. ¿Cuáles son las causas que explican este fuerte crecimiento? ¿En el futuro se va a seguir expandiendo la oferta de postgrado con tanto vigor? ¿Cuál es la configuración actual de este sector? ¿Cuál puede ser el impacto de la creación del Espacio Europeo de Educación Superior?

### **Las causas del crecimiento de la formación de postgrado en España y la configuración actual del sector**

Para comprender el crecimiento de la formación de postgrado en España debemos considerar, en primer lugar, la fuerte demanda social de la misma, demanda que está fuertemente influenciada por la valoración que de ésta realizan las empresas a la hora de contratar y promocionar a sus empleados y directivos.

La positiva y creciente valoración en estos últimos años de la formación de postgrado por parte de las empresas explica, en buena parte, su atractivo para muchos jóvenes titulados universitarios o profesionales con experiencia. Es decir, la formación de postgrado se asocia a mayores oportunidades de carrera profesional. Asociación que en el apartado siguiente será analizada con más detalle y matizada.

Con ser la demanda social un factor extraordinariamente importante, nuestra comprensión del espectacular desarrollo de la formación de postgrado en España quedaría incompleta si no contemplásemos también los aspectos relacionados con la

oferta, aspectos que nos permiten explicar cómo se ha llegado a la configuración actual de este segmento de nuestro sistema educativo.

Hasta el momento presente, y con la excepción de los estudios de doctorado, la formación de postgrado ha carecido en España de cualquier tipo de regulación oficial, a la par que ha venido operando en un régimen de estricto mercado. Aspectos que distinguen de forma muy significativa la formación de postgrado del resto del sistema educativo.

La ausencia de regulación oficial (como veremos en algunas áreas de conocimiento se dan experiencias significativas de autorregulación) comporta que no existan unos requisitos mínimos comunes de tipo académico a cumplir por todos los ofertantes (p.e. sobre duración y contenido de los estudios, perfiles del profesorado, etc.).

De ahí, que dos títulos Master que tengan una misma denominación pueden encubrir experiencias formativas muy diversas y de calidad muy desigual. Como resultado de esta situación de falta de transparencia y equivalencia, el elemento verdaderamente diferenciador ya no será la denominación del título sino la credibilidad y reputación de la institución que lo otorga. Dicho en otros términos, los empleadores no sólo valoran que un candidato haya cursado un programa de postgrado en un área de conocimiento relevante para el puesto que buscan cubrir, sino que dicha valoración depende en gran medida del centro o institución en que se han cursado dichos estudios.

Lo anterior, junto con el fuerte aumento de la demanda social, ha configurado un sector en el que históricamente las barreras a la entrada han sido bajas para todos aquellos ofertantes de formación que fueran creíbles. Así, frente a los ofertantes tradicionales (las universidades y en el ámbito de dirección de empresas las escuelas de negocios), en estos últimos años se han incorporado con gran vigor los colegios profesionales, las grandes empresas de consultoría, los grandes despachos de abogados, los propios medios de comunicación y más recientemente, pero también con fuerza, las grandes empresas a través de la creación de sus propias “universidades corporativas”. El gran número y heterogeneidad de actores que protagonizan la formación de postgrado, que

además operan en un contexto de mercado altamente dinámico y competitivo, constituye otra nota fuerte que la diferencia con claridad de los otros segmentos del sistema educativo.

Entre estos diferentes actores, las universidades públicas han tenido un fuerte protagonismo en la expansión cuantitativa de la oferta de programas de postgrado. El aumento sustancial de autonomía que confirió la Ley de Reforma Universitaria (LRU) de 1983 a las universidades públicas, una de cuyas dimensiones es la capacidad para crear títulos propios, es el fundamento que les ha permitido desplegar una amplia oferta de programas de postgrado de todo tipo y características. Si a ello añadimos la creación de nuevas universidades públicas en las diferentes comunidades autónomas, tendremos una de las claves explicativas no sólo del espectacular crecimiento del número de programas de postgrado sino también de su generalización por toda la geografía española.

En las universidades con una oferta amplia de programas de postgrado se ha tendido a crear Institutos de Postgrado que permiten una ordenación y racionalización de la oferta a la par que una gestión más ágil de la misma, aspecto clave para operar con éxito en un mercado cada vez más competitivo. Con todo, en los países anglosajones en donde la formación de postgrado está más desarrollada, la fórmula institucional que tiende a predominar no son los Institutos de Postgrado sino las “Graduate Schools”.

Por último, indicar que a diferencia de lo que sucede en la educación universitaria reglada, en donde las universidades públicas tienen una posición de clara hegemonía con cerca del 90% de la matrícula estudiantil, en el ámbito de los postgrados los centros y las universidades privadas (y de manera creciente los actores no-tradicionales antes mencionados) han jugado en el pasado y juegan en la actualidad un papel de primer orden, tanto por la importancia cuantitativa como cualitativa de su oferta.

En síntesis, la ausencia de regulación oficial, las bajas barreras a la entrada, el crecimiento sostenido de la demanda de formación de postgrado, y la creación tanto de nuevas universidades públicas como de centros privados configuran un sector que si

bien ha conocido un notable desarrollo, está fuertemente fragmentado y con una parte importante de su oferta relativamente poco diferenciada y con un grado de especialización débil. Llegados a este punto, la cuestión es, ¿en qué medida la configuración actual del sector se va a mantener, o bien si son previsibles cambios significativos a medio plazo?

### **Anticipando el futuro: Las transformaciones en curso en el sector de la formación de postgrado**

Existen cuatro grandes fuerzas de cambio que ya están presentes y cuyo desarrollo y efecto combinado van a producir una transformación en profundidad del sector de la formación de postgrado en España tal como hoy lo conocemos. Y ello en un plazo de tiempo relativamente corto, quizás de no más de 5-6 años.

Dada la lentitud de adaptación que suele caracterizar a las instituciones académicas, quien no esté ya preparándose para estos cambios tendrá pocas posibilidades de llegar a tiempo y de aprovechar las oportunidades que éstos presentan.

Las cuatro grandes fuerzas son:

- 1) Los cambios en la demanda social como consecuencia de que la formación se convierte cada vez con más fuerza en un elemento necesario de acompañamiento a lo largo de la carrera profesional.
- 2) La incorporación de las nuevas tecnologías en los procesos de aprendizaje.
- 3) La internacionalización de la formación de postgrado.
- 4) La creación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

### 1) Los cambios en la demanda social de formación de postgrado

La formación de postgrado juega papeles diferentes en función del momento de la carrera profesional de la persona:

En la fase inicial, actúa principalmente como un facilitador de la inserción en el mercado de trabajo. La adquisición de conocimientos en un determinado ámbito de especialización y el desarrollo de competencias profesionales específicas aumentan el atractivo para los potenciales empleadores, especialmente en el caso de titulados con escasa o nula experiencia.

En el caso de profesionales con experiencia, la formación de postgrado actúa como un garante de empleabilidad, y de manera creciente como un mecanismo de vinculación y fidelización a la empresa de sus mejores empleados y directivos. En este estado, la formación se orienta al desarrollo de competencias directivas y/o la adquisición de conocimientos altamente especializados. Se trata básicamente de una “actualización” del perfil profesional de la persona que puede tener por finalidad la aceleración de su carrera o bien un replanteamiento de la misma.

Esta primera consideración nos permite realizar una primera segmentación de los programas de postgrado en función de los perfiles de las personas a las que se dirigen: los programas para titulados universitarios sin experiencia (programas recién titulados, programas junior) y los programas para profesionales con experiencia laboral (denominados *programas Executive*, *programas Senior*).

Esta segmentación es sumamente relevante porque el formato, los contenidos y los enfoques de aprendizaje varían significativamente en un tipo u otro de programa.

Una parte significativa de los programas de postgrado que se ofrecen en España está dirigida al primer grupo, el de titulados con poca experiencia laboral. Es interesante apuntar que se está produciendo un cambio en la percepción social sobre este tipo de Masters, que aunque valorados por las empresas, ya no se consideran como una

garantía para conseguir un puesto de trabajo. Por otra parte, la caída gradual que se va a seguir produciendo en el número de titulados graduados en nuestras universidades tiene un doble efecto: por un lado, reduce el número de potenciales demandantes de programas de postgrado “*recién titulados*” y, por otra, al graduarse menos estudiantes también les es más fácil encontrar trabajo, por lo que los incentivos para cursar un programa de postgrado de ese tipo son menores.

Por todo ello, y a la luz de las tendencias descritas, es previsible que la demanda de programas de postgrado de tipo “*recién titulados*” muestre a medio plazo un crecimiento sensiblemente menor al de estos últimos años.

En cambio, la tendencia predominante, tanto en Estados Unidos como en Europa, es la de un crecimiento sostenido en la demanda de los programas de postgrado del tipo Executive, especialmente de los que se ofrecen a tiempo parcial o en formatos compatibles con la actividad profesional. Tendencia que también se observa en nuestro país. Después de analizar las demandas de puestos de trabajo de los últimos 4 años en España, el Informe Infoempleo concluye que cada vez más la formación de postgrado es vista como garante de empleabilidad, estando orientada preferentemente hacia perfiles con experiencia. Por el contrario, la visión del postgrado como elemento de inserción para titulados pierde importancia.

El hecho de que la formación se esté convirtiendo en una actividad necesaria a lo largo de la carrera profesional está impulsando la demanda de programas de postgrado que se dirigen a participantes de mayor edad y experiencia. En este sentido, la tradicional distinción entre la formación de postgrado (*titulados Master*) y la formación continua (*no titulados*) se está difuminando con la aparición de programas híbridos, tales como los Executive MBA.

No hay duda de que la demanda de programas *Executive* es la que presenta mayores perspectivas de crecimiento a largo plazo, sin embargo, darle respuesta adecuada requiere de un conjunto de capacidades organizativas que exigen una voluntad decidida, recursos, esfuerzo sostenido y tiempo desarrollar.

Las instituciones y centros que, teniendo programas de postgrado “*recién titulados*”, deseen expandir o bien reconducir su oferta hacia programas *Executive*, deberán superar las significativas barreras a la movilidad existentes (empezando por el perfil del profesorado propio, y siguiendo por la reputación del centro, sus vínculos con el mundo empresarial y de la profesión, etc.)

#### La incorporación de las nuevas tecnologías en los procesos de aprendizaje

Según el informe Infoempleo, en los últimos años se está produciendo un desarrollo bastante notable de los nuevos canales o modalidades de impartición, donde destaca especialmente Internet sin olvidar otros soportes digitales como los CD interactivos. Este desarrollo ha comportado que el peso de los programas presenciales haya pasado de ser el 100% de la oferta de postgrado en 1997 a algo menos del 70% en el año 2004.

#### La internacionalización de la formación de postgrado

El motor de este proceso lo constituye la creciente movilidad internacional de los estudiantes de postgrado. Esta tendencia puede ser tanto una amenaza como una oportunidad, dependiendo de la fortaleza de la oferta de postgrado. En estos últimos años se puede observar como un número creciente de centros y universidades españolas están jugando con fuerza la baza de atraer a estudiantes internacionales a sus aulas. Aquí el idioma tiene un papel determinante. El uso del español como lengua vehicular proyecta a las instituciones españolas predominantemente hacia América Latina y Portugal. En cambio, el paso al empleo del inglés como lengua vehicular permite la internacionalización plena del alumnado.

La internacionalización de los programas de postgrado, especialmente si son impartidos en inglés, comporta también la internacionalización del profesorado. Ello representa una “ruptura” muy significativa en las prácticas de contratación de profesorado, pues de reclutar en el mercado nacional se pasa a reclutar en el mercado internacional, con las implicaciones retributivas y de todo tipo que ello implica. En este aspecto, los avances en términos generales son bastante modestos, si bien hay algunos centros (especialmente entre las escuelas de negocios) con un grado notable de

internacionalización de su claustro, con profesores procedentes de más de una quincena de países.

La presencia de universidades y centros extranjeros en España, en donde imparten sus titulaciones y compiten de manera directa.

En el caso específico de las escuelas de negocios, tenemos la existencia de rankings de escuelas tanto a nivel mundial, europeo y nacional. También existen sistemas internacionales de acreditación de escuelas (el europeo EQUIS y el norteamericano AACSB) y de titulaciones (AMBA, específico para programas MBA).

#### La creación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES)

El EEES va a transformar de manera significativa la configuración actual del sector de la formación de postgrado en España. Los impactos más destacables son:

- La estratificación del sistema universitario español, en donde el prestigio y la reputación, estarán cada vez más, asociados a la investigación y a los postgrados.
- Esta estratificación producirá, a medio plazo, un redimensionamiento de la oferta de programas de postgrado tanto pública como privada. Aquellos programas que no tengan un grado de diferenciación fuerte tendrán crecientes dificultades para sobrevivir en el competitivo entorno europeo de educación superior. Aquellos que lo consigan, por el contrario, podrán capitalizar las oportunidades que el EEES va a crear (aquí el empleo del inglés como lengua vehicular es un requisito *imprescindible*).

El futuro de la educación superior en Europa pasa irremediablemente por Bolonia. El denominado “Proceso de Bolonia” tiene como objetivo la creación de un espacio europeo de la enseñanza superior que sea coherente, compatible y competitivo. Es la iniciativa combinada más importante de universidades y gobiernos que nunca hasta ahora se había dado. Es un proceso a escala europea (participan 40) incluidas la Repúblicas Bálticas, más Rusia y Turquía.

Los objetivos específicos que se han fijado son cinco: construir un marco de referencia común de titulaciones; una generalización de los niveles de grado que deben dar acceso al mercado laboral; un sistema compatible de créditos; un seguro de calidad a escala europea y la eliminación de los obstáculos a la movilidad. Bolonia es el compromiso político de reformar las estructuras de los sistemas de enseñanza superior de manera convergente.

A la hora de preguntarnos de donde venimos, tenemos que señalar cinco situaciones a reformar: en primer lugar, la experiencia adquirida con los programas de movilidad en sus distintas versiones (Erasmus/Sócrates, Leonardo, etc.). Estos han facilitado la ampliación de la formación, han favorecido la formación de ciudadanía europea y puesto de manifiesto la necesidad de simplificar las estructuras para hacerlas más compatibles entre sí. A todo ello debemos añadir la fuerte tensión entre mercados europeos de un lado y titulaciones puramente nacionales. En segundo lugar, el surgimiento del mercado europeo de empleo. En la UE, los profesionales compiten en el mismo trabajo, independientemente de su país de origen.

Actualmente la mayor limitación al libre acceso al mercado laboral europeo es el difícil reconocimiento de titulaciones no nacionales. En tercer lugar, la toma de conciencia de que Europa perdió protagonismo a beneficio de EEUU. Consumimos mucha educación de EEUU y exportamos poco. Además no se van a reconocer las titulaciones europeas al nivel que conviene en el resto del mundo si no se reconocen primero en Europa. En cuarto lugar, está todo lo que se relaciona con la excesiva duración de los estudios, las altas tasas de deserción (sin título), la escasa flexibilidad para crear de estudios. Por último y en quinto lugar, una población universitaria en disminución que llevará a fusionar universidades y suprimir departamentos.

El proceso de Bolonia es paulatino pero irreversible y avanza en cuatro frentes:

1. La creación de estructuras de dos niveles para reemplazar los diplomas de excesiva duración: grado y Master oficial. El desarrollo de las titulaciones de primer grado ha sacado a la luz tres problemas:

- a. La noción de empleabilidad. ¿qué implica para este primer nivel poder tener una formación útil en el mercado de trabajo?
  - b. La primera preocupación de los académicos es la posible pérdida de la calidad, ya que la reforma implica reducir parte de los contenidos.
  - c. El desarrollo de las nuevas titulaciones conlleva otra cuestión: la coexistencia con las carreras ofrecidas por el sistema terciario, ¿cómo diferenciar claramente ambas formaciones? ¿Cómo evitar superposiciones inútiles?
2. El segundo frente en el que se avanza es en la introducción generalizada del sistema europeo de créditos, ECTS. El elemento innovador del sistema europeo es tener en cuenta la totalidad de las actividades del estudiante para otorgar créditos. Esto da mayor flexibilidad.
  3. El tercero es la garantía de calidad o la acreditación. Aquí las dudas son mayores en cuanto al tipo de mecanismos de aseguramiento de la calidad necesaria en Europa. Bien es cierto que para que haya calidad, cada universidad tiene que crear en su seno mecanismos de evaluación y mejora de la calidad.
  4. El cuarto frente irreversible hacia el que se avanza es el de la reforma curricular por disciplinas. Junto a la reforma de las estructuras de las actuales titulaciones, se necesita un proceso de reflexión sobre el contenido de los estudios. Se aspira a desarrollar un modelo de estructura curricular en cada área que favorezca el reconocimiento y la integración de diplomas europeos. En este contexto, el reto es cómo pasar de modelos de enseñanza centrados sobre el profesor a modelos de aprendizaje centrados sobre el estudiante.

En definitiva, Bolonia se nos presenta como el movimiento hacia una Europa de universidades, como plataforma para el desarrollo de un debate nuevo sobre el papel de las universidades en la nueva Europa.

Estamos en camino hacia una Europa educativa con sistemas diversos pero con objetivos compartidos para beneficio de los ciudadanos y de la Unión Europea como tal, en el 2010. Esto nos exige trabajar porque los sistemas y las instituciones educativas europeas se vean como referencias de calidad. También se nos pide que los sistemas tengan un grado de compatibilidad suficiente para que los europeos puedan aprovechar su diversidad en vez de encontrarse limitados o penalizados por ella y así, con todo ello, que Europa consiga de nuevo ser el destino preferido de los estudiantes.

Nada de esto será posible si no se aborda, en primer lugar, el grave déficit de financiación de las universidades europeas en comparación con las de EEUU. Aquí debemos añadir la débil contribución de recursos privados en Europa. En segundo lugar, se debe superar la menor preparación de las universidades europeas a la competición mundial; y en tercer lugar, la necesidad de invertir mucho más.

Ninguno de estos retos y tareas son nuevos. Lo innovador es que se han convertido en retos comunes europeos.

Los estados europeos se encuentran inmersos en un proceso de cooperación para crear el área Europea de Educación Superior; fruto de los encuentros recientes es posible examinar el sistema universitario español en comparación con nuestros países vecinos.

Respecto a lo relativo a la enseñanza y formación:

- La demanda actual de universidad está adquiriendo un carácter orientado a la actividad profesional y descuida el carácter formativo integral que facilita a los estudiantes adaptarse a los cambios sociales y necesidades económicas. La universidad requiere un proceso continuado de formación a lo largo de la vida y mostrar mayores grados de flexibilidad.
- Respecto a la tendencia hacia un proceso continuado de formación, las cifras arrojan un porcentaje mayor de la población con estudios superiores en España que en la media OCDE pero un porcentaje menor en educación secundaria (40 frente al

64%), todo ello el tramo de edad de 25-34 años. La formación superior no universitaria en España es del 5.8% frente al 9.5% de la media de la OCDE.

- En lo que se refiere a la diversificación de los estudios y flexibilidad de los curricula puede señalarse:
  - Tardía consideración de la formación profesional de carácter superior y su persistente vinculación del sistema universitario y de la política de enseñanza superior.
  - Baja movilidad de estudiantes entre los países que coincide con el retraso en aprobar la Convención de Lisboa de 1997 sobre convalidaciones.
  - Las ayudas y subvenciones se dirigen principalmente a la oferta de los estudios más que a la demanda formulada por estudiante y familias.

Respecto a la actividad de investigación:

- El papel crucial que desempeña la investigación en la economía ha hecho que se replantee el tratamiento de la investigación en la universidad. En España la investigación es ya un elemento importante en la universidad, donde residen el 55% de los investigadores. Sin embargo, se exigen cambios, como aquellos que supongan una mayor interdisciplinariedad al mismo tiempo que una mayor interacción con el progreso tecnológico. Es necesario un cambio gradual en el que la investigación pase de ser individual a convertirse en institucional.

En cuanto a la organización del sistema educativo:

- Por un lado la actuación de los gobiernos establecen formas de evaluación externa de las universidades. Así mismo, se amplía el ejercicio de autonomía universitaria, una autonomía frente al exterior para establecer relaciones de cooperación (alianzas estratégicas, redes universitarias) o de competencia.

En cualquier caso se requiere de un respeto de la autonomía por parte de la administración y, al mismo tiempo, un apoyo al cambio.

La mayoría de estos autores apelan a un Espacio Europeo con calidad para poder atraer y retener alumnos. Todo apunta a que el sistema europeo debe introducir mayores dosis de flexibilidad. De igual forma, para los tres intervinientes la respuesta es Estados Unidos. De ahí que si se quiere competir con el modelo americano, lo primero que debemos hacer es aprender de él. En el modelo de Estados Unidos, las mejores universidades tienen educación liberal e investigación. Aquí carecemos de ambas en la calidad e intensidad que se necesitan.

### **Adaptación al Espacio Europeo de Enseñanza Superior**

El proceso de convergencia para la construcción de un Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), con objetivos y métodos docentes compartidos, arranca con la Declaración de Bolonia (1999). Una de las líneas prioritarias del proceso de convergencia se centra en incrementar el nivel de calidad de la educación superior y en preparar de forma adecuada a los titulados para su ingreso en un mercado de trabajo competitivo, sin fronteras y en constante cambio, de acuerdo con lo manifestado en las cumbres de Lisboa (2000), Barcelona (2002) y Berlín (2003), en las que se remarcó la importancia de construir una nueva Europa “con una economía más competitiva y dinámica basada en el conocimiento, capaz de un crecimiento sostenible con empleos siempre mejores y con una gran cohesión social”.

En España, el desarrollo del Título III de la nueva Ley Orgánica de Universidades (LOU), con los Reales Decretos de Grado y Postgrado, aborda la necesidad de reestructurar las actuales titulaciones para que puedan integrarse plenamente en las directrices que se definen en el Espacio Europeo de Educación Superior, y que deben estar permitan una mayor movilidad en la UE y el resto del mundo. Dicha adaptación deberá estar completada en 2010.

Entre las acciones previstas en los citados Reales Decretos, destacan:

- La reestructuración de los actuales estudios universitarios de primer, segundo y tercer ciclo.
- Se implantarán estudios universitarios oficiales de Grado, que proporcionarán una formación generalista y darán lugar a la obtención de títulos de licenciado, arquitecto e ingeniero, sustituyendo a los actuales primer y segundo ciclo. Los planes de estudio tendrán una duración idéntica para cada titulación en todas las universidades. Se podrá revisar o introducir nuevos currícula basados en contenidos y competencias, definiendo dichos contenidos y perfiles profesionales por áreas de conocimiento.
- Por otro lado, las universidades elaborarán programas de postgrado diseñados para cursar enseñanzas que den lugar a la obtención de los títulos oficiales de Máster y de Doctor. Los estudios de Máster proporcionarán una formación especializada, necesaria para acceder a los estudios de Doctorado. Su duración, todavía por determinar, será de uno o dos años o cursos.
- La adopción de un nuevo sistema de créditos y calificaciones europeos (European Credit Transfer System - ECTS) mediante el cual el trabajo desarrollado por el alumno pueda ser fácilmente reconocible en cuanto a nivel, calidad y formación en todos los estados de la Unión Europea, facilitando de este modo la libre circulación de profesionales.
- La implantación del Suplemento Europeo al Título, en el que se aportará información clara y precisa del perfil profesional adquirido.

Aunque estas modificaciones en la estructura de los estudios universitarios pueden parecer, a primera vista, únicamente de carácter «regulador», con el fin de armonizar, u homogeneizar, los diferentes sistemas de enseñanza superior europeos, sus implicaciones son mucho más profundas al afectar de manera muy directa el propio proceso de aprendizaje de los alumnos.

La propia adopción de los créditos ECTS supondrá una reorganización conceptual de los sistemas educativos para adaptarse a los nuevos modelos de formación continuada a lo largo de la vida y exigirá, además, un mayor esfuerzo y compromiso por parte de los alumnos, al no concederse simplemente por la superación de unas pruebas de evaluación, tal como ocurre ahora.

Los créditos ECTS avalarán la obtención de una formación académica integral (conocimientos y competencias, tanto transversales como específicas) y requerirán del alumno, no sólo la asistencia a clase y la superación exitosa de los tradicionales exámenes finales, sino también el desarrollo de otras actividades que no siempre forman parte de las actuales metodologías docentes: trabajos en equipo, participación en seminarios y debates, tutorías, periodos de prácticas, trabajos de campo, trabajo personal en bibliotecas o en el domicilio, presentaciones orales, redacción de informes, elaboración de trabajos de investigación/reflexión, realización de proyectos, análisis de casos, entre otros.

En definitiva, los nuevos estudios universitarios que surjan del proceso de Convergencia contarán con unas estructuras flexibles que permitan una mayor y mejor adaptación de los graduados a los requisitos del mercado laboral.

En este sentido, la innovación y la flexibilidad, que aparecen hoy como términos clave en el ámbito empresarial y laboral —junto a otros valores como el trabajo en equipo, la movilidad, la creatividad, la iniciativa, o el aprendizaje continuo—, lo serán también en el nuevo escenario del Espacio Europeo de Educación Superior.

Todo ello en beneficio de unos alumnos que deberán estar preparados para resolver con éxito los continuos procesos de decisión que el nuevo sistema universitario les obligará a afrontar en el transcurso de sus estudios. Sin duda, la acción orientadora previa — no sólo para los alumnos, sino también para orientadores, tutores, profesores y padres— se hará imprescindible.

### **3.2. Marco Legal de los estudios de Postgrado**

El reciente Real Decreto 56/2005, de 21 de enero (BOE 25 de Enero de 2005), por el que se regulan los estudios universitarios oficiales de Postgrado dice en su exposición de motivos que “la contribución del sistema universitario español a la conformación de los Espacios Europeos de Educación Superior y de Investigación y su plena integración en ellos constituye uno de los principales elementos, en la sociedad del conocimiento, para la consecución del objetivo trazado en las Cumbres de Lisboa y Barcelona para lograr que los sistemas educativos europeos se conviertan en una referencia de calidad mundial para el año 2010.

Tal integración comporta una profunda transformación de todos los aspectos tocantes a la estructura universitaria española, a la vez que supone un hito de histórica importancia tanto en su propia génesis como en su concepción metodológica y en sus objetivos, que trasciende los propósitos inspiradores en cada momento de las sucesivas reformas operadas en el sistema universitario español a lo largo del tiempo y ofrece una oportunidad de renovación.”

Esta reforma del sistema Universitario viene determinada por el Real Decreto 55/2005 publicado en el BOE del mismo 25 de Enero.

Se refiere también a la Conferencia de Berlín, celebrada por los ministros europeos responsables de la educación superior el día 19 de septiembre de 2003, que dice ha reafirmado la importancia de todo este proceso convergente y en el que destaca la importancia de los estudios europeos de Postgrado “como uno de los principales elementos para reforzar el atractivo de la educación superior europea en el contexto internacional.”

El objetivo del Real decreto es definir “el marco jurídico que haga posible a las universidades españolas estructurar, con flexibilidad y autonomía, sus enseñanzas de Postgrado de carácter oficial, para lograr armonizarlas con las que se establezcan en el ámbito no sólo europeo, sino mundial. Se introduce, en consecuencia, en el sistema universitario español, junto al título de Doctor, de larga tradición en nuestra estructura

educativa, el título oficial de Máster y se regulan los estudios conducentes a la obtención de ambos.”

El Real decreto afirma la autonomía universitaria y le asigna “la responsabilidad de organizar estos programas corresponde a las universidades, que determinarán tanto la composición y normas de funcionamiento de la comisión de estudios de Postgrado como los centros universitarios encargados de su desarrollo. Se establecen, asimismo, los procedimientos que garantizan que la oferta de estas enseñanzas y títulos oficiales responda a criterios de calidad y a una adecuada planificación que atienda los requerimientos científicos y profesionales de la sociedad.”

Ya en el articulado, en concreto en el artículo 2 define “Los estudios oficiales de Postgrado tienen como finalidad la especialización del estudiante en su formación académica, profesional o investigadora y se articulan en programas integrados por las enseñanzas conducentes a la obtención de los títulos de Máster o Doctor.”

Establece en el artículo siguiente la necesidad de contar con un título de Grado para poder acceder al postgrado.

El decreto ley establece que “Los programas de Postgrado se elaborarán y organizarán en la forma que establezca cada universidad, de acuerdo con los criterios y requisitos académicos que se contienen en este real decreto” y que “A tal fin, los citados programas serán propuestos, a iniciativa del órgano responsable de su desarrollo, por una comisión de estudios de Postgrado designada por la universidad. Dichos programas deberán ser aprobados por el Consejo de Gobierno de la universidad”

Establece que no podrán aprobarse en una misma Universidad dos o más programas oficiales de Postgrado cuyos objetivos y contenidos coincidan sustancialmente.

Del mismo modo establece una horquilla de créditos, entre 60 y 120 para la obtención del título de postgrado. Del mismo modo establece un mínimo de 300 créditos (entre grado y postgrado) para acceder al título de Doctor.

#### **4. MOTIVACIONES EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE LA FORMACIÓN DE POSTGRADO**

El complejo proceso de compra de un programa de postgrado en un entorno hipercompetitivo en el que más de 300 entidades españolas ofertan más de 2.400 programas de postgrado (Sin contar otros 4.600 cursos / programas que no incluimos por no contar con los requisitos de duración – 400 horas – ó la exigencia de una titulación universitaria para ser cursados) y un número muy superior de entidades extranjeras compiten con las españolas por hacerse con potenciales compradores de sus servicios hace imprescindible reflexionar sobre los motivos que les conducen a tomar su decisión final.

##### **4.1. Introducción**

Antes de entrar en profundidad en las motivaciones de la demanda de los programas de postgrado conviene reflexionar sobre las transformaciones que hay en marcha en el sector de la formación de postgrado. Existen cuatro grandes fuerzas de cambio:

1. Los cambios en la demanda social de formación de postgrado. Aquí es preciso aclarar que en la fase inicial, actúa principalmente como facilitador de la inserción en el mercado de trabajo. En el caso de profesionales con experiencia, la formación de postgrado actúa como garante de empleabilidad. Este análisis conlleva a su vez una segmentación de los programas de postgrado en función de los perfiles de las personas: los programas para titulados universitarios sin experiencia y los programas para profesionales con experiencia laboral. Esta división supone que el formato, los contenidos y los enfoques varían.

En España una parte importante de los programas de postgrado está dirigida a titulados con poca experiencia. La percepción social sobre este tipo de Masters está cambiando, ya no se le considera una garantía para conseguir un puesto de trabajo. La tendencia predominante es la de un crecimiento en la demanda de los programas de postgrado del tipo post-experience.

2. La incorporación de las nuevas tecnologías en los procesos de aprendizaje (internet) ha comportado el descenso de los programas presenciales.
3. La internacionalización de la formación de postgrado. Aquí el idioma tiene un papel determinante, y en especial el inglés. De igual forma hay que señalar (escuelas de negocio) la existencia de rankings de escuelas a nivel mundial, europeo y nacional.
4. La creación del Espacio Europeo de Educación Superior implica que el prestigio y la reputación estarán cada vez más asociados a la investigación y a los postgrados. Esta estratificación conlleva que aquellos programas que no tengan un grado de diferenciación fuerte tendrán crecientes dificultades para sobrevivir en el competitivo entorno europeo de educación superior.

#### ***4.2. Factores que intervienen en la decisión de compra***

Ya desde la demanda consideramos los siguientes factores en la toma de decisión final sobre el programa de postgrado a cursar. Dichos factores tendrán, lógicamente, un diferente peso en los dos colectivos demandantes de los diferentes servicios, es decir, de los recién titulados y de los profesionales con experiencia.

Estos son, a nuestro juicio, los factores a considerar:

##### ***4.2.1. Factores personales***

Los motivos personales por los que un candidato valora las ofertas de las diferentes entidades son el más sólido argumento que, además, filtra o potencia al resto de factores que citaremos a continuación.

Los consejos recibidos por los familiares o amigos más próximos o los testimonios del entorno más íntimo aportan una credibilidad contra la que difícilmente podrán competir los demás factores.

La situación personal del candidato determina junto con los rasgos de su personalidad una barrera, filtro o trampolín para las percepciones que irán llegando de los distintos ofertantes.

Las decisiones tomadas anteriormente, como por ejemplo la licenciatura cursada, pasan a ser determinantes en la decisión ó intención de compra de un servicio generalista (MBA) ó especializado.

En este sentido las cuestiones planteadas en el cuestionario relativas a la titulación Universitaria y motivos para cursar un Master junto con la forma en la que financiará el programa y la situación laboral actual pertenecen a la esfera de las razones personales.

#### ***4.2.2. Programas a cursar. Oferta de programas / servicios***

La evaluación que hace el candidato de los programas ofertados por las diferentes Instituciones parte en un primer momento de la adaptación del programa al esquema de necesidades formativas que el candidato ha determinado en función de su situación personal.

La búsqueda inmediatamente de elementos que “certifiquen” o “homologuen” la formación / reconocimiento de esos programas en el mercado es elemento de vital importancia. De ahí que el candidato valore desde el reconocimiento oficial del título al reconocimiento laboral del mismo, en el sentido de adecuación de la formación recibida a las competencias profesionales exigidas para cada puesto en concreto. Cabe destacar que la importancia de este factor es directamente proporcional a la especialización del programa en cuestión.

Otra “certificación” tan importante como la oficial del título o la “competencial” del sector es aquella que ciertas entidades o asociaciones otorgan a las Instituciones en función del programa ó, dicho de otra forma, certificaciones que, aún recayendo sobre la Institución, lo hacen esencialmente por uno o varios programas, sin los cuales no estarían certificadas. Hablamos de sistemas de certificación internacional como el europeo EQUIS ó los noreamericana AMBA. Esta certificación, que también

incluiremos en la imagen de las Instituciones, aporta credibilidad como reconocimiento internacional.

El precio de los programas y la forma de financiación se agregan a los elementos anteriores en la valoración global de los programas.

#### **4.2.3. *Percepción de las Instituciones***

El prestigio de la Institución, el reconocimiento internacional y la dotación de medios, tanto profesionales como de instalaciones determinan un conjunto que sitúa a las instituciones en un ranking personal preferencial del candidato.

Otros ranking, no personales sino reflejados en diferentes medios de comunicación forman parte de la creación de imagen de las Instituciones.

Las alianzas, por vincular la imagen de la institución a otras que aportan diferentes valores agregan elementos a la percepción global de la Institución.

El cuestionario trata de reflejar la imagen de las Escuelas de Negocio más relevantes en nuestro país solicitando al candidato ó al titulado una palabra o calificativo con relación a las escuelas de negocio.

De la misma forma se solicita a ambos colectivos que revelen la Institución en la que cursaron o van a cursar el programa respectivamente y los motivos para elegir esa escuela en concreto.

#### **4.2.4. *La Imagen País y la Imagen Ciudad***

La Imagen del país origen de la institución y de la ciudad en la que bien la Institución, bien sus sedes están instaladas, se relacionan e influyen mutuamente.

En la ciudad entran en consideración todos los elementos relativos a su tamaño, infraestructuras, entorno, coste de la vivienda, coste de la vida y tradición.

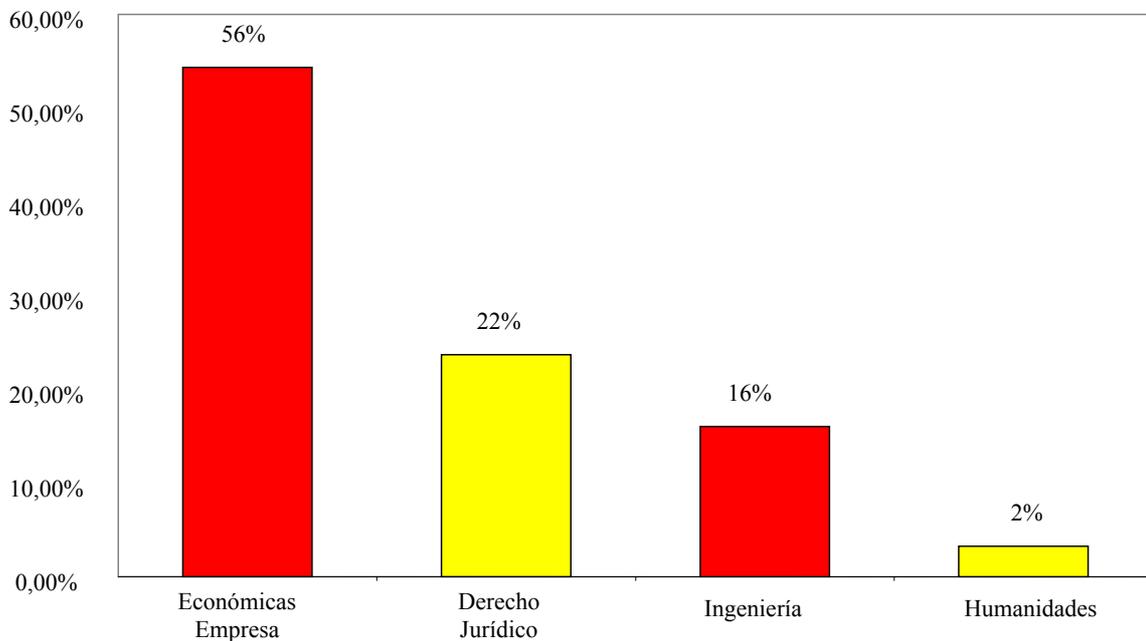
En la imagen país tiene un peso importante para el candidato la reputación y tradición académica, los parámetros económicos, sociales y la proximidad cultural.

La imagen de la ciudad potenciará o amortiguara la imagen país y esta supondrá un punto de partida para que la ciudad matice con sus peculiaridades. Ambas influyen decisivamente en la imagen / percepción de la Institución.

#### **4.3. Resultados obtenidos en la Investigación de Potenciales Master**

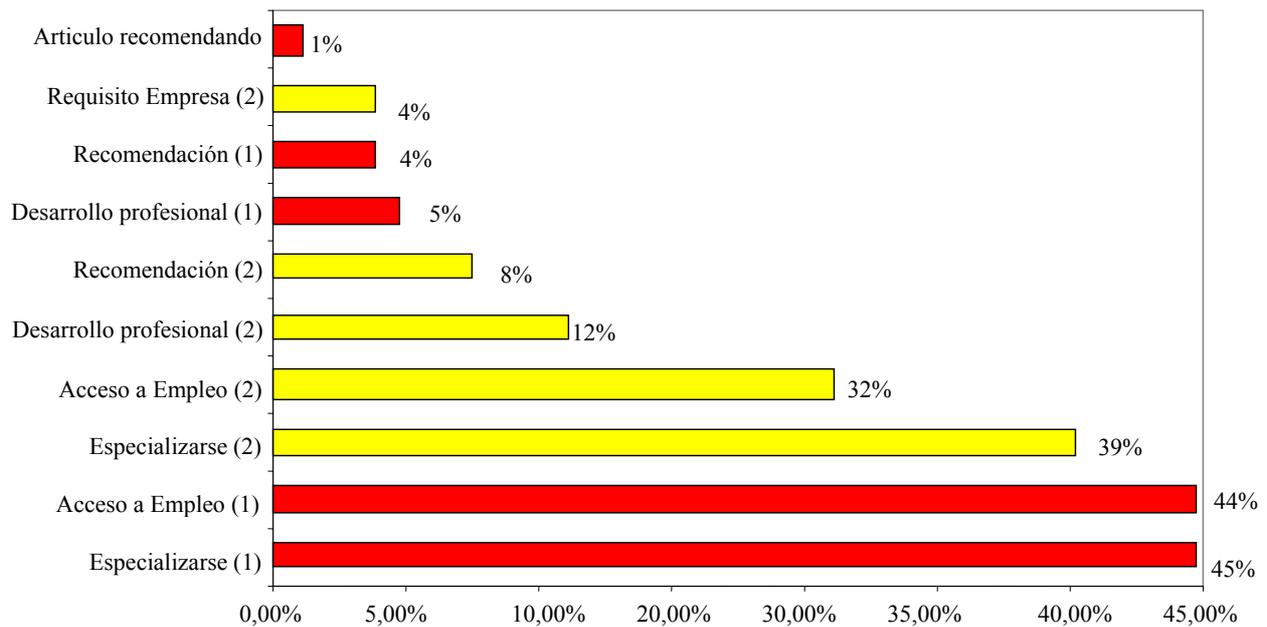
Después de un filtro por el que se descartaron a aquellos que respondieron que no tenían pensado hacer un Máster en una Escuela de Negocios se preguntó a los entrevistados por su titulación universitaria. Más de la mitad habían cursado económicas, empresariales o administración de empresas. Casi uno de cada cuatro tiene formación jurídica o similar. El 16% formación técnica y tan solo un 2% poseía un título en humanidades.

##### ***Titulación Universitaria***



En cuanto a los motivos principales por los que decide cursar un Master se pedía al entrevistado que indicara el motivo principal (rojo) y el segundo motivo (amarillo). Los motivos principales que se citaron en el 90% de los casos fueron el acceso a un empleo o la especialización en un campo específico. El segundo motivo fue el mismo en más del 70% de los casos.

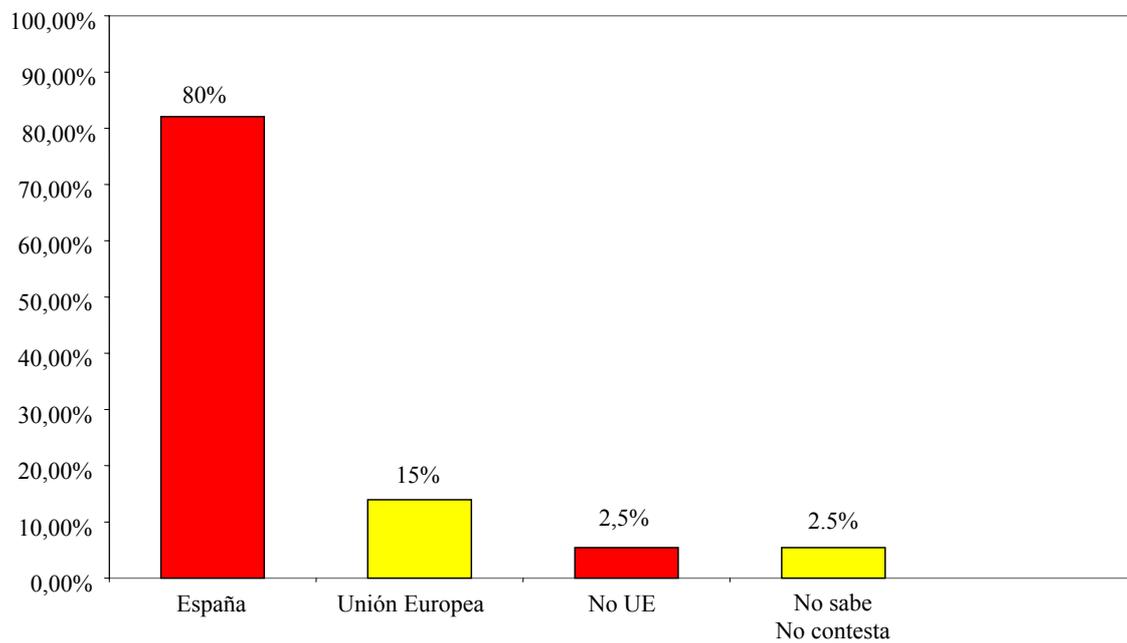
### *Motivos por los que decide cursar un Master*



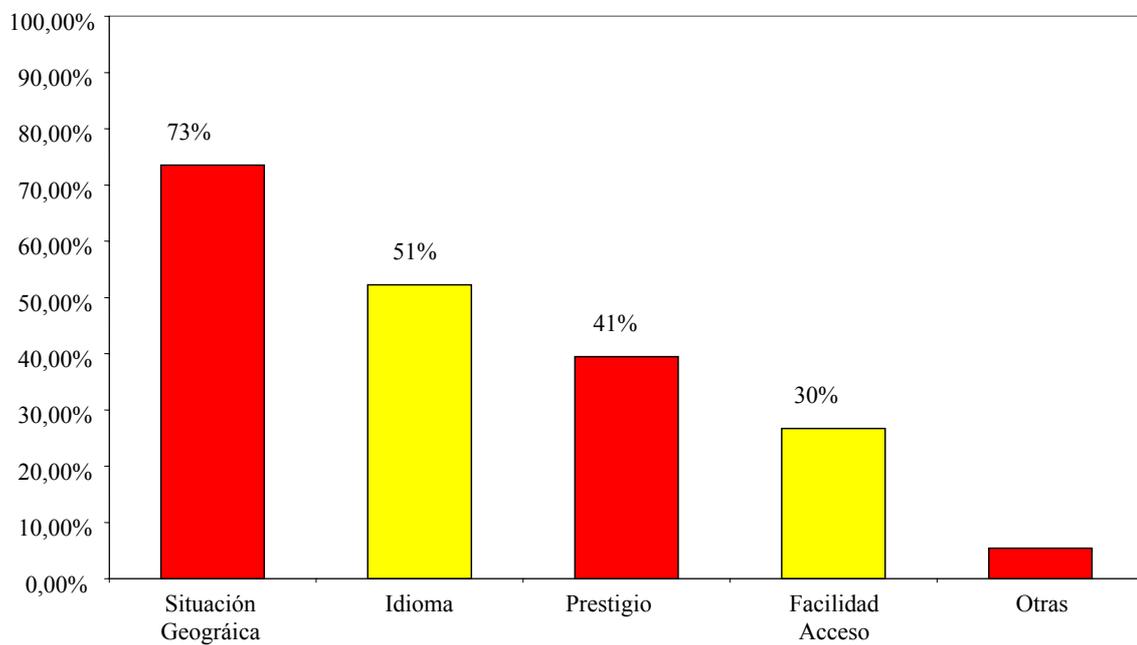
En cuanto al lugar en el que se cursarán los estudios cuatro de cada cinco manifestaron su interés por cursar el programa en España. Un 15% dijeron que se decantarían por otro país de la Unión Europea y sólo el 2,5% se plantean cursarlo más allá de la Unión.

En cuanto a los motivos tres de cada cuatro lo decidirán por la situación geográfica, más de la mitad debido al idioma y más de un 40% consideraron el prestigio de realizarlo en ese país.

***Lugar en el que realizará el Master***



***Razones para elegir ese país***

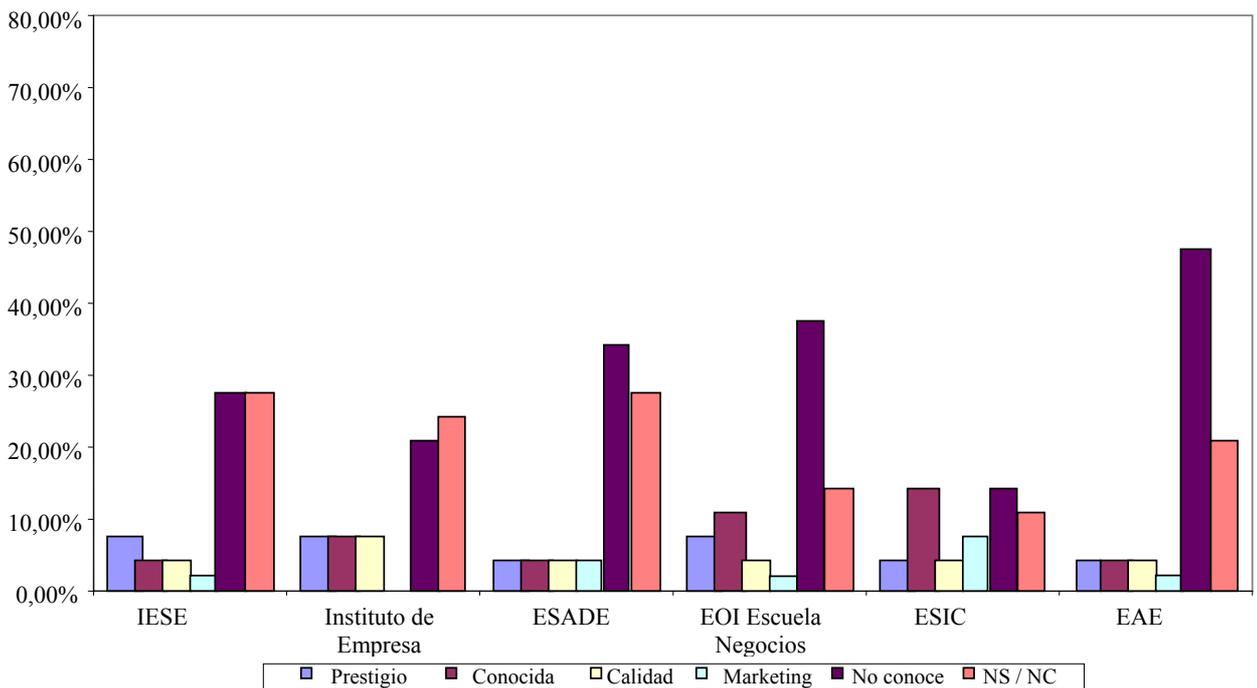


Se pidió a los estudiantes que describieran con una palabra (sustantivo o calificativo) en relación a cada una de estas escuelas de negocio: IESE, IE, ESADE, EOI, ESIC, EAE y ESTE.

En general hay un gran desconocimiento de las Escuelas de Negocio entre los recién licenciados. El porcentaje de candidatos que no conoce ó no sabe/no contesta nada sobre las diferentes escuelas de negocio supera el 50% de los encuestados en todos los casos con excepción de ESIC (33%) y llega hasta el 80% en el caso de EAE.

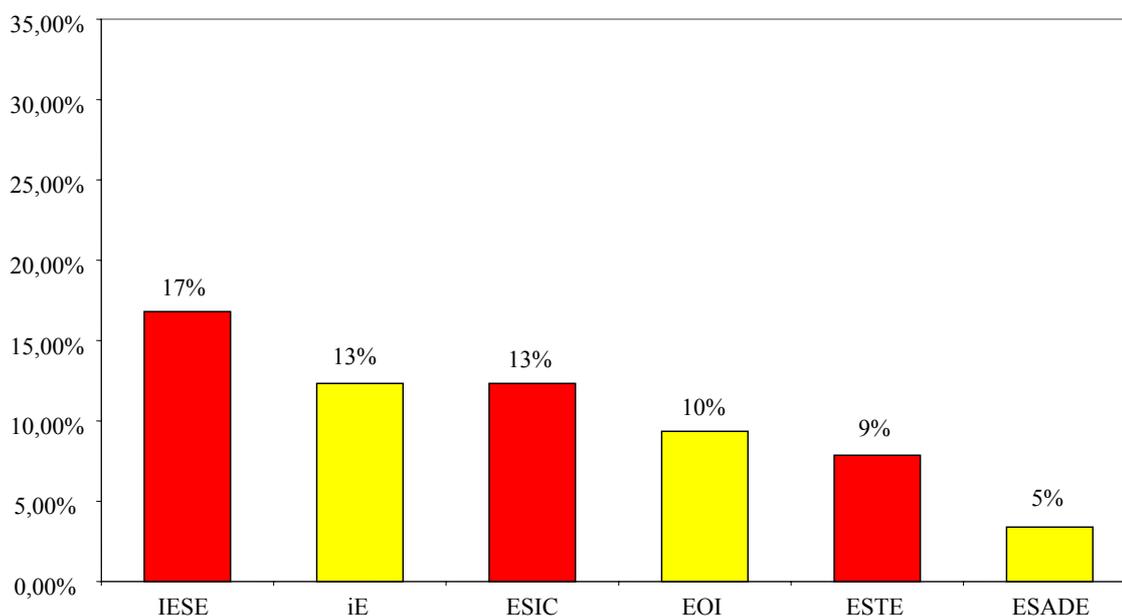
Hay una gran dispersión en los calificativos sobre las escuelas. En conclusión los titulados universitarios que ya han decidido cursar un programa de postgrado tienen un escaso conocimiento de las Escuelas de Negocio.

**Palabra / Calificativo con relación a cada una de estas escuelas de negocio**



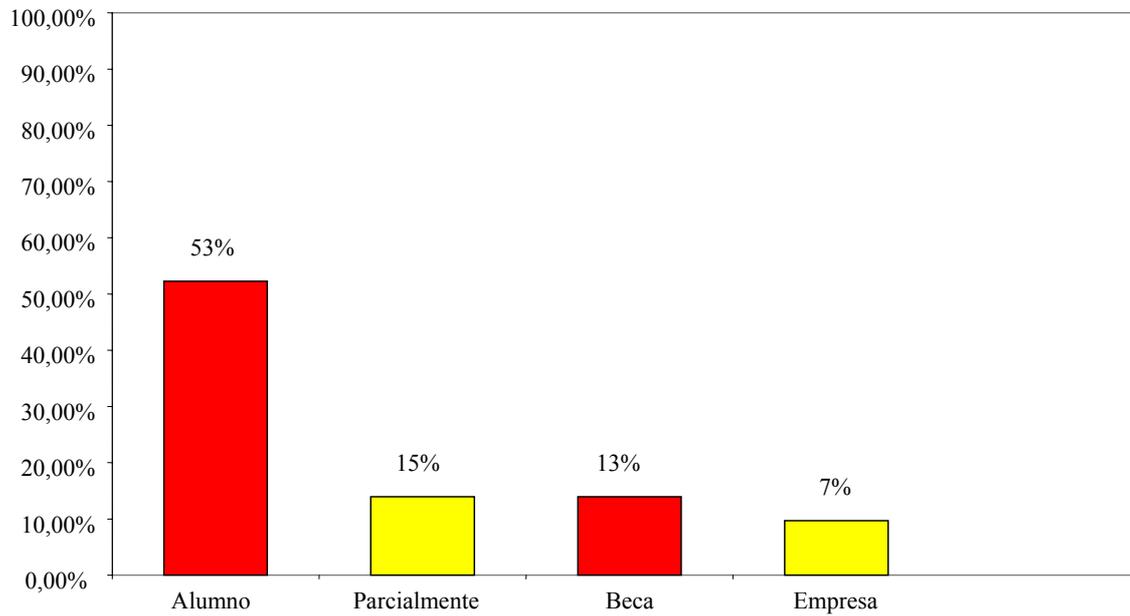
Cuando se pregunta sobre la escuela de negocios en la que cursarán el programa de postgrado un 70% dice que al final se decidirá por una escuela en concreto. Hay que tener en cuenta que el entrevistador tiene instrucciones para insistir al entrevistado a que se pronuncie por una escuela en concreto aún en el caso que dijera que no sabe ó que duda entre varias. Queda por tanto un 30% que en línea con la respuesta anterior parecen no conocer ninguna de las escuelas de negocio.

### *Institución en la que piensa realizar su Master*



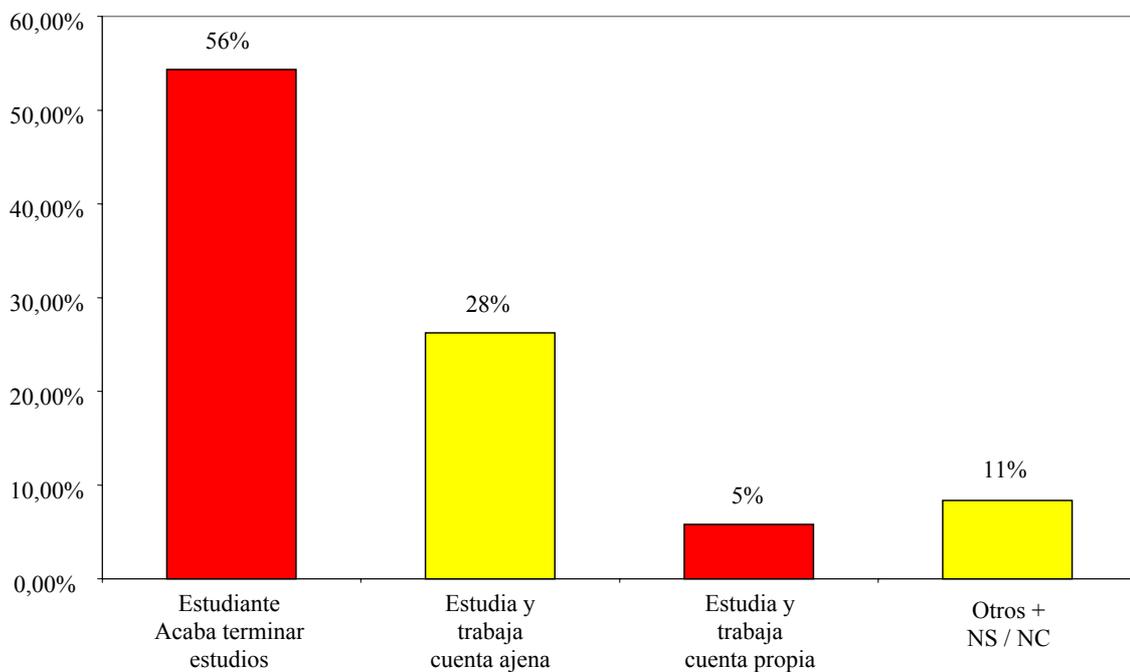
Por lo que se refiere a la financiación de los programas más de la mitad pagaran personalmente el programa en su totalidad. El 15% lo pagará de manera parcial, un 13% contará con una beca y un 7% no tendrán que desembolsar nada, su empresa lo hará por ellos.

### Como financiará el MASTER



El 56% aún esta estudiando o acaba de terminar sus estudios. Un tercio estudia y trabaja, de estos últimos sólo 5 de cada 100 lo hacen por cuenta propia.

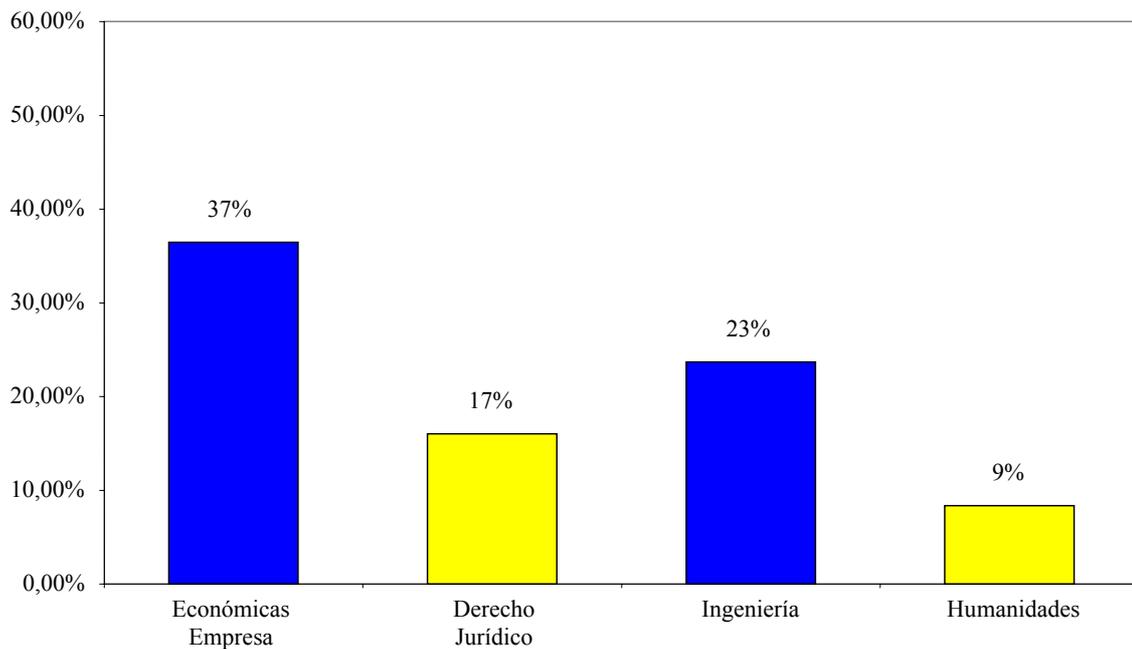
### Situación laboral Actual



#### **4.4. Resultados obtenidos en la Investigación de Titulados Master**

Uno de cada 3 titulados Master habían cursado anteriormente económicas, empresariales o administración de empresas. Casi uno de cada cuatro tiene formación técnica o similar. El 17% formación jurídica y tan solo un 9% poseía un título en humanidades.

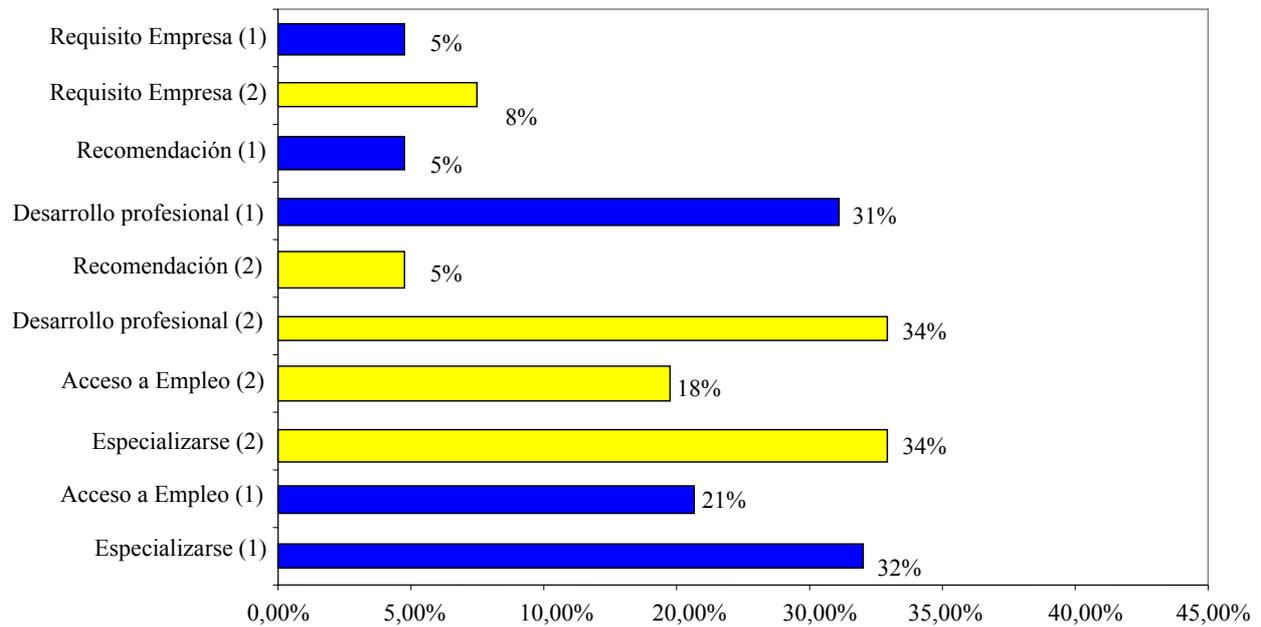
***Titulación Universitaria***



Se pidió a los titulados Master que señalaran los motivos principales por los que decidieron cursar un postgrado.

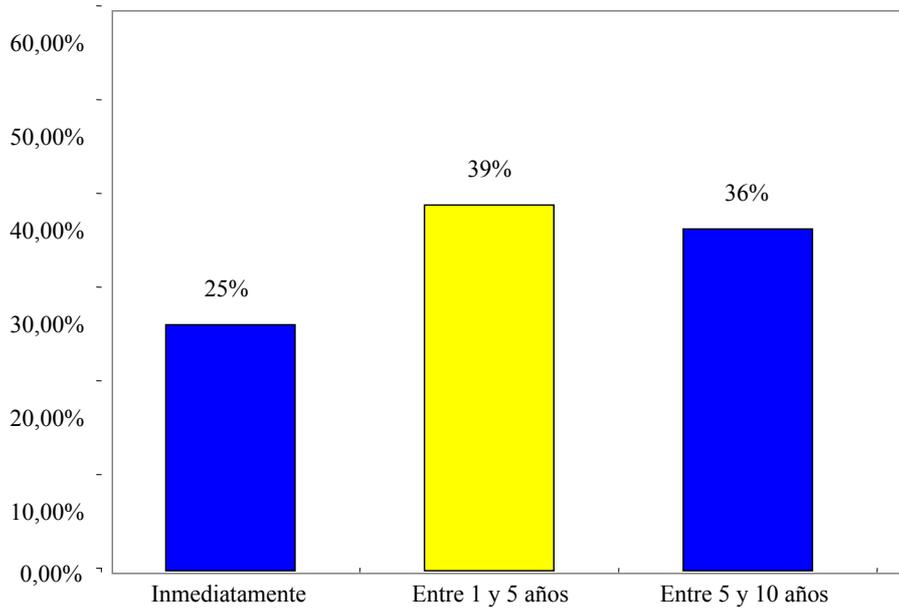
Los motivos principales que se citaron en más casos como primera opción fueron el acceso a un empleo (21%), la especialización en un campo concreto (32%) y el desarrollo profesional en la empresa (31%). Los segundos motivo fueron los mismos en más del 85% de los casos.

Otras respuestas minoritarias fueron bien el requisito la empresa (5% + 8%) bien la recomendación de un amigo ó familiar con un 5% + 5% de respuestas.

**Motivos por los que decidió cursar un Master**

Cuando se preguntó sobre el tiempo transcurrido entre la finalización de la licenciatura y el comienzo del programa de postgrado sólo uno de cada cuatro lo hicieron inmediatamente.

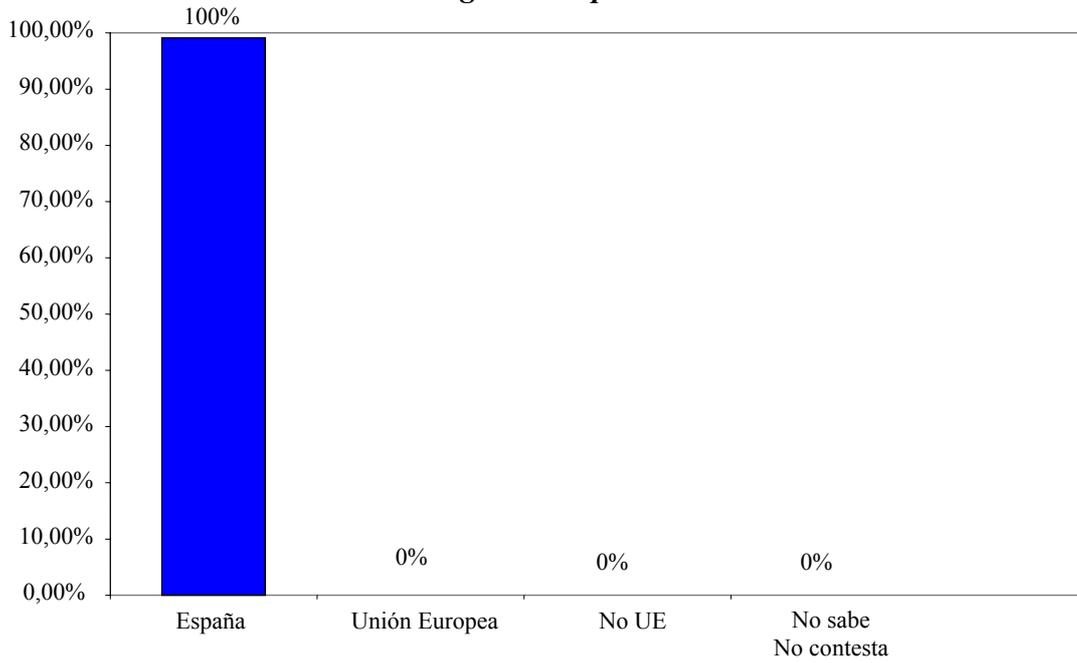
El 39% lo cursaron entre uno cinco años desde el fin de la licenciatura y un 36% dejó pasar entre 5 y 10 años antes de cursarlo.

**Tiempo transcurrido entre la finalización de los estudios y la realización del Master**

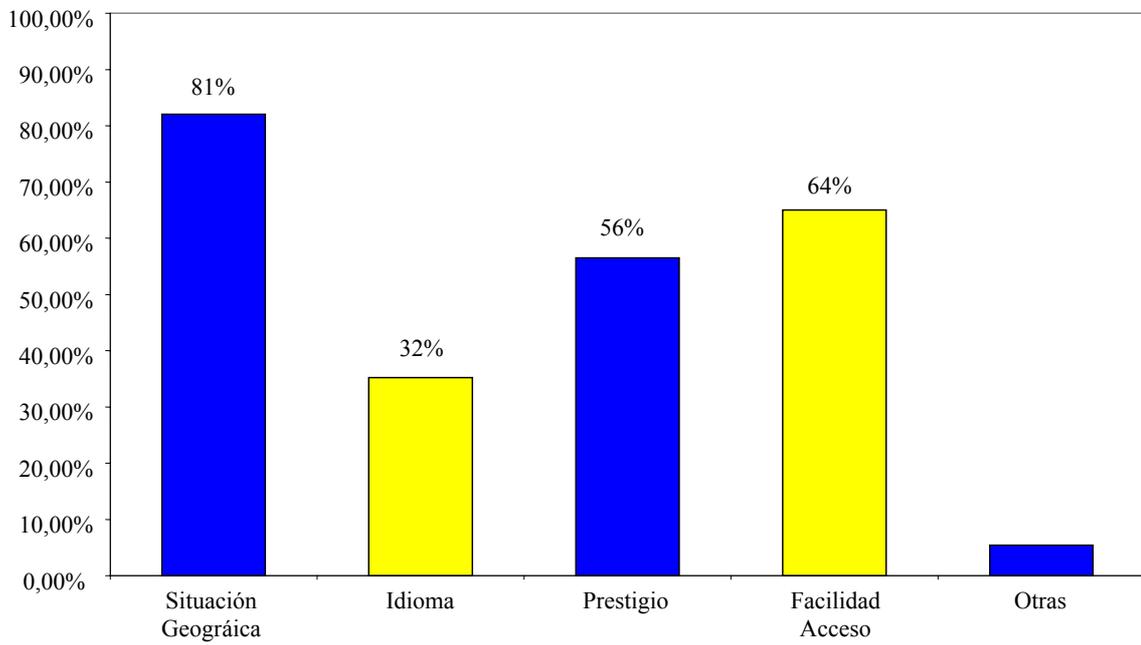
Sobre el país en el que cursaron el postgrado no hay interpretación posible. El 100% de la muestra curso el programa de postgrado en España.

Por lo que se refiere a los motivos más del 80% citan la situación geográfica, un 64% la facilidad de acceso y más de la mitad el prestigio de realizarlo en ese país (España). Solo uno de cada tres dice que el idioma influyera en la decisión.

**Lugar en el que realizó el Master**



**Razones para elegir ese país**

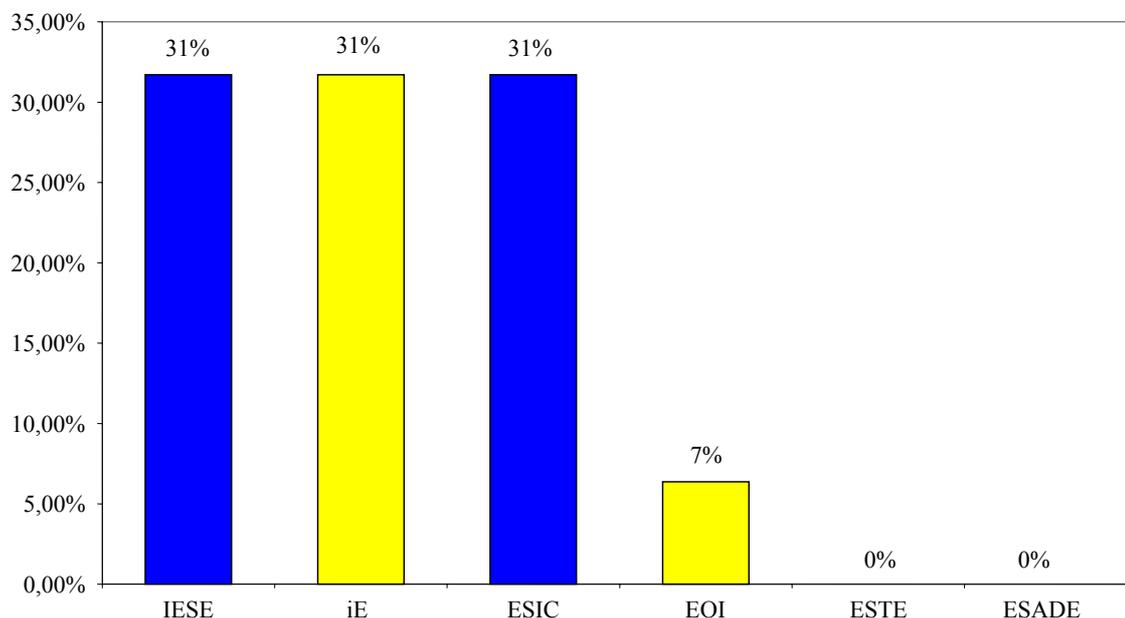


Con objeto de determinar el grado de conocimiento de las Instituciones de Postgrado más relevantes se pedía a los titulados Master que describieran con una palabra (sustantivo o calificativo) con relación a cada una de estas escuelas de negocio: IESE, IE, ESADE, EOI, ESIC, EAE y ESTE.

En este caso el conocimiento de las Escuelas de Negocio por parte de los que ya han concluido sus programas de postgrado es muy superior al de los recién titulados que estén pensando en cursarlo. Con excepción de dos escuelas “locales”, EAE y ESTE, que de nuevo desconocen el 90% de los encuestados, el resto es conocido por más del 50% de los titulados (EOI roza el 50%).

Destacan los calificativos Excelente/Muy Buena y prestigiosa para el IESE que consideran el 50% de los encuestados. El Instituto de Empresa es considerado como muy bueno/bueno por el 27% y prestigioso por el 10%. Esade recibe una calificación positiva o muy positiva por uno de cada cuatro mientras que EOI es considerada buena y “técnica” por más del 20% de los encuestados. En el caso de ESIC un 10% la identifica con el concepto marketing.

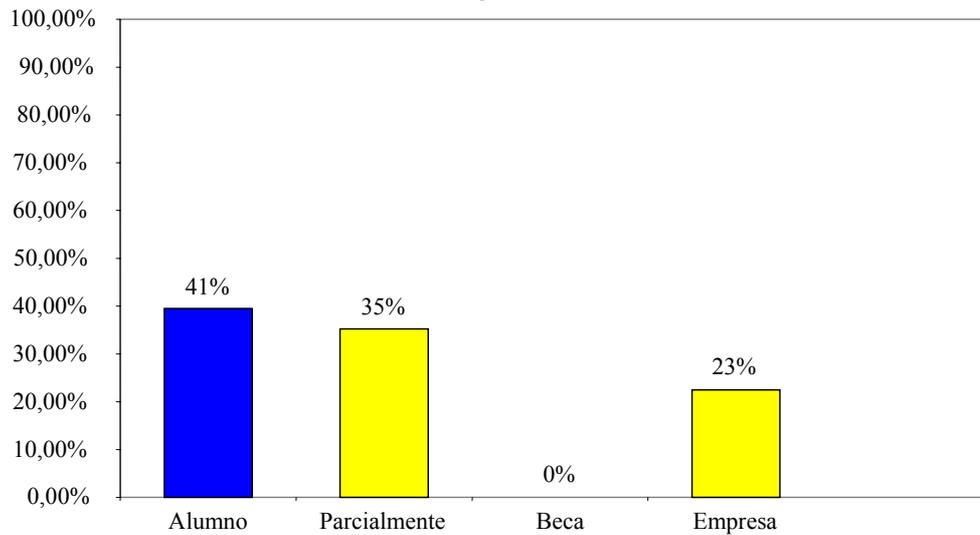
Preguntados por su Escuela de Negocios un 31% IESE, IE y ESIC fueron el destino principal de los encuestados. EOI contó con un 7% de los alumnos.

*Institución en la que realizo su Master*

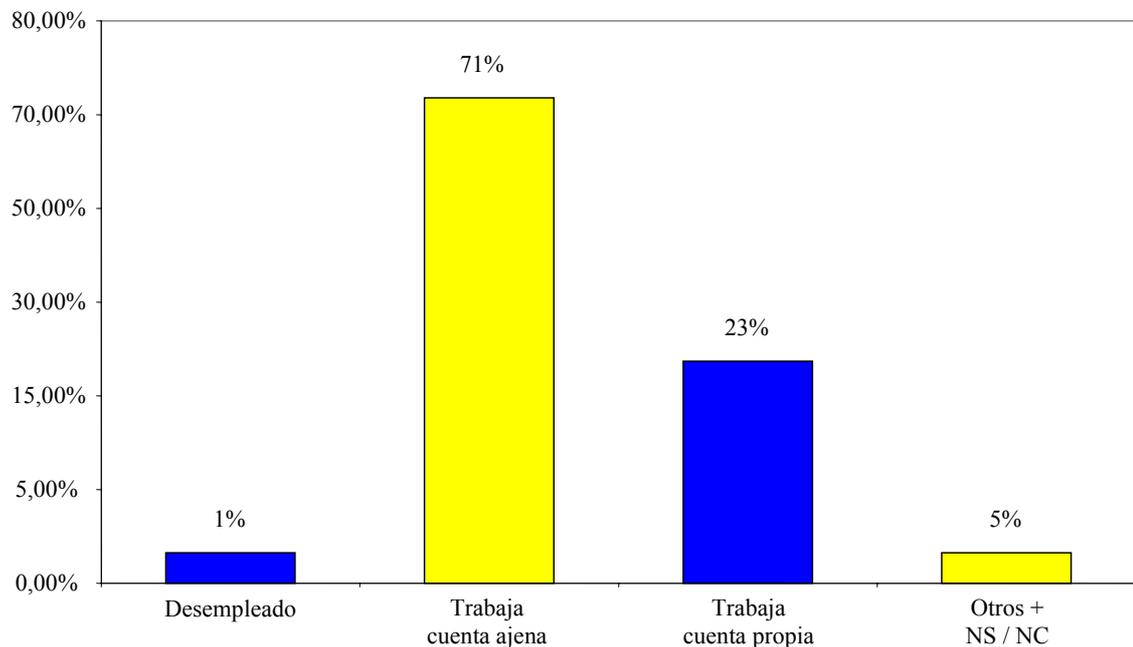
Se pidió a los titulados que señalaran los motivos por los que escogieron una escuela de negocios y no otra.

Un 93% lo hicieron por el prestigio / imagen de la institución. Cuatro de cada cinco consideraron los contenidos académicos del programa / institución y más de la mitad la situación geográfica. Sólo el 39% dice haber considerado las facilidades de acceso al empleo que proporcionaba el programa / institución.

Con respecto a la financiación, cuatro de cada diez lo financiaron personalmente en su totalidad. El 35% contó con algún tipo de ayuda y sólo un 23% de los casos contaron con una financiación completa por parte de su empresa.

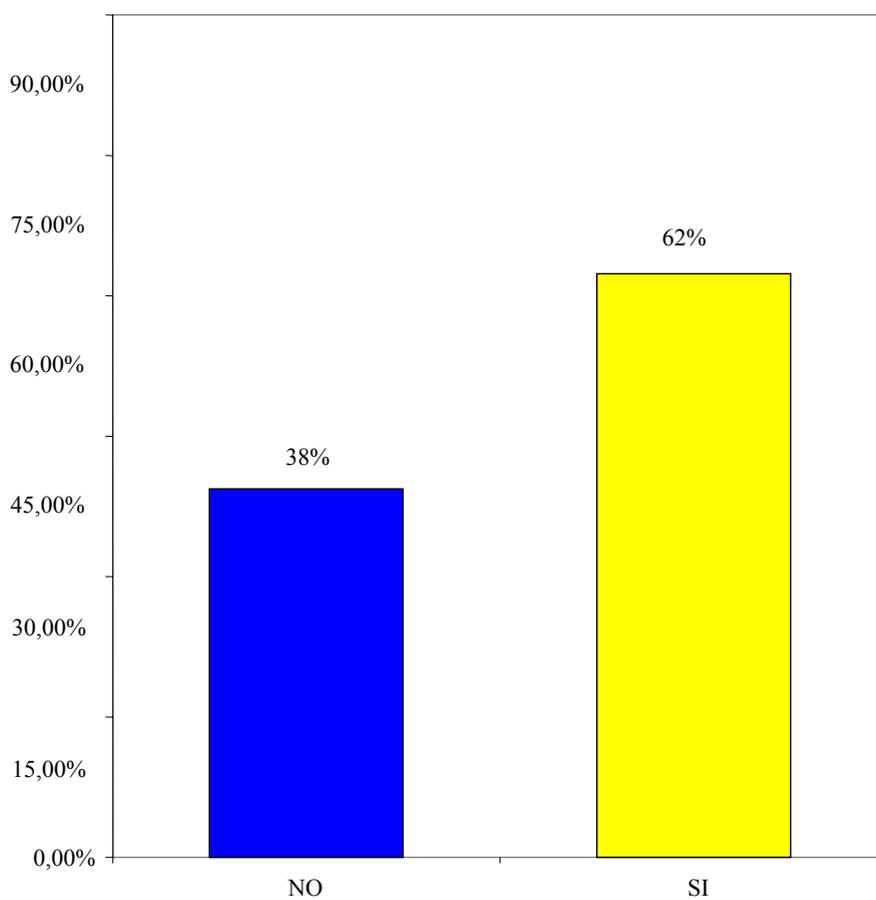
**Como financió el Master**

Un 95% de los encuestados se encontraban trabajando. De ellos el 71% lo hacían por cuenta ajena mientras que el 23% se habían establecido por cuenta propia.

**Situación laboral Actual**

El 62% considera que la realización del Master ha sido beneficiosa a la hora de encontrar trabajo.

***¿Le ha resultado beneficioso el Master a la hora de encontrar trabajo?***



## **5. CONCLUSIONES**

El servicio educación no se puede almacenar para suministrar más tarde, generando economías de escala y mejoras de productividad, o garantizar mediante un control de calidad antes de estar ésta disponible para el consumidor. El proceso de educar supone un conjunto de actividades en las cuales está implícita una interacción entre el productor y el consumidor. Su producción y consumo son por tanto inseparables.

El sector de los servicios de educación no está al margen de la competencia por los clientes, aumento de costes y críticas a la organización como un todo. Son necesarios métodos para diferenciar una institución, mejorar la calidad de los servicios prestados a los alumnos y aumentar la fidelidad.

Un análisis de varias definiciones de educación nos conducen a algunas conclusiones. La educación es acción. Ésta consiste en un proceso de cambio, de transformación del individuo. Se espera que el individuo, al final de una unidad de aprendizaje, sea diferente del que era inicialmente, que haya adquirido una más alta cualificación.

Si, por un lado, se sostiene la educación como un servicio, éste ya de por sí intangible, por otro, la intangibilidad es la realidad más difícil de trabajar. Los educandos no se pueden ver así mismos con las capacidades que irán adquiriendo, no pueden experimentar, trabajar con un curso, antes de frecuentarlo. Tienen que creer, en primer lugar, que la institución que les va a enseñar es capaz de darles una nueva capacidad, y en segundo, que estarán aptos para desarrollar dentro de sí el proceso de aprendizaje que les traerá una mayor valía educacional.

Para disminuir la inseguridad, los educandos tienden a buscar signos de calidad y eficacia en el servicio de educar.

Esta búsqueda de signos de los educandos en concreto de los candidatos a cursar o los titulados de programas de postgrado en un entorno hipercompetitivo es la que nos lleva

a desarrollar esta investigación para conocer las motivaciones que les llevan a tomar la decisión de compra y que resumimos en las conclusiones a continuación.

Casi tan vital como disfrutar de un empleo es disponer de empleabilidad, algo así como un cóctel de aptitudes y actitudes, mezcla de un currículo brillante y de cualidades personales para el trabajo en equipo o el liderazgo, por ejemplo. Tras este término rimbombante se esconden, en definitiva, las posibilidades que un profesional tiene de encontrar empleo y amoldarse a un mercado de trabajo en continuo cambio.

Las relaciones laborales ya no son tan duraderas como en el pasado. Los trabajos para siempre han pasado a la historia, y el tiempo de empleo es, a menudo, corto. Atrás han quedado las ideas de una vida dedicada a la empresa y el puesto seguro. La empleabilidad es sencillamente encontrarse en sintonía con las demandas laborales actuales.

La empleabilidad puede explicarse a través de seis conceptos básicos: adecuación vocacional, competencia profesional, idoneidad, salud física y mental, recursos alternativos y relaciones interpersonales.

En los últimos diez años se han modificado profundamente los parámetros tradicionales del escenario laboral de nuestro entorno, tanto en lo que se refiere a la estructura del empleo como a sus formas: ha cambiado el modelo tradicional de empresa, ha cambiado el concepto de trabajo, han surgido nuevas modalidades de empleo y ha adquirido un papel protagonista el capital humano. Existe un significativo desajuste entre la oferta y demanda de titulados universitarios en el mercado de trabajo.

El concepto de empleabilidad surge en este contexto como una respuesta teórica y práctica a la crisis de los mercados laborales en el mundo, y expresada ésta como el incremento acelerado de la tasa de desempleo.

Existe una necesidad constatada de poner en marcha servicios de asesoramiento académico y profesional - destinados no sólo a los propios alumnos, sino también a sus

padres, profesores, tutores y orientadores - que, mediante un proceso formativo y orientador, contribuyan a evitar los errores de desorientación y posibiliten una mayor adecuación entre los intereses y características personales de los jóvenes a las expectativas reales de empleo y de carrera profesional. Porque no se trata sólo de obtener un título universitario y conseguir un trabajo, sino de alcanzar una empleabilidad que permita desarrollar una trayectoria profesional acorde con la formación recibida y, sobre todo, con las capacidades y competencias personales.

La Unión Europea estableció en Lisboa en 2000 un ambicioso objetivo estratégico para el año 2010: convertirse en la economía del conocimiento más dinámica y competitiva del mundo, capaz de generar un crecimiento económico sostenible que conlleve más y mejores puestos de trabajo, al mismo tiempo que se favorece una mayor cohesión social. Para conseguirlo se pactó una ambiciosa agenda de reformas para modernizar la estructura económica europea. La génesis de la Agenda de Lisboa está en el libro blanco de la Comisión Europea sobre Crecimiento, Competitividad y empleo de 1993 redactado para afrontar de forma integral el problema del desempleo.

Esto supone aumentar el nivel de participación en el mercado laboral, sobre todo por lo que se refiere a los grupos menos representados o más desfavorecidos, ya que disponer de más y mejores puestos de trabajo es la clave para la integración social. Es necesario promover mercados laborales de más fácil acceso y fomentar la diversidad en el empleo como factor de competitividad y de integración social. La estrategia de refuerzo mutuo de las políticas económicas y sociales definidas en Lisboa, que consiste en movilizar todo el potencial de empleo disponible, es decisiva para garantizar la perpetuidad de los sistemas de pensiones.

Uno de los elementos más importantes en la empleabilidad de un profesional es la posesión de formación, sea proveniente de estudios de formación profesional o de la universidad. Esta importancia es determinante en las fases iniciales de la carrera profesional. A medida que ésta se desarrolla, otros factores como la experiencia van siendo mucho más determinantes. El empleo cualificado muestra como rasgo más

destacado la exigencia de una titulación específica o, en su defecto, de un nivel formativo mínimo.

Considerando la formación universitaria, la vinculación positiva entre la posesión de una formación universitaria y la empleabilidad muestra grados muy distintos para las distintas titulaciones.

El postgrado realiza dos funciones: facilita la inserción laboral de los recién titulados, en el comienzo de su carrera profesional y es el garante de la empleabilidad de los profesionales a través del desarrollo de las habilidades directivas o de la adquisición de conocimientos especializados.

España es un país con tradición de espléndidas escuelas de negocio. En la actualidad disponemos de una oferta de más de 300 entidades que ofertan aproximadamente 2.400 programas Master de más de 400 horas de duración y otros 4.600 programas de menor duración. La oferta de programas de postgrado, ha mantenido un incremento permanente en los últimos diez años. Así, mientras que en el año 1995 se habían contabilizado 655 programas, a inicios del año 2005 la oferta se situaba en torno a los 2.440 programas. Es decir, entre los años 1995 y 2005, el número de programas ofrecidos ha aumentado a una tasa anual superior al 15%, tasa que bien puede calificarse de espectacular.

Este exceso de oferta unido a la aparición de cada vez más competidores y unido a menos alumnos (reducción demográfica) determina un entorno hipercompetitivo.

En síntesis, la ausencia de regulación oficial, las bajas barreras a la entrada, el crecimiento sostenido de la demanda de formación de postgrado, y la creación tanto de nuevas universidades públicas como de centros privados configuran un sector que si bien ha conocido un notable desarrollo, está fuertemente fragmentado y con una parte importante de su oferta relativamente poco diferenciada y con un grado de especialización débil.

La reforma del sistema universitario español en cumplimiento de las decisiones adoptadas en la Conferencia de Bolonia (1999) respecto a la construcción de un Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) viene a cambiar las reglas del juego y tiene como objetivos estratégicos “la promoción de la movilidad y empleabilidad de los ciudadanos y el desarrollo global del Continente”.

El futuro de la educación superior en Europa pasa irremediabilmente por Bolonia. El denominado “Proceso de Bolonia” tiene como objetivo la creación de un espacio europeo de la enseñanza superior que sea coherente, compatible y competitivo. Es la iniciativa combinada más importante de universidades y gobiernos que nunca hasta ahora se había dado. Es un proceso a escala europea (participan 40) incluidas la Repúblicas Bálticas, más Rusia y Turquía.

Los objetivos específicos que se han fijado son cinco: construir un marco de referencia común de titulaciones; una generalización de los niveles de grado que deben dar acceso al mercado laboral; un sistema compatible de créditos; un seguro de calidad a escala europea y la eliminación de los obstáculos a la movilidad. Bolonia es el compromiso político de reformar las estructuras de los sistemas de enseñanza superior de manera convergente.

El reciente Real Decreto 56/2005, de 21 de enero (BOE 25 de Enero de 2005), por el que se regulan los estudios universitarios oficiales de Postgrado dice en su exposición de motivos que “la contribución del sistema universitario español a la conformación de los Espacios Europeos de Educación Superior y de Investigación y su plena integración en ellos constituye uno de los principales elementos, en la sociedad del conocimiento, para la consecución del objetivo trazado en las Cumbres de Lisboa y Barcelona para lograr que los sistemas educativos europeos se conviertan en una referencia de calidad mundial para el año 2010.

Tal integración comporta una profunda transformación de todos los aspectos tocantes a la estructura universitaria española, a la vez que supone un hito de histórica importancia tanto en su propia génesis como en su concepción metodológica y en sus

objetivos, que trasciende los propósitos inspiradores en cada momento de las sucesivas reformas operadas en el sistema universitario español a lo largo del tiempo y ofrece una oportunidad de renovación.”

Para comprender el crecimiento de la formación de postgrado en España debemos considerar, en primer lugar, la fuerte demanda social de la misma, demanda que está fuertemente influenciada por la valoración que de ésta realizan las empresas a la hora de contratar y promocionar a sus empleados y directivos.

En la fase inicial, la formación de postgrado actúa principalmente como un facilitador de la inserción en el mercado de trabajo. La adquisición de conocimientos en un determinado ámbito de especialización y el desarrollo de competencias profesionales específicas aumentan el atractivo para los potenciales empleadores, especialmente en el caso de titulados con escasa o nula experiencia.

En el caso de profesionales con experiencia, la formación de postgrado actúa como un garante de empleabilidad, y de manera creciente como un mecanismo de vinculación y fidelización a la empresa de sus mejores empleados y directivos. En este estado, la formación se orienta al desarrollo de competencias directivas y/o la adquisición de conocimientos altamente especializados. Se trata básicamente de una “actualización” del perfil profesional de la persona que puede tener por finalidad la aceleración de su carrera o bien un replanteamiento de la misma.

La tendencia predominante, tanto en Estados Unidos como en Europa, es la de un crecimiento sostenido en la demanda de los programas de postgrado del tipo Executive, especialmente de los que se ofrecen a tiempo parcial o en formatos compatibles con la actividad profesional. Tendencia que también se observa en nuestro país.

En España detectamos un avance modelo anglosajón (profesores con más horas, mayor fundamentación) y una orientación creciente a directivos y a actividades “in company” (por la competencia creciente en recién titulados de las universidades y por la reducción demográfica).

Antes de entrar en profundidad en las motivaciones de la demanda de los programas de postgrado conviene reflexionar sobre las transformaciones que hay en marcha en el sector de la formación de postgrado. Existen cuatro grandes fuerzas de cambio:

1. Los cambios en la demanda social de formación de postgrado. Aquí es preciso aclarar que en la fase inicial, actúa principalmente como facilitados de la inserción en el mercado de trabajo. En el caso de profesionales con experiencia, la formación de postgrado actúa como garante de empleabilidad. Este análisis conlleva a su vez una segmentación de los programas de postgrado en función de los perfiles de las personas: los programas para titulados universitarios sin experiencia y los programas para profesionales con experiencia laboral. Esta división supone que el formato, los contenidos y los enfoques varían.
2. En España una parte importante de los programas de postgrado está dirigida a titulados con poca experiencia. La percepción social sobre este tipo de Masters está cambiando, ya no se le considera una garantía para conseguir un puesto de trabajo. La tendencia predominante es la de un crecimiento en la demanda de los programas de postgrado del tipo post-experience.
3. La incorporación de las nuevas tecnologías en los procesos de aprendizaje (Internet) ha comportado el descenso de los programas presenciales.
4. La internacionalización de la formación de postgrado. Aquí el idioma tiene un papel determinante, y en especial el inglés. De igual forma hay que señalar (escuelas de negocio) la existencia de rankings de escuelas a nivel mundial, europeo y nacional.
5. La creación del Espacio Europeo de Educación Superior implica que el prestigio y la reputación estarán cada vez más asociados a la investigación y a los postgrados. Esta estratificación conlleva que aquellos programas que no tengan un grado de diferenciación fuerte tendrán crecientes dificultades para sobrevivir en el competitivo entorno europeo de educación superior.

Hay un consenso general en señalar como fortalezas de las mejores escuelas de negocio el prestigio, su posición en rankings, sus alianzas, sus medios. Su orientación a líderes.

Parece estar todo el mundo de acuerdo en que las Escuelas de negocio ofrecen relaciones, prestigio, formación, en mayor o menor medida puestos de trabajo.

Afirma todo el mundo que los recién titulados buscan prestigio, contenidos, redes, colocación, precio.

Hay coincidencia en destacar que directivos buscan Conocimiento, redes y prestigio. Es una demanda más fundada y estructurada y que los directivos interesados en programas especializados buscan conocimiento especializado, redes especializadas y prestigio. Demanda muy estructurada.

También parece claro que los directivos de empresas que contratan programas “in company” para sus compañías buscan y ofrecen compensaciones en forma de cursos: calidad/precio/prestigio.

Sin embargo ¿cuál es el conjunto de factores que tenemos que considerar en la toma de decisión final sobre el programa de postgrado a cursar? ¿Qué peso tendrán esos factores en los dos colectivos demandantes de los diferentes servicios, es decir, de los recién titulados y de los profesionales con experiencia?

En cuanto a los factores a considerar nuestra investigación nos confirma que existen factores personales, percepción de las instituciones, contenidos de los programas y la imagen país /ciudad.

Los motivos personales por los que un candidato valora las ofertas de las diferentes entidades son el más sólido argumento que, además, filtra o potencia al resto de factores que citaremos a continuación.

Los consejos recibidos por los familiares o amigos más próximos o los testimonios del entorno más íntimo aportan una credibilidad contra la que difícilmente podrán competir los demás factores.

La evaluación que hace el candidato de los programas ofertados por las diferentes Instituciones parte en un primer momento de la adaptación del programa al esquema de necesidades formativas que el candidato ha determinado en función de su situación personal.

La búsqueda inmediatamente de elementos que “certifiquen” o “homologuen” la formación / reconocimiento de esos programas en el mercado es elemento de vital importancia. De ahí que el candidato valore desde el reconocimiento oficial del título al reconocimiento laboral del mismo, en el sentido de adecuación de la formación recibida a las competencias profesionales exigidas para cada puesto en concreto. Cabe destacar que la importancia de este factor es directamente proporcional a la especialización del programa en cuestión.

El prestigio de la Institución, el reconocimiento internacional y la dotación de medios, tanto profesionales como de instalaciones determinan un conjunto que sitúa a las instituciones en un ranking personal preferencial del candidato.

Otros ranking, no personales sino reflejados en diferentes medios de comunicación forman parte de la creación de imagen de las Instituciones.

Las alianzas, por vincular la imagen de la institución a otras que aportan diferentes valores agregan elementos a la percepción global de la Institución.

La Imagen del país origen de la institución y de la ciudad en la que bien la Institución, bien sus sedes están instaladas, se relacionan e influyen mutuamente.

En la ciudad entran en consideración todos los elementos relativos a su tamaño, infraestructuras, entorno, coste de la vivienda, coste de la vida y tradición.

En la imagen país tiene un peso importante para el candidato la reputación y tradición académica, los parámetros económicos, sociales y la proximidad cultural.

La imagen de la ciudad potenciará o amortiguara la imagen país y esta supondrá un punto de partida para que la ciudad matice con sus peculiaridades. Ambas influyen decisivamente en la imagen / percepción de la Institución.

En lo que respecta a los resultados del cuestionario a los potenciales podemos decir que:

- Más de la mitad habían cursado económicas, empresariales o administración de empresas. Casi uno de cada cuatro tiene formación jurídica o similar. El 16% formación técnica y tan solo un 2% poseía un título en humanidades.
- Los motivos principales para escoger un programa de postgrado que se citaron en el 90% de los casos fueron el acceso a un empleo o la especialización en un campo específico. El segundo motivo fue el mismo en más del 70% de los casos.
- En cuanto al lugar en el que se cursarán los estudios cuatro de cada cinco manifestaron su interés por cursar el programa en España. Un 15% dijeron que se decantarían por otro país de la Unión Europea y sólo el 2,5% se plantean cursarlo más allá de la Unión.
- En cuanto a los motivos tres de cada cuatro lo decidirán por la situación geográfica, más de la mitad debido al idioma y más de un 40% consideraron el prestigio de realizarlo en ese país.
- En general hay un gran desconocimiento de las Escuelas de Negocio entre los recién licenciados. El porcentaje de candidatos que no conoce ó no sabe/no contesta nada sobre las diferentes escuelas de negocio supera el 50% de los encuestados en todos los casos con alguna excepción.

- Hay una gran dispersión en los calificativos sobre las escuelas. En conclusión los titulados universitarios que ya han decidido cursar un programa de postgrado tienen un escaso conocimiento de las Escuelas de Negocio.
- Por lo que se refiere a la financiación de los programas más de la mitad pagarán personalmente el programa en su totalidad. El 15% lo pagará de manera parcial, un 13% contará con una beca y un 7% no tendrán que desembolsar nada, su empresa lo hará por ellos.
- El 56% de los potenciales candidatos a cursar un programa de postgrado aún está estudiando o acaba de terminar sus estudios. Un tercio estudia y trabaja, de estos últimos sólo 5 de cada 100 lo hacen por cuenta propia.
- En cuanto a los titulados Master uno de cada 3 titulados Master habían cursado anteriormente económicas, empresariales o administración de empresas. Casi uno de cada cuatro tienen formación técnica o similar. El 17% formación jurídica y tan solo un 9% poseía un título en humanidades.
- Los motivos principales por los que cursaron su programa que se citaron en más casos como primera opción fueron el acceso a un empleo (21%), la especialización en un campo concreto (32%) y el desarrollo profesional en la empresa (31%). Los segundos motivos fueron los mismos en más del 85% de los casos.
- Cuando se preguntó sobre el tiempo transcurrido entre la finalización de la licenciatura y el comienzo del programa de postgrado sólo uno de cada cuatro lo hicieron inmediatamente.
- El 39% lo cursaron entre uno y cinco años desde el fin de la licenciatura y un 36% dejó pasar entre 5 y 10 años antes de cursarlo.
- Sorprende negativamente que en una economía globalizada ninguno de los titulados Master entrevistados ha cursado un programa fuera de nuestro país. Recordamos

que la intención inicial de los potenciales Master para cursar programas fuera de España es de solo el 20%

- En este caso el conocimiento de las Escuelas de Negocio por parte de los que ya han concluido sus programas de postgrado es muy superior al de los recién titulados que estén pensando en cursarlo.
- En cuanto a los motivos para seleccionar la escuela en la que cursaron el programa, un 93% lo hicieron por el prestigio / imagen de la institución. Cuatro de cada cinco consideraron los contenidos académicos del programa / institución y más de la mitad la situación geográfica. Sólo el 39% dice haber considerado las facilidades de acceso al empleo que proporcionaba el programa / institución.
- Con respecto a la financiación, cuatro de cada diez lo financiaron personalmente en su totalidad. El 35% contó con algún tipo de ayuda y sólo un 23% de los casos contaron con una financiación completa por parte de su empresa.
- Por último comentar que dos de cada tres entrevistados consideran que su programa les proporcionó/incrementó su empleabilidad. Del total de entrevistados un 95% se encontraban trabajando.

## **6. BIBLIOGRAFIA**

- Allen, J., Ramaekers, g., Van der Velden, R., (2003): La medición de las competencias de los titulados superiores, Métodos de Análisis de la Inserción Laboral de los Universitarios, Javier Vidal coordinador, Imprenta KADMOS, Salamanca.
- Becker, G. (1995): The Foundations of Human Behavior. En The essence of Becker. Ed. Hoover Institution Press. USA.
- CARNEGIE FOUNDATION FOR THE ADVANCEMENT OF TEACHING, the (2000): The 2000 Carnegie Classification of US Colleges and Universities. Accesible en: <http://www.carnegiefoundation.org>
- Círculo de Progreso (2005): Guía DICES 2005-2006 de Masters y Cursos de Postgrado. Directorio de Centros de Formación de Postgrado en España.
- Círculo de Progreso (2005): Guía DICES 2005-2006 de Carreras y Cursos Superiores. Directorio de Centros de Formación Superior en España.
- Círculo de Progreso (2003): Informe Infoempleo 2003. Oferta y Demanda de Empleo Cualificado en España.
- Círculo de Progreso (2004): Informe Infoempleo 2004. Oferta y Demanda de Empleo Cualificado en España.
- Círculo de Progreso (2005): Informe Infoempleo 2005. Oferta y Demanda de Empleo Cualificado en España.
- COM (2001) 59 final, Comisión de las Comunidades Europeas: Futuros objetivos precisos de los sistemas educativos, Bruselas, 31 de Enero.
- COM (2001) 79 final, European Commission to the Spring European Council: Realising the European Union's potential: consolidating and extending the Lisbon strategy, Stockholm, 23 and 24 March.
- COM (2002) 72 final, Comisión de las Comunidades Europeas: Plan de acción de la Comisión sobre las capacidades y la movilidad, Bruselas, 13 de Febrero.
- COM (2003) 685 final, Comisión de las Comunidades Europea: Programa Educación y Formación: 2010, Bruselas 11 de Noviembre.
- COM (93) 700, Adopción por la Comisión del Libro Blanco sobre crecimiento, competitividad y empleo - Retos y pistas para entrar en el siglo XXI, Diciembre.
- Diario Oficial L 146 de 11.6.1999, Decisión 1999/382/CE del Consejo, por la que se establece la segunda fase del programa de acción comunitario en materia de formación profesional Leonardo da Vinci, 26 de Abril.
- Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas, CRUE. (2004): La Universidad Española en Cifras.
- Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas, CRUE. (2004): Indicadores Universitarios (Curso Académico 2002-2003).

- Consejo de Coordinación Universitaria (2004): Estudio sobre la Oferta, Demanda y Matrícula de Nuevo Ingreso en las Universidades Públicas para el Curso 2003-2004.
- Educación Global, vol. 8, 2004 Hacia una Cultura de Internacionalización Educativa: Formando ciudadanos del mundo / Asociación Mexicana para la Educación Internacional.
- Encyclopedia of International Education/ McCulloch, Gary; Ed.-- Routledge, 2005.
- Ertl, H (2003): European union programmes for education and vocational training: Development and impact.
- Fundación IUVE (2003): Informe de la Opinión de los Estudiantes Preuniversitarios sobre la Universidad Española 2003.
- Fundación IUVE (2004): Informe de la Opinión de los Estudiantes Preuniversitarios sobre la Universidad Española 2004.
- Fundación Universidad-Empresa (2000): Guía de las Empresas que Ofrecen Empleo 2000.
- Fundación Universidad-Empresa (2001): Guía de las Empresas que Ofrecen Empleo 2001.
- Fundación Universidad-Empresa (2002): Guía de las Empresas que Ofrecen Empleo 2002-2003.
- Fundación Universidad-Empresa (2003): Guía de las Empresas que Ofrecen Empleo 2003-2004.
- Fundación Universidad-Empresa (2004): Guía de las Empresas que Ofrecen Empleo 2004-2005.
- Globalmedia (2003): Informe Pigmalión.
- Instituto Nacional de Estadística (2004): Estadística de Enseñanza Universitaria, [www.ine.es](http://www.ine.es)
- Instituto Nacional de Estadística INE (2004): Encuesta de Población Activa – EPA – Datos oficiales del 2-3-4 trimestre.
- Ministerio de Educación y Ciencia (2004): Estadística Universitaria, [www.mec.es](http://www.mec.es)
- Nordhaug, O., (1993): Human capital in organizations, competence, training, and learning. Oxford University Press, Bergen.
- Observatory on Borderless Higher Education [UK].-- London, 2005 National regulatory frameworks for transnational higher education: models and trends. Part 1/ Verbik, Line; Jokivirta, Lisa.
- OECD, (2001): The Well-being of Nations: the role of human and social capital. <http://www.oecd.org>
- Pérez Díaz, Víctor (2003): Educación y Orden de libertad. Documento básico para la Semana Santillana 2003. Madrid.

- Quintanilla, M. A. (1993): Oferta Universitaria y Demanda Social, La Reforma de las Titulaciones Universitarias y su incidencia en el Mundo de la Empresa, Libros Forum Universidad-Empresa, Fundación Universidad-Empresa.
- SKOPE Research Paper No. 42 Spring, ESRC, Oxford and Warwick Universities.
- Schomburg, H., Teichler, U., (2003): Higher education and graduate employment in Europe: results of graduate surveys from 12 countries. Dordrecht, Kluwer Academic Publishers.
- Vidal, J. (2003): Métodos de análisis de la inserción laboral de los universitarios. Ministerio de Educación y Deporte, Imprenta KADMOS, Salamanca.

**Referencia de páginas web:**

[http://europa.eu.int/comm/education/index\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/education/index_en.html)

[www.universia.es](http://www.universia.es)      [www.universia.net](http://www.universia.net)

[www.infoempleo.com](http://www.infoempleo.com)

[www.infoformacion.com](http://www.infoformacion.com)

[www.mec.es](http://www.mec.es)

[www.oecd.org](http://www.oecd.org)

[www.mastermas.com](http://www.mastermas.com)

[www.aprendemas.com](http://www.aprendemas.com)

[www.educaweb.com](http://www.educaweb.com)

[www.ine.es](http://www.ine.es)

[www.carnegiefoundation.org](http://www.carnegiefoundation.org)

## ***ANEXO 0. FICHA TÉCNICA INVESTIGACIÓN***

Título del estudio:

EL IMPACTO DE LA FORMACIÓN DE POSTGRADO DE ESCUELAS DE NEGOCIOS ESPAÑOLAS EN LA CREACIÓN DE EMPLEO

La investigación realizada por SIGMA 2 para EOI-Escuela de Negocios sobre EL IMPACTO DE LA FORMACIÓN DE POSTGRADO DE ESCUELAS DE NEGOCIO ESPAÑOLAS EN LA CREACIÓN DE EMPLEO se ha realizado a dos colectivos diferentes, cada uno con una metodología concreta.

Realización: SIGMA DOS S.A, miembro de AEDEMO, ANEIMO, AEC (Asociación española de Empresas de Consultoría), ESOMAR, WAPOR.

Certificación de Calidad: ISO 9001 acreditada por DNV.

## ***ANEXO 1. CUESTIONARIO POTENCIALES***

### **ANEXO 1. ENCUESTA A POTENCIALES DE CURSOS DE POSTGRADO (MÁSTER)**

Universo: Universitarios que han terminado o están en el último año de carrera y vayan a hacer un Máster en una escuela de Negocios.

Ámbito: Madrid.

Muestra: 75 entrevistas con un error de +- 11.55% para un nivel de confianza del 95.5% (dos sigma) y un p/q=50%.

Entrevista: Personal en las universidades.

Cuestionario: Estructurado de 9 preguntas más datos de clasificación.

Fecha del trabajo de Campo: Del 16 al 30 de Junio de 2005.

**POTENCIALES MASTER EN ESCUELA DE NEGOCIOS**  
**EL IMPACTO DE LA FORMACIÓN DE POSTGRADO DE ESCUELAS**  
**DE NEGOCIO ESPAÑOLAS EN LA CREACIÓN DE EMPLEO**

Buenos días/tardes. La empresa **Sigma Dos** está realizando un estudio sobre **la formación postgrado de Escuelas de Negocio** para el Fondo Social Europeo. Por ello le agradecería que colaborara con nosotros contestando a unas preguntas. Sus respuestas serán anónimas, según la Ley de Secreto Estadístico y nunca se analizarán individualmente, sino de forma conjunta al resto de respuestas.

MUCHAS GRACIAS

FILTRO: ¿Tiene pensado hacer un Máster en una Escuela de Negocios?

SI..... 1

NO.....2

→ Fin del cuestionario

1. ¿A qué área de las que se enumeran a continuación pertenece su titulación universitaria?

Ingeniería o técnica ..... 1

Humanidades..... 2

Derecho o jurídico..... 3

Otras (especificar)..... 4

2. ¿Cuál de los siguientes motivos señalaría como los dos motivos principales por los que decide cursar un máster? (Indicar por orden de prioridad el primero y el segundo) (Entrevistador: Mostrar tarjeta P.2 y que indique el motivo principal y luego el segundo motivo)

	<b>Primero</b>	<b>Segundo</b>
Acceso a un empleo .....	1	1
Especializarse en un campo (Medio ambiente, calidad, RRHH, etc.)	2	2
Requisito de la empresa donde trabaja .....	3	3
Desarrollo profesional en la empresa.....	4	4
Por recomendación de un amigo, familiar, etc.....	5	5
A raíz de un artículo que informaba del máster y la escuela .....	6	6
A raíz de la publicación de un anuncio en un medio de comunicación	7	7
Otras (especificar).....	8	8
NS/NC .....	0	0

3. Señale dónde realizará el máster.

España .....	1
En otro país de la Unión Europea .....	2
En un país que no pertenece a la UE .....	3
NS/NC .....	0

4. Indique a continuación cuáles son las razones para elegir ese país.

	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>NS/NC</b>
Idioma .....	1	2	0
Situación geográfica .....	1	2	0
Prestigio al realizarlo en ese país .....	1	2	0
Facilidad de acceso .....	1	2	0
Otras (especificar) _____ .....	1	2	0

5. Dígame una palabra (sustantivo o calificativo) con relación a cada una de estas escuelas de negocio:

1. IESE Business School	NS/NC....0 No conoce...9
2. IE (Instituto de Empresa)	NS/NC....0 No conoce...9
3. ESADE Business School	NS/NC....0 No conoce...9
4. EOI Escuela de Negocios	NS/NC....0 No conoce...9
5. ESIC (Escuela Superior Gestión Comercial Mark)	NS/NC....0 No conoce...9
6. EAE (Escuela de Administración de Empresas)	NS/NC....0 No conoce...9
7. ESTE Facultad de CC.EE y Empresariales ESTE	NS/NC....0 No conoce...9

6. ¿En qué institución piensa realizar su curso de postgrado? (Entrevistador: si dice que no sabe o que duda entre varias, insistir en que diga por cuál cree que se decidirá al final)

IESE Business School	1
IE (Instituto de Empresa)	2
ESADE Business School	3
EOI Escuela de Negocios	4
ESIC (Escuela Superior de Gestión Comercial Mark)	5
EAE (Escuela de Administración de Empresas)	6
ESTE Facultad de CC.EE. y Empresariales ESTE	7
Otras (especificar) _____	8
NS/NC	0

7. ¿Por qué va a elegir esa escuela de negocios y no otra?

	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>NS/NC</b>
Era el único sitio donde imparten ese máster.....	1	2	0
Facilidades de acceso al empleo .....	1	2	0
Por el sistema de financiación de la escuela .....	1	2	0
Por los contenidos académicos del curso .....	1	2	0
Prestigio/imagen de la escuela.....	1	2	0
Precio del máster .....	1	2	0
Situación geográfica .....	1	2	0
Otras (especificar)_____ .....	1	2	0

8. ¿Cuál de las siguientes situaciones se adapta más al sistema que piensa utilizar para financiar el máster?

Lo financiará Vd. en su totalidad	1
Contará con una beca	2
Se lo financiará en su totalidad la empresa	3
Lo pagará Vd. de manera parcial	4
Otros (especificar)_____	5
NS/NC	0

9. ¿Cuál es su situación laboral actual?

Solo estudio / acabo de terminar los estudios	1
Estudio y trabajo por cuenta ajena	2
Estudio y trabajo por cuenta propia	3
Otros (especificar)_____	4
NS/NC	0

<b>DATOS DE CLASIFICACIÓN</b>
-------------------------------

**Nombre del máster realizado:** \_\_\_\_\_

**Edad:** \_\_\_\_\_

**Género:**

Hombre ..... 1    Mujer ..... 2

**Ámbito territorial (ciudad):** \_\_\_\_\_

## ***ANEXO 2. CUESTIONARIO TITULADOS MÁSTER***

Universo: Personas que han realizado un Máster en una escuela de Negocios.

Ámbito: Ciudades de Madrid, Barcelona, Sevilla y Bilbao.

Muestra: 75 entrevistas con un error de +- 11.55% para un nivel de confianza del 95.5% (dos sigma) y un p/q=50%.

Entrevista: Telefónica mediante el sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interview).

Cuestionario: Estructurado de 11 preguntas más datos de clasificación.

Fecha del trabajo de Campo: Del 7 al 11 de Julio de 2005.

**TITULADOS MASTER**

**EL IMPACTO DE LA FORMACIÓN DE POSTGRADO DE ESCUELAS DE  
NEGOCIO ESPAÑOLAS EN LA CREACIÓN DE EMPLEO**

Buenos días/tardes. La empresa **Sigma Dos** está realizando un estudio sobre **la formación postgrado de Escuelas de Negocio** para el Fondo Social Europeo. Por ello le agradecería que colaborara con nosotros contestando a unas preguntas. Sus respuestas serán anónimas, según la Ley de Secreto Estadístico y nunca se analizarán individualmente, sino de forma conjunta al resto de respuestas.

MUCHAS GRACIAS

1. ¿A qué área de las que se enumeran a continuación pertenece su titulación universitaria?

Ingeniería o técnica .....	1
Humanidades.....	2
Derecho o jurídico.....	3
Otras (especificar)_____.	4

2. ¿Cuál de los siguientes motivos señalaría como los dos motivos principales por los que decidió cursar un máster? (Indicar por orden de prioridad el primero y el segundo) (Entrevistador: leer todos y que indique el motivo principal y luego el segundo motivo)

	<b>Primero</b>	<b>Segundo</b>
Acceso a un empleo	1	1
Especializarse en un campo (Medio ambiente, calidad, RRHH, etc.)	2	2
Requisito de la empresa donde trabaja (sólo para titulados Máster)	3	3
Desarrollo profesional en la empresa (sólo para titulados Máster)	4	4
Por recomendación de un amigo, familiar, etc.	5	5
A raíz de un artículo que informaba del máster y la escuela	6	6
A raíz de la publicación de un anuncio en un medio de comunicación	7	7
Otras (especificar)_____	8	8
NS/NC	0	0

## 3. ¿Cuánto tiempo después de la finalización de sus estudios realizó el máster?

Inmediatamente.....	1
Entre 1 y 5 años.....	2
Entre 5 y 10 años.....	3
NS/ NC .....	0

## 4. Señale dónde realizó el máster.

España.....	1
En otro país de la Unión Europea.....	2
En un país que no pertenece a la UE.....	3
NS/NC .....	0

## 5. Indique a continuación cuáles fueron las razones para elegir ese país.

	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>NS/NC</b>
Idioma.....	1	2	0
Situación geográfica .....	1	2	0
Prestigio al realizarlo en ese país .....	1	2	0
Facilidad de acceso .....	1	2	0
Otras (especificar).....	1	2	0

## 6. Dígame una palabra (sustantivo o calificativo) con relación a cada una de estas escuelas de negocio:

1. IESE Business School	NS/NC...0	No conoce...9
2. IE (Instituto de Empresa)	NS/NC...0	No conoce...9
3. ESADE Business School	NS/NC...0	No conoce...9
4. EOI Escuela de Negocios	NS/NC...0	No conoce...9
5. ESIC (Escuela Superior Gestión Comercial Mark)	NS/NC...0	No conoce...9
6. EAE (Escuela de Administración de Empresas)	NS/NC...0	No conoce...9
7. ESTE Facultad de CC.EE y Empresariales ESTE	NS/NC...0	No conoce...9

## 7. ¿En qué institución realizó su curso de postgrado?

IESE Business School.....	1
IE (Instituto de Empresa).....	2
ESADE Business School.....	3
EOI Escuela de Negocios .....	4
ESIC (Escuela Superior de Gestión Comercial Mark).....	5
EAE (Escuela de Administración de Empresas) .....	6
ESTE Facultad de CC.EE. y Empresariales ESTE .....	7
Otras (especificar).....	8
NS/NC .....	0

## 8. ¿Por qué eligió esa escuela de negocios y no otra?

	Sí	No	NS/NC
Era el único sitio donde impartían ese máster .....	1	2	0
Facilidades de acceso al empleo.....	1	2	0
Por el sistema de financiación de la escuela .....	1	2	0
Por los contenidos académicos del curso.....	1	2	0
Prestigio/imagen de la escuela.....	1	2	0
Precio del máster .....	1	2	0
Situación geográfica.....	1	2	0
Otras (especificar).....	1	2	0

## 9. ¿Cuál de las siguientes situaciones se adapta más al sistema que utilizó para financiar el máster?

Lo financió Vd. en su totalidad .....	1
Contó con una beca.....	2
Se lo financió en su totalidad la empresa.....	3
Lo pagó Vd. de manera parcial .....	4
Otros (especificar).....	5
NS/NC .....	0

## 10. ¿Cuál es su situación laboral actual?

Desempleado	1	→ Fin del cuestionario
Estudiante	2	→ Fin del cuestionario
Trabajando por cuenta ajena	3	
Tengo una empresa propia	4	→ Pasar a P.11
Otros (especificar) _____	5	
NS/NC	0	→ Fin del cuestionario

**SÓLO PARA LOS QUE HAN RESPONDIDO DIG. 3, 4 ó 5 EN P.10**

¿Considera que la realización del máster le ha sido beneficiosa a la hora de encontrar trabajo?

Sí	1
No	2
NS/NC	0

<b>DATOS DE CLASIFICACIÓN</b>
-------------------------------

**Nombre del máster realizado:** \_\_\_\_\_

**Edad:** \_\_\_\_\_

**Género:**

Hombre ..... 1      Mujer..... 2

**Ámbito territorial (ciudad):** \_\_\_\_\_

**ANEXO 3. INFORME CUESTIONARIO POTENCIALES MASTER****1. POTENCIALES MASTER**

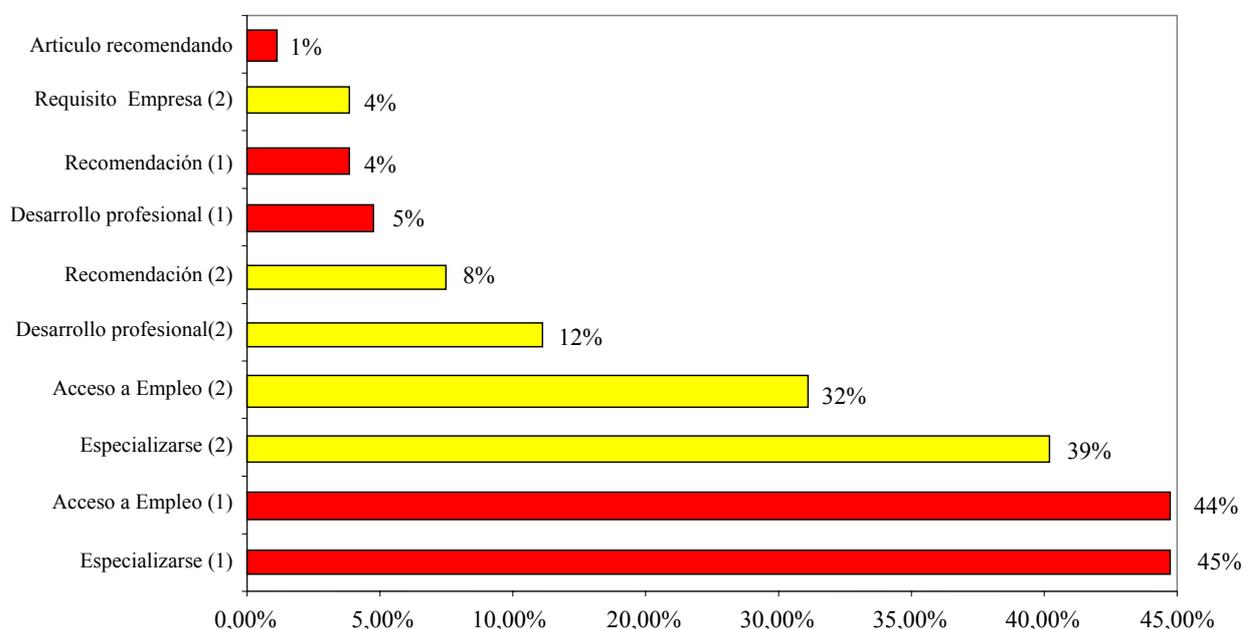
Pregunta	Respuesta	Resultado%
<b>1. Área Titulación Universitaria</b>	1. Ingeniería o técnica	16%
	2. Humanidades	02%
	3. Derecho o jurídico	22%
	4. Económicas / Empresa	56%
<b>2. Motivos para cursar un Master ( 1/2)</b>	1. Acceso a Empleo	44%
	2. Especializarse	45%
	3. Requisito empresa	00%
	4. Desarrollo profesional	05%
	5. Recomendación amigo	04%
<b>2. Motivos para cursar un Master (2/2)</b>	1. Acceso a Empleo	32%
	2. Especializarse	39%
	3. Requisito empresa	00%
	4. Desarrollo profesional	12%
	5. Recomendación amigo	08%
<b>3. Lugar de realización</b>	España	80%
	Unión Europea	15%
	Fuera UE	2,5%
	NS / NC	2,5%
<b>4. Razones para elegir el país</b>	Idioma	51%
	Situación geográfica	73%
	Prestigio del país	41%
	Facilidad de Acceso	30%
<b>5. Palabra o calificativo con relación a estas escuelas de Negocio</b>	<b>IESE</b>	NS/NC 53%
	<b>IE</b> Prestigiosa 08%	NS/NC 43%
	<b>ESADE</b>	NS/NC 63%
	<b>EOI</b> Conocida 11%	NS/NC 57%
	<b>ESIC</b> Marketing/Conoce 20%	NS/NC 33%
	<b>EAE</b>	NS/NC 80%
	<b>ESTE</b>	NS/NC 64%

<b>6. Institución en la que piensa cursar el Master</b>	IESE	17%
	IE	13%
	ESADE	05%
	EOI	10%
	ESIC	13%
	EAE	0%
	ESTE	9%
<b>7. Motivos por los que va a elegir esa escuela y no otra</b>	1. Solo impartían allí	09%
	2. Acceso a empleo	45%
	3. Sistema financiación	12%
	4. Contenido Académico	53%
	5. Prestigio-Imagen Escuela	72%
	6. Precio del Master	25%
	7. Situación geográfica	36%
<b>8. Como financiará el Master</b>	Financia personalmente	53%
	Contará con una beca	13%
	Financiado por empresa	07%
	Paga parcialmente	15%
<b>10. Situación laboral actual</b>	Estudiante / Acaba terminar	56%
	Trabaja por cuenta ajena	28%
	Trabaja por cuenta propia	05%

### **1. Titulación Universitaria**

Después de un filtro por el que se descartaron a aquellos que respondieron que no tenían pensado hacer un Máster en una Escuela de Negocios se preguntó a los entrevistados por su titulación universitaria. Más de la mitad habían cursado económicas, empresariales o administración de empresas. Casi uno de cada cuatro tiene formación jurídica o similar. El 16% formación técnica y tan solo un 2% poseía un título en humanidades.

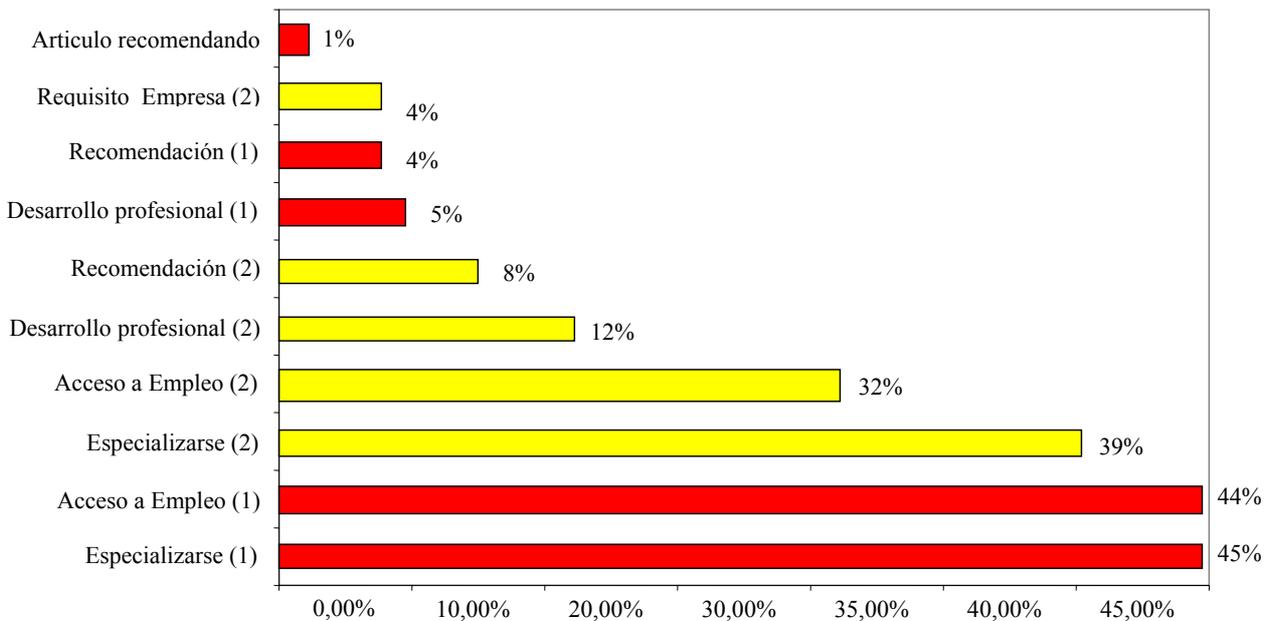
#### ***Motivos por los que decide cursar un Master***



**2. Motivos principales por los que decide cursar un Master**

En esta cuestión se pedía a los estudiantes que señalaran los motivos principales por los que decide cursar un Master. El entrevistador mostraba la tarjeta que se incluye a continuación y pedía que se indicara el motivo principal (rojo) y el segundo motivo (amarillo). Los motivos principales que se citaron en el 90% de los casos fueron el acceso a un empleo o la especialización en un campo específico. El segundo motivo fue el mismo en más del 70% de los casos. Otras respuestas como segundo motivo fueron bien el desarrollo profesional en la empresa (12%) bien la recomendación de un amigo ó familiar con un 8% de respuestas.

**Motivos por los que decide cursar un Master**



**Tarjeta P2**

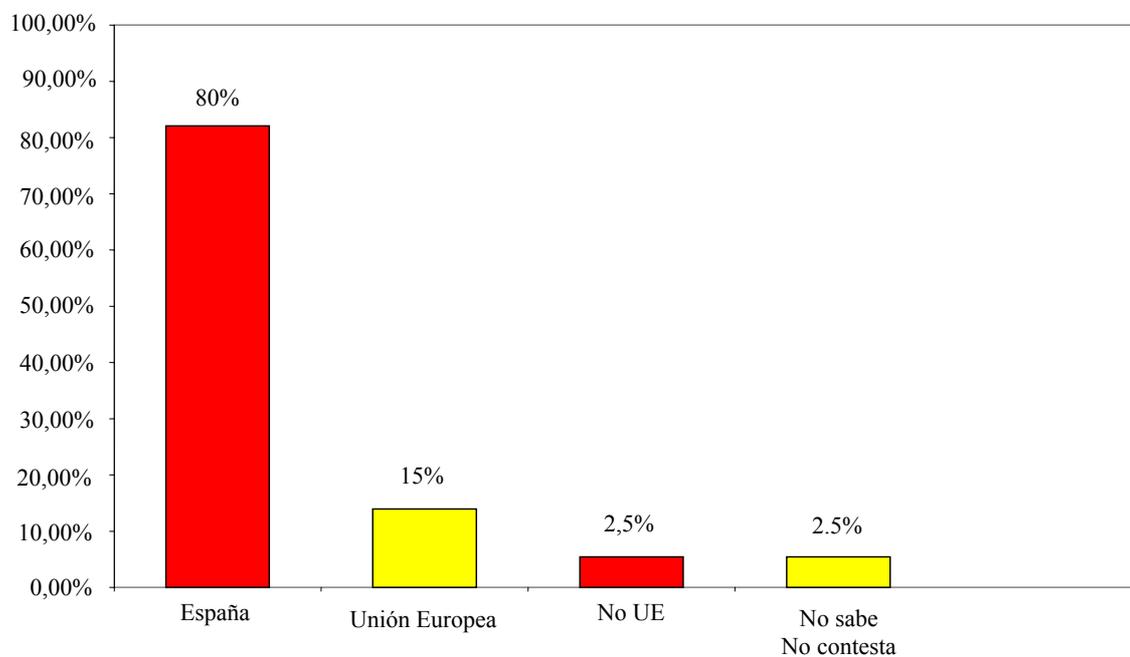
- Acceso a un empleo ..... 1
- Especializarse en un campo ..... 2
- Requisito de la empresa donde trabaja ..... 3
- Desarrollo profesional en la empresa ..... 4
- Por recomendación de un amigo, familiar, etc. .... 5
- A raíz de un artículo que informaba del máster/escuela..... 6
- A raíz de la publicación de un anuncio en un medio..... 7
- Otras (especificar)..... 8

### **3 y 4. País en el que realizará el Master / Motivos por los que elegirá ese país**

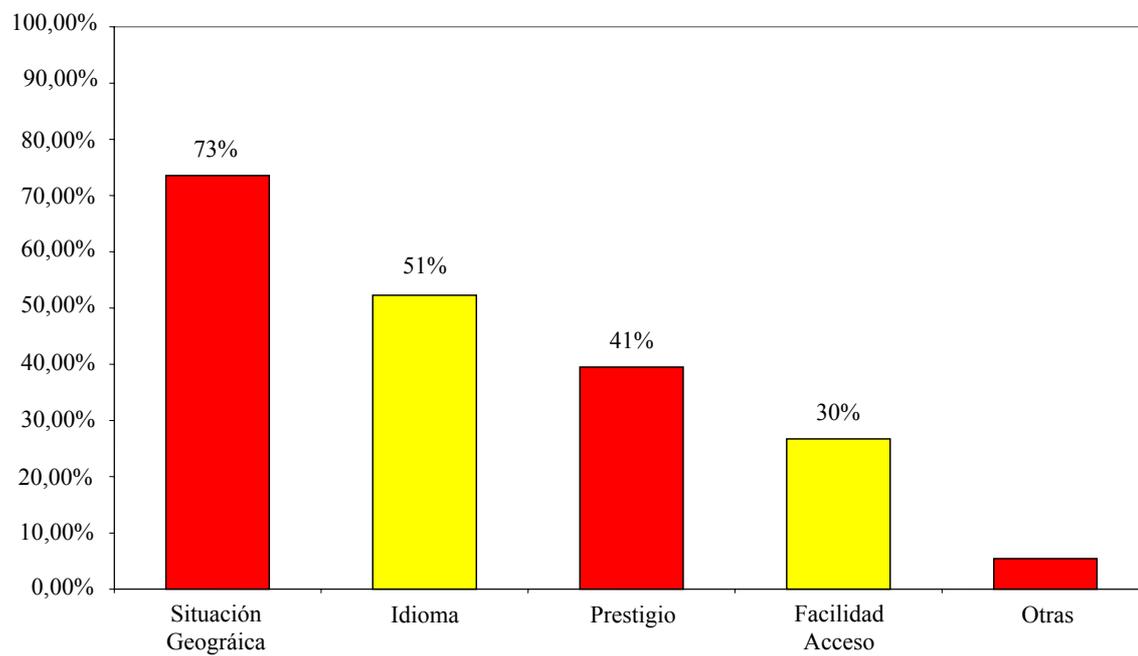
En esta cuestión cuatro de cada cinco manifestaron su interés por cursar el programa en España. Un 15% dijeron que se decantarían por otro país de la Unión Europea y sólo el 2,5% se plantean cursarlo más allá de la Unión.

En cuanto a los motivos tres de cada cuatro lo decidirán por la situación geográfica, más de la mitad debido al idioma y más de un 40% consideraron el prestigio de realizarlo en ese país.

#### ***Lugar en el que realizará el Master***



***Razones para elegir ese país***



### **5. Palabra / Calificativo con relación a cada una de estas escuelas de negocio**

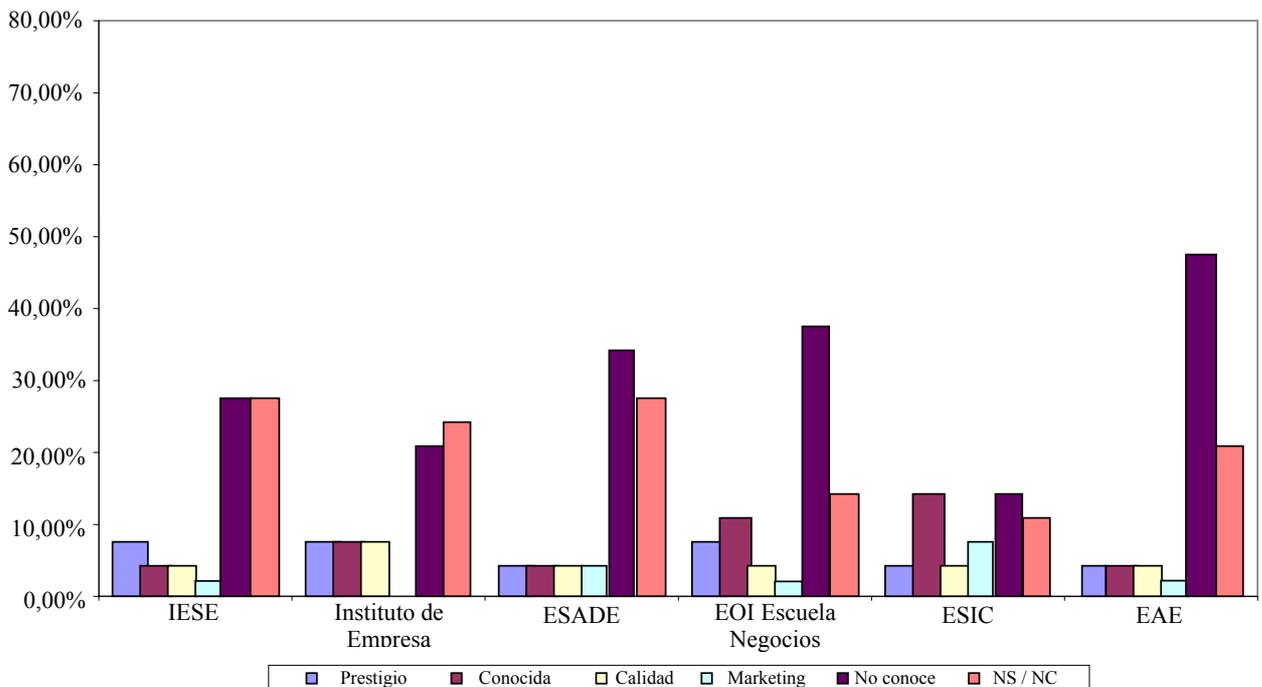
En esta cuestión se pedía a los estudiantes que describieran con una palabra (sustantivo o calificativo) con relación a cada una de estas escuelas de negocio: IESE, IE, ESADE, EOI, ESIC, EAE y ESTE.

En general hay un gran desconocimiento de las Escuelas de Negocio entre los recién licenciados. El porcentaje de candidatos que no conoce ó no sabe/no contesta nada sobre las diferentes escuelas de negocio supera el 50% de los encuestados en todos los casos con excepción de ESIC (33%) y llega hasta el 80% en el caso de EAE.

Hay una gran dispersión en los calificativos sobre las escuelas. Podemos destacar la calificación de “prestigiosa” al Instituto de Empresa para un 8% de los encuestados, marketing para ESIC con un 7% y “conocida” en los casos de EOI y ESIC que han superado el 10%.

En conclusión los titulados universitarios que ya han decidido cursar un programa de postgrado tienen un escaso conocimiento de las Escuelas de Negocio.

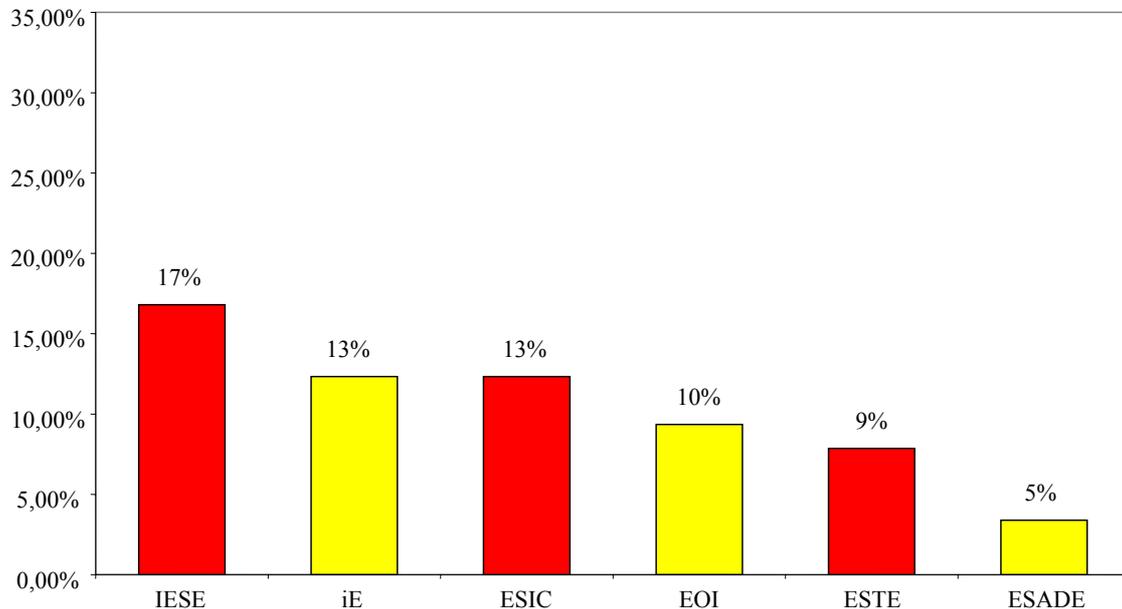
#### ***Palabra / Calificativo con relación a cada una de estas escuelas de negocio***



### **6. Institución en la que piensa realizar su curso de postgrado**

En esta cuestión sobre la escuela de negocios en la que cursarán el programa de postgrado un 70% dice que al final se decidirá por una escuela en concreto. Hay que tener en cuenta que el entrevistador tiene instrucciones para insistir al entrevistado a que se pronuncie por una escuela en concreto aún en el caso que dijera que no sabe ó que duda entre varias. Queda por tanto un 30% que en línea con la respuesta anterior parecen no conocer ninguna de las escuelas de negocio.

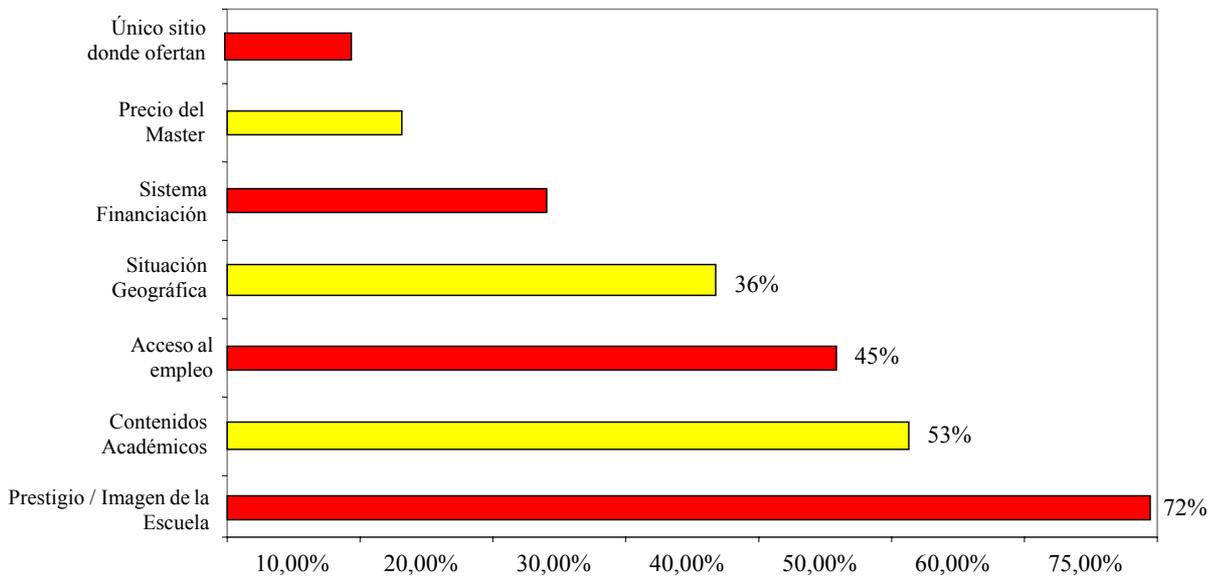
#### ***Institución en la que piensa realizar su Master***



### **7. Por qué va a escoger esa escuela de negocios y no otra**

En esta cuestión se pedía a los estudiantes que señalaran los motivos por los que van a escoger una escuela de negocios y no otra. Destacar que un 73% contesta que lo hace por el prestigio ó imagen de la Institución Los contenidos académicos son citados por más de la mitad de los entrevistados. Las facilidades de acceso al empleo proporcionadas por la Escuela de Negocio son valoradas por el 45% de los encuestados mientras que el 36% ha considerado en su decisión la situación geográfica. El precio de los programas es relevante sólo para uno de cada cuatro alumnos.

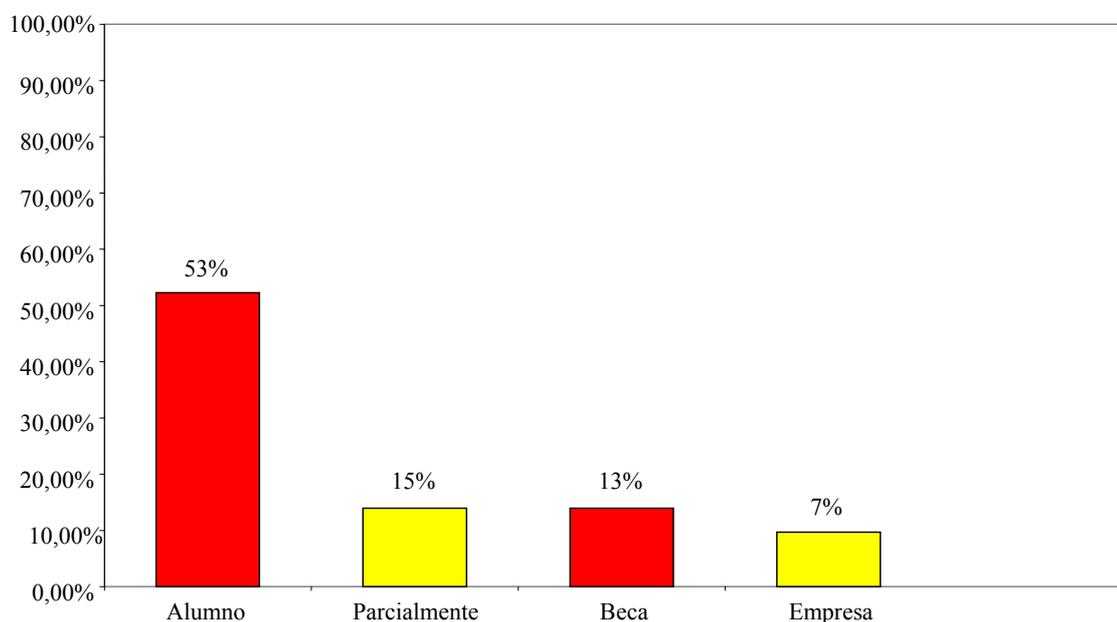
#### ***Motivos por los que elige una escuela de negocios***



**8. Cual de las siguientes situaciones se adapta más al sistema que piensa utilizar para financiar el Master**

Por lo que se refiere a la financiación de los programas más de la mitad pagaran personalmente el programa en su totalidad. El 15% lo pagará de manera parcial, un 13% contará con una beca y un 7% no tendrán que desembolsar nada, su empresa lo hará por ellos.

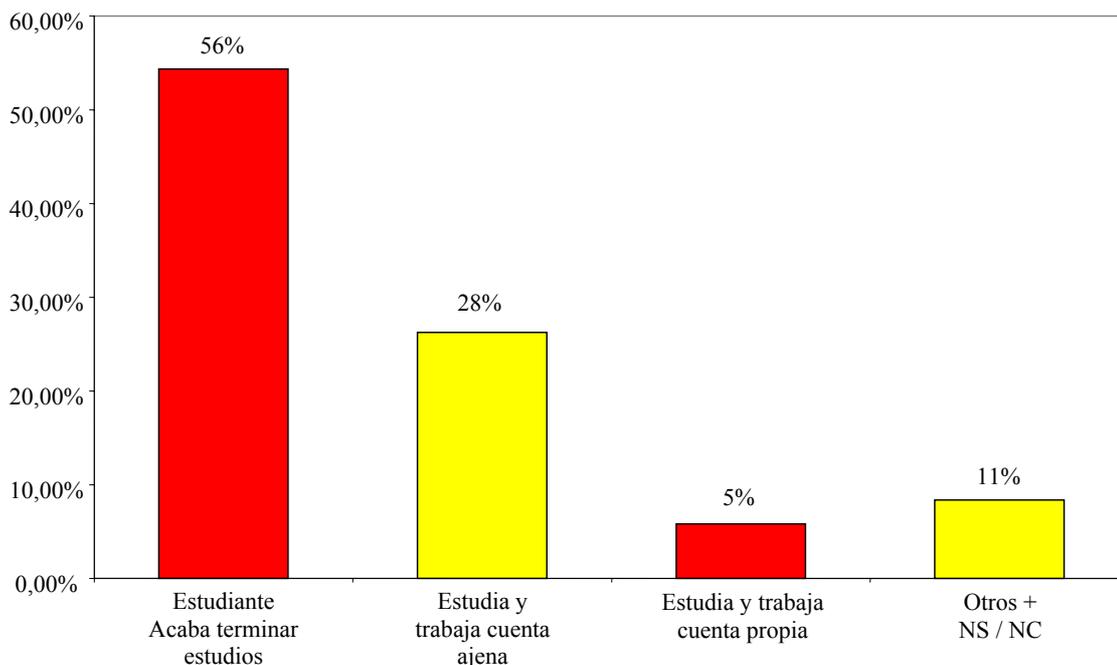
***Como financiará el Master***



### **9. Situación laboral actual**

El 56% aún esta estudiando o acaba de terminar sus estudios. Un tercio estudia y trabaja, de estos últimos sólo 5 de cada 100 lo hacen por cuenta propia.

***Situación laboral actual***



**ANEXO 4. INFORME CUESTIONARIO TITULADOS MASTER**

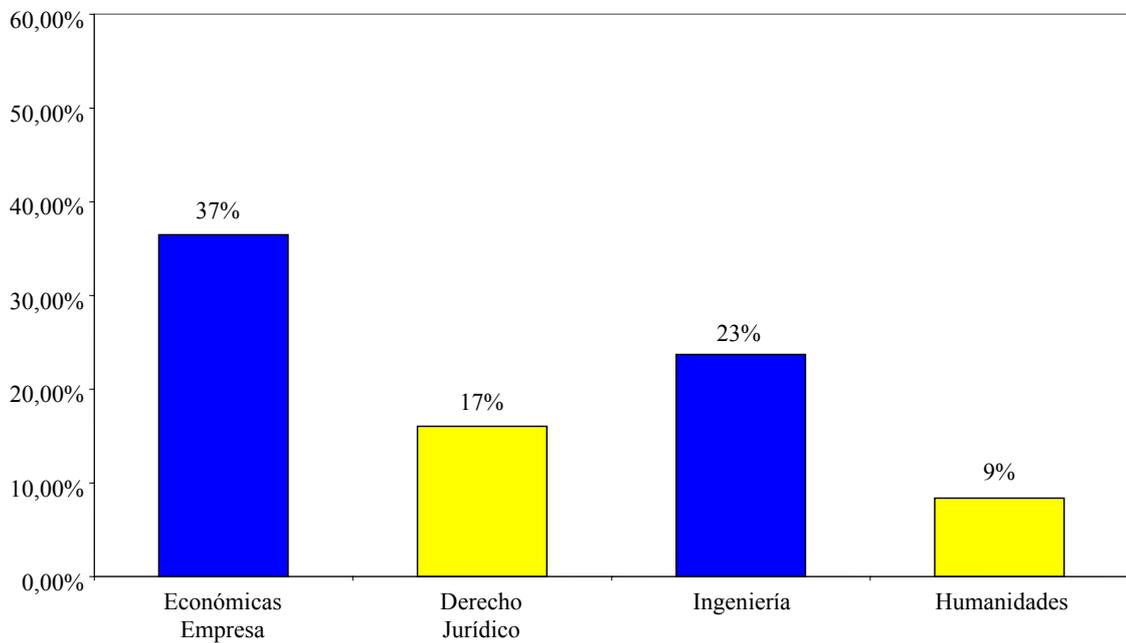
Pregunta	Respuesta	Resultado%			
<b>1. Área Titulación Universitaria</b>	1. Ingeniería o técnica	23%			
	2. Humanidades	09%			
	3. Derecho o jurídico	17%			
	4. Económicas / Empresa	37%			
<b>2. Motivos para cursar un Master (2/2)</b>	1. Acceso a Empleo	18%			
	2. Especializarse	34%			
	3. Requisito empresa	08%			
	4. Desarrollo profesional	34%			
	5. Recomendación amigo	05%			
<b>3. Tiempo transcurrido desde la finalización de los estudios hasta cursar el Master</b>	Inmediatamente	25%			
	Entre 1 y 5 años	39%			
	Entre 5 y 10 años	36%			
<b>4. Lugar de realización</b>	España	100%			
	Unión Europea	0%			
	Fuera UE	0%			
<b>5. Razones para elegir el país</b>	Idioma	32%			
	Situación geográfica	81%			
	Prestigio del país	56%			
	Facilidad de Acceso	64%			
<b>6. Palabra o calificativo con relación a las escuelas de Negocio</b>	IESE	Excelente/ MB	30%	NS/NC	12%
	IE	Muy Buena/ B	27%	NS/NC	23%
	ESADE	Buena / MB	26%	NS/NC	3%
	EOI	Buena/Técnica	19%	NS/NC	56%
	ESIC	B/ Marketing	21%	NS/NC	30%
	EAE	Buena	7%	NS/NC	87%
	ESTE	Buena	7%	NS/NC	88%

<b>7. Institución en la que curso el Master</b>	IESE	31%
	IE	31%
	ESADE	0%
	EOI	7%
	ESIC	31%
	EAE	0%
	ESTE	0%
<b>8. Motivos para elegir esa escuela y no otra</b>	1. Solo impartían allí	11%
	2. Acceso a empleo	39%
	3. Sistema financiación	05%
	4. Contenido Académico	80%
	5. Prestigio-Imagen Escuela	93%
	6. Precio del Master	23%
	7. Situación geográfica	57%
<b>9. Como financió el Master</b>	Financia personalmente	41%
	Financiado por empresa	23%
	Paga parcialmente	35%
<b>10. Situación laboral actual</b>	Desempleado	01%
	Trabaja por cuenta ajena	71%
	Trabaja por cuenta propia	23%
<b>11. ¿Considera que la realización del Master ha sido beneficiosa a la hora de encontrar trabajo?</b>	SI	62%
	NO	38%

### **1. Titulación Universitaria**

Uno de cada 3 titulados Master habían cursado anteriormente económicas, empresariales o administración de empresas. Casi uno de cada cuatro tiene formación técnica o similar. El 17% formación jurídica y tan solo un 9% poseía un título en humanidades.

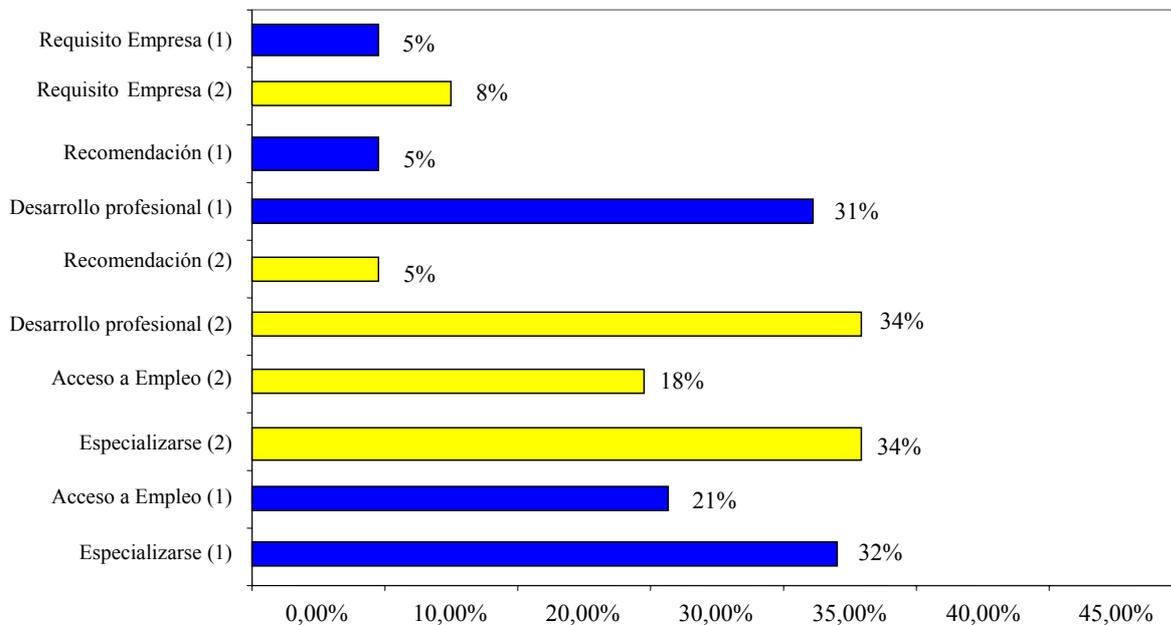
***Titulación Universitaria***



## **2. Motivos principales por los que decide cursar un Master**

En esta cuestión se pedía a los titulados Master que señalaran los motivos principales por los que decidieron cursar un postgrado. Los motivos principales que se citaron en más casos como primera opción fueron el acceso a un empleo (21%), la especialización en un campo concreto (32%) y el desarrollo profesional en la empresa (31%). Los segundos motivos fueron los mismos en más del 85% de los casos. Otras respuestas minoritarias fueron bien el requisito la empresa (5% + 8%) bien la recomendación de un amigo ó familiar con un 5% + 5% de respuestas.

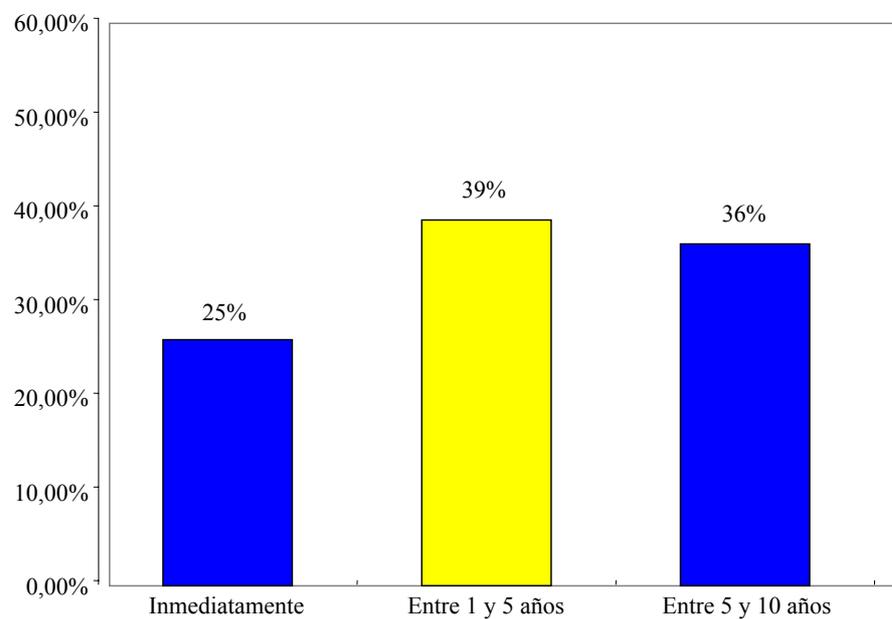
### ***Motivos por los que decidió cursar un Master***



### **3. Cuanto tiempo después de la finalización de sus estudios realizó el Master?**

En lo que se refiere al tiempo transcurrido entre la finalización de la licenciatura y el comienzo del programa de postgrado sólo uno de cada cuatro lo hicieron inmediatamente. El 39% lo cursaron entre uno cinco años desde el fin de la licenciatura y un 36% dejó pasar entre 5 y 10 años antes de cursarlo.

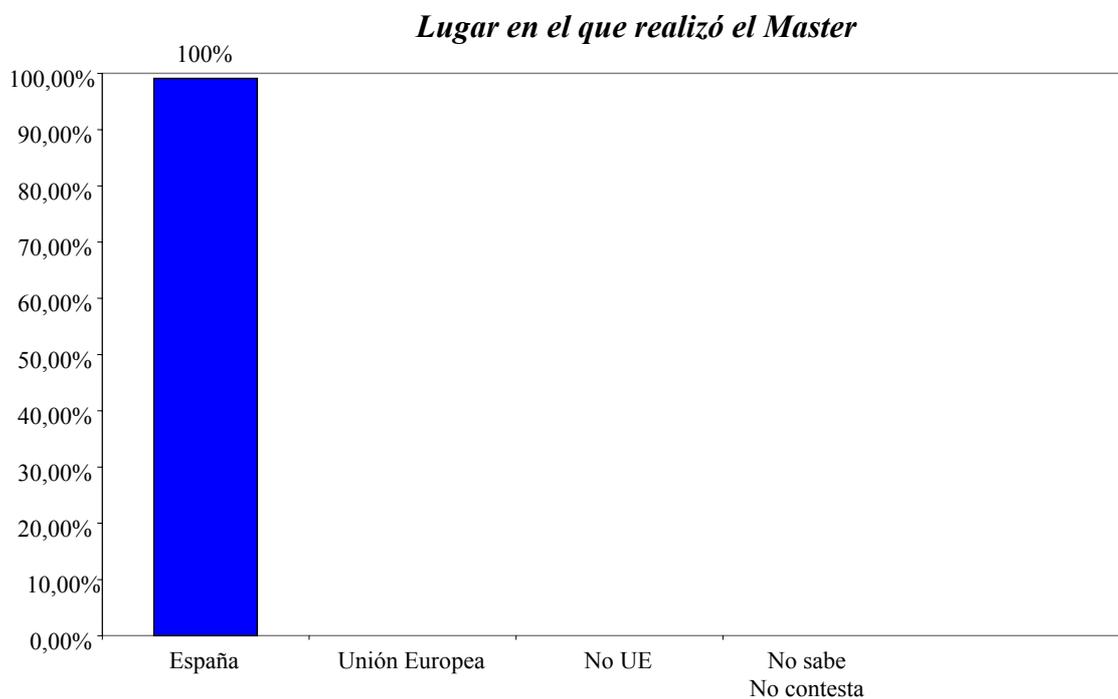
#### ***Tiempo transcurrido entre la finalización de los estudios y la realización del Master***



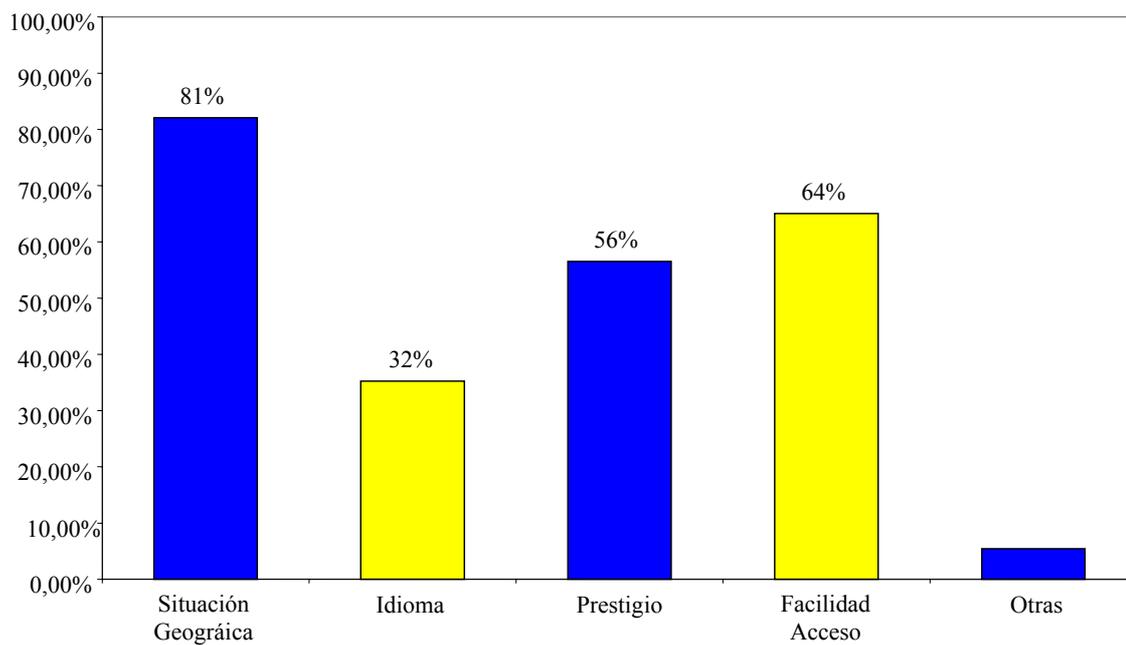
#### **4 y 5. País en el que realizó el Master / Motivos por los que escogió ese país**

Sobre el país en el que cursaron el postgrado no hay interpretación posible. El 100% de la muestra curso el programa de postgrado en España.

Por lo que se refiere a los motivos más del 80% citan la situación geográfica, un 64% la facilidad de acceso y más de la mitad el prestigio de realizarlo en ese país (España). Solo uno de cada tres dice que el idioma influyera en la decisión.



**Razones para elegir ese país**



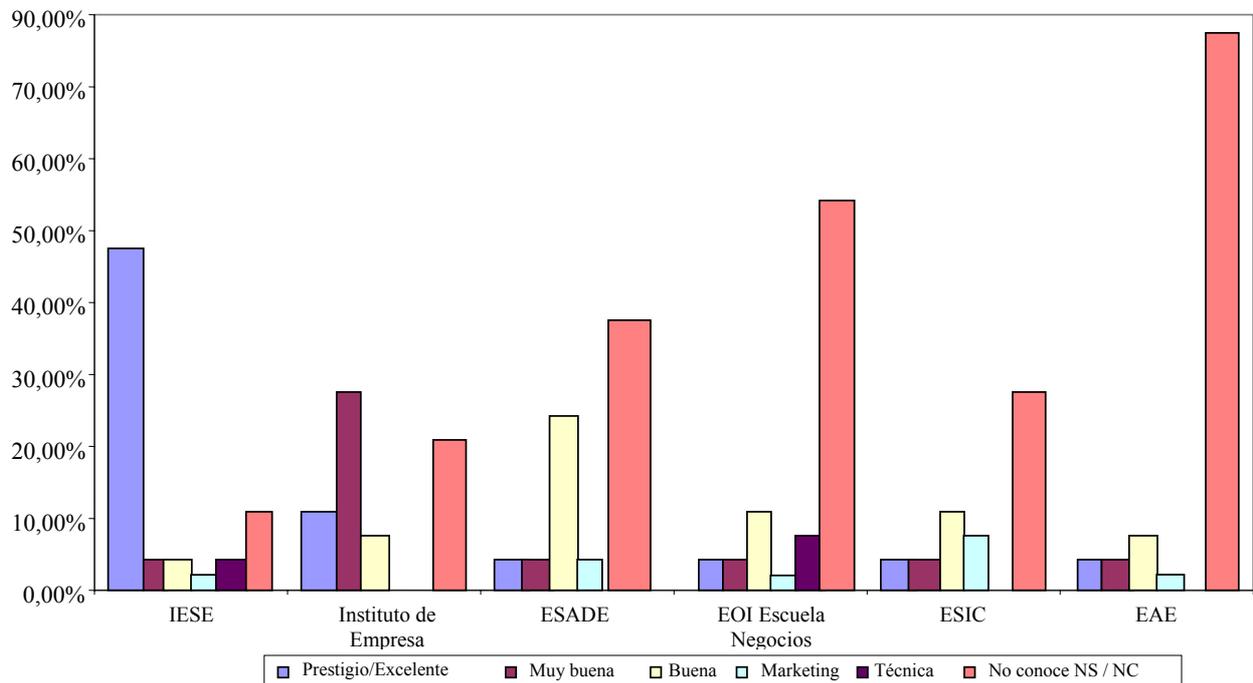
**6. Palabra / Calificativo con relación a cada una de estas escuelas de negocio**

En esta cuestión se pedía a los titulados Master que describieran con una palabra (sustantivo o calificativo) con relación a cada una de estas escuelas de negocio: IESE, IE, ESADE, EOI, ESIC, EAE y ESTE.

En este caso el conocimiento de las Escuelas de Negocio por parte de los que ya han concluido sus programas de postgrado es muy superior al de los recién titulados que estén pensando en cursarlo. Con excepción de dos escuelas “locales”, EAE y ESTE, que de nuevo desconocen el 90% de los encuestados, el resto es conocido por más del 50% de los titulados (EOI roza el 50%).

Destacan los calificativos Excelente/Muy Buena y prestigiosa para el IESE que consideran el 50% de los encuestados. El Instituto de Empresa es considerado como muy bueno/bueno por el 27% y prestigioso por el 10%. Esade recibe una calificación positiva o muy positiva por uno de cada cuatro mientras que EOI es considerada buena y “técnica” por más del 20% de los encuestados. En el caso de ESIC un 10% la identifica con el concepto marketing.

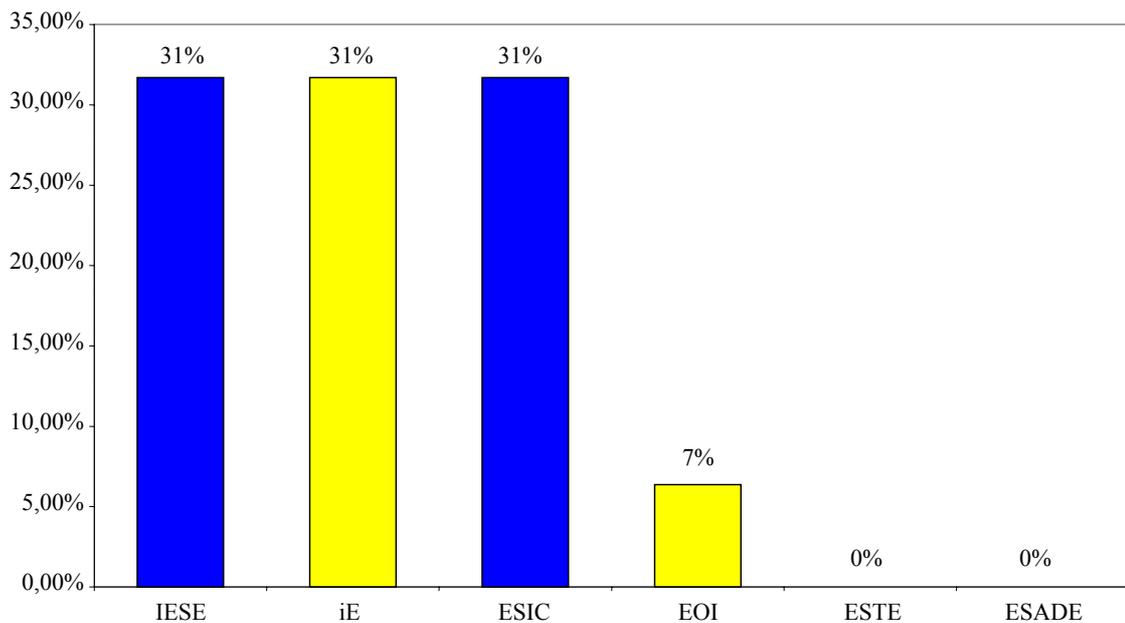
**Palabra / Calificativo con relación a cada una de estas escuelas de negocio**



**7. Institución en la que realizó su curso de postgrado**

Igualados con un 31% IESE, IE y ESIC fueron el destino principal de los encuestados. EOI contó con un 7% de los alumnos.

***Institución en la que realizo su Master***

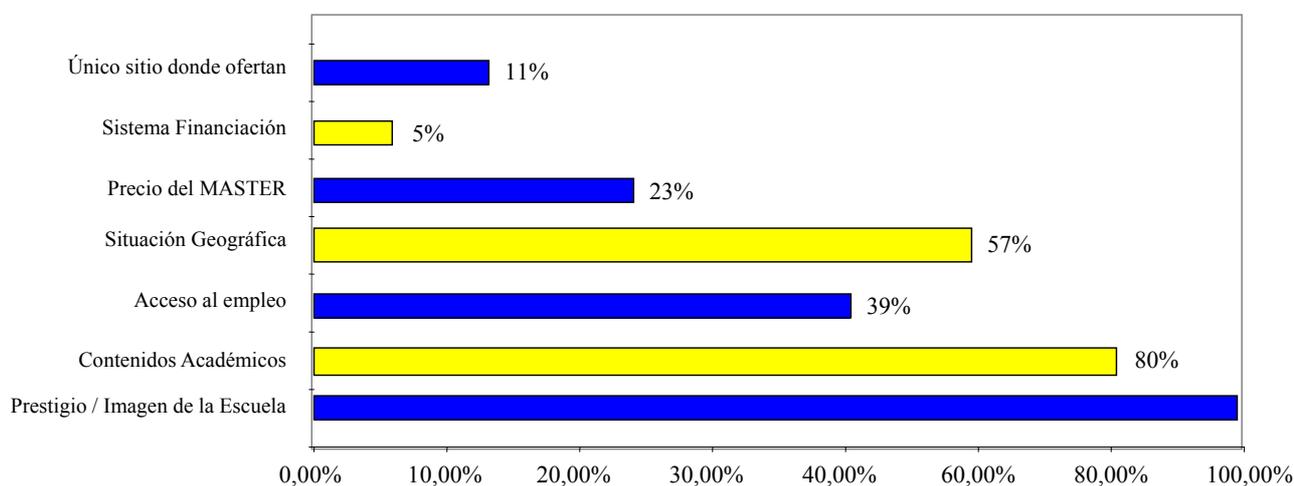


### **8. Por qué escogió esa escuela de negocios y no otra**

En esta cuestión se pedía a los titulados que señalaran los motivos por los que escogieron una escuela de negocios y no otra.

Un 93% lo hicieron por el prestigio / imagen de la institución. Cuatro de cada cinco consideraron los contenidos académicos del programa / institución y más de la mitad la situación geográfica. Sólo el 39% dice haber considerado las facilidades de acceso al empleo que proporcionaba el programa / institución.

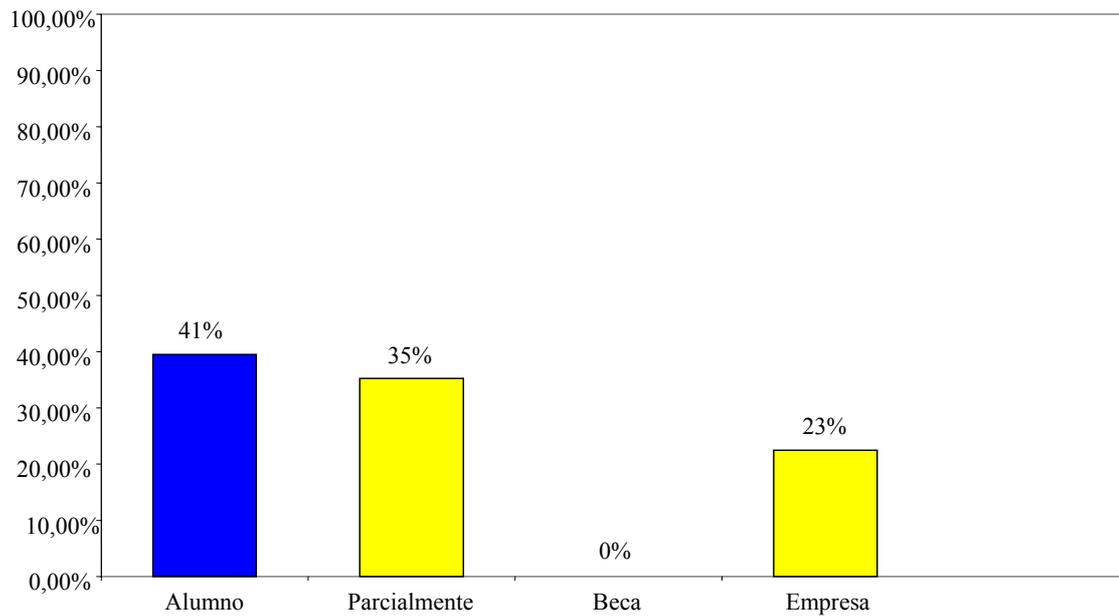
#### ***Motivos por los que eligió una escuela de negocios***



**9. Cuál de las siguientes situaciones se adapta más al sistema que utilizó para financiar el Master**

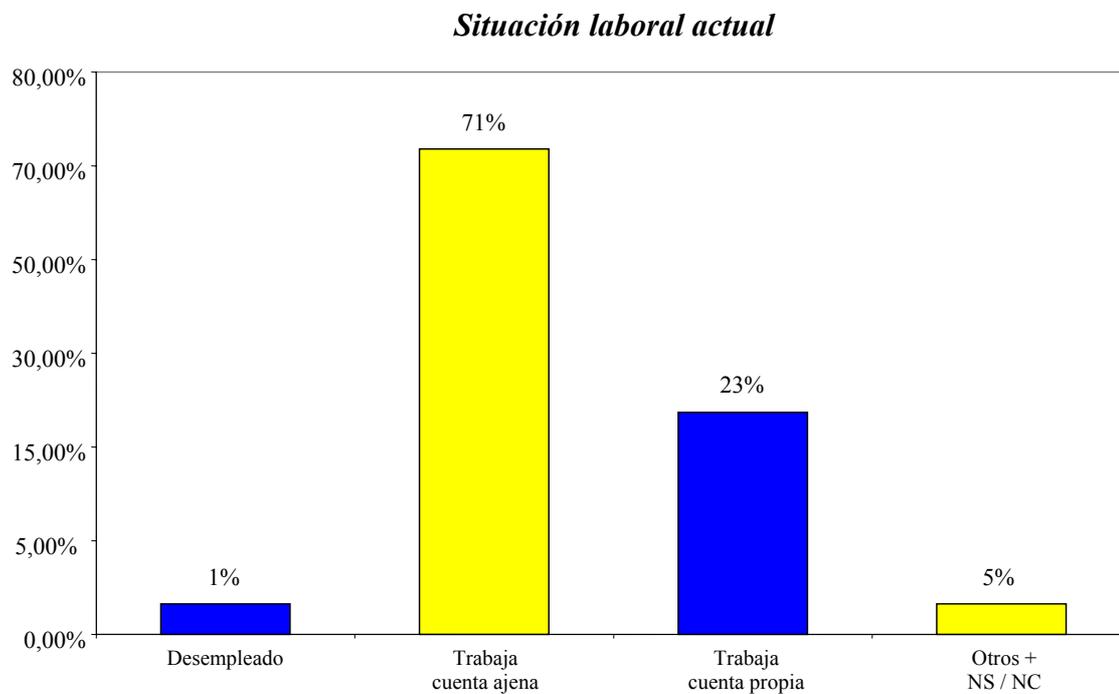
Cuatro de cada diez lo financiaron personalmente en su totalidad. El 35% contó con algún tipo de ayuda y sólo un 23% de los casos contaron con una financiación completa por parte de su empresa.

***Como financió el Master***



### **10. Situación laboral actual**

Un 95% de los encuestados se encontraban trabajando. De ellos el 71% lo hacían por cuenta ajena mientras que el 23% se habían establecido por cuenta propia.



### ***11. Valoración sobre beneficio del Master a la hora de encontrar trabajo***

El 62% considera que la realización del Master ha sido beneficiosa a la hora de encontrar trabajo.

#### ***¿Le ha resultado beneficioso el Master a la hora de encontrar trabajo?***

