

LA OPINIÓN DE LOS EMPLEADORES DE TITULADOS UNIVERSITARIOS: DIFICULTADES EN EL DISEÑO DE LAS ENCUESTAS

José Manuel Roig Cotanda

Universtat de València

ABSTRACT

Una de las herramientas utilizadas para mejorar el diseño de la oferta formativa de las universidades es la realización de encuestas a sus usuarios. Así, se realizan encuestas a titulados con objeto de conocer su opinión sobre los estudios realizados y, también, se encuesta a los empleadores para conocer su opinión sobre los titulados. En la universidad española se ha extendido la práctica de realizar encuestas a titulados, pero resulta mucho menos frecuente las dirigidas a empleadores.

En este trabajo se repasan algunos de los estudios dirigidos a empleadores, realizados por distintas universidades e instituciones, se identifican problemas en dos vertientes, el diseño muestral y la elaboración del cuestionario, y se aportan las soluciones aplicadas en la encuesta a empleadores realizada por el Observatorio de Inserción Profesional y Asesoramiento Laboral de la Universitat de València.

1. INTRODUCCIÓN

Cada vez más las universidades españolas necesitan conocer la opinión de sus usuarios. Así, en los últimos años la mayoría de las universidades españolas están realizando encuestas a sus titulados, sus usuarios directos, pero es una práctica menos común la realización de encuestas a los empleadores de titulados universitarios, a los que podríamos denominar como usuarios indirectos.

Uno de los objetivos que se persigue, cuando se realizan encuestas a titulados o empleadores, es obtener información para mejorar las condiciones de inserción profesional de los titulados. La opinión de los empleadores sobre el grado de satisfacción que tienen con los egresados y cuáles son sus demandas y previsiones de contratación puede ayudar a formular nuevos diseños en la formación de los estudiantes para facilitar su inserción profesional, fortaleciendo la relación entre universidad y tejido empresarial.

En este trabajo se analizan las dificultades que surgen en la realización de las encuestas a empleadores. Para ello se repasan algunos de los estudios realizados por distintas universidades e instituciones fijando la atención en dos aspectos. Por un lado, cómo realizar el diseño muestral y, por otro, cómo elaborar y estructurar el cuestionario. El análisis de estos dos aspectos nos permite obtener algunas propuestas a modo de conclusiones.

El trabajo se estructura del siguiente modo. En el apartado 2 se discuten los problemas relacionados con el diseño muestral, en el apartado 3 se tratan los relacionados con los objetivos que persigue la encuesta y con la elaboración y estructura del cuestionario, finalmente en el apartado 4 se presentan las conclusiones.

2. ENCUESTAS A EMPLEADORES: EL PROBLEMA DE LA SELECCIÓN MUESTRAL

Generalmente, para conocer la opinión de un grupo sobre un problema determinado se realiza una encuesta a una muestra representativa de ese grupo, de modo que se puedan extraer resultados significativos que permitan formular proposiciones válidas acerca del problema analizado.

En nuestro caso queremos conocer la opinión de las empresas que dan empleo a los titulados de una universidad en concreto. Podría ponerse una pregunta filtro al comienzo de la encuesta, del tipo ¿tienen Vds. titulados de la universidad X?. De esta forma sólo se continuaría realizando la encuesta si la contestación fuera afirmativa. Este procedimiento garantiza que obtienes respuesta de empleadores de titulados de la universidad X, pero lo que no garantiza es que la opinión obtenida sea representativa de todos los empleadores de titulados de esa universidad.

La dificultad reside en la identificación de la población sobre la que extraer la muestra, es decir no se suele conocer dónde están empleados todos los titulados de una universidad determinada. En la mayoría de las ocasiones, ni siquiera se sabe dónde están empleados todos los titulados de la(s) última(s) promoción(es).

El punto de partida, pues, es que resulta imposible realizar un estudio representativo de lo que opinan las empresas que cuentan con titulados de una universidad determinada. Dado que esta dificultad parece insalvable hay que reorientar el planteamiento del problema.

A la vista de los estudios realizados, que hemos analizado, podemos listar una serie de opciones sobre la población de empleadores en base a la cual se puede extraer la muestra:

- Las empresas que colaboran con la universidad en la realización de prácticas.
- Las empresas que figuran en la base de datos de la correspondiente Cámara de Comercio.
- Las empresas que figuran en la base de datos Directorio Central de Empresas (DIRCE) del INE .
- Las empresas de la base de datos de Fomento de la Producción, que recoge a las 30.000 principales empresas españolas.
- Las empresas que colaboran en actividades de formación.
- Las empresas en las que los propios titulados dicen que están empleados cuando se les ha preguntado en una encuesta para realizar un estudio de inserción.

Algún estudio ha optado por soluciones más simples, por ejemplo obtener una muestra representativa de la totalidad de los empleadores. Mientras que otros han realizado diseños más complejos, así partiendo de la hipótesis de que la mayoría de los titulados trabajan en la provincia en la que está situada la universidad y utilizando los estudios de inserción realizados a titulados, han obtenido la distribución del empleo por tamaño de empresa y sector de actividad. A continuación han buscado que la respuesta a su encuesta dirigida a empleadores coincidiera con esa distribución.

Otros planteamientos han utilizado el análisis cualitativo, bien realizando entrevistas a personalidades del mundo empresarial, a expertos o a responsables de recursos humanos o de selección de personal.

2.1. Una propuesta de selección muestral

Desde el Observatorio de Inserción Profesional y Asesoramiento Laboral (OPAL) de la Universitat de València hemos realizado una encuesta a empleadores cuyos principales objetivos son

conocer las competencias genéricas y específicas que están demandando los empleadores a los titulados universitarios y cómo ha variado esa demanda en los últimos cinco años, cuál es el grado de satisfacción de su experiencia (ajuste entre competencias demandas y ofrecidas), cómo es el proceso de selección y reclutamiento de candidatos, cuál es la carrera profesional que están ofreciendo a los titulados y cuáles son sus necesidades de titulados y las dificultades para cubrir determinadas vacantes.

En este apartado describimos el procedimiento que hemos seguido en dicho estudio. Sin embargo, antes queremos hacer algunas observaciones sobre los condicionantes y limitaciones que conviene considerar cuando se está decidiendo el diseño muestral y también indicar qué decisiones hemos tomado para afrontarlas.

En primer lugar, la complejidad del diseño de selección de la muestra está en función del número de titulaciones involucradas y de su dispersión por áreas de conocimiento. Resulta más fácil aproximarse al problema cuantas menos titulaciones haya y más homogéneas sean, por ejemplo caso de que sean todas ingenierías. En el caso de universidades con muchas titulaciones y alto grado de dispersión una opción posible es la de realizar varios estudios diferenciados por áreas.

Un segundo aspecto a considerar es el de si se quiere recabar la opinión del empleador público y del privado, o sólo de este último. En el caso de empresas privadas el entrevistado debe ser la persona encargada de la contratación del personal. Se tratará, según el tamaño de la empresa, del responsable de recursos humanos, gerente, etc., pero no se encuentra un equivalente cuando se habla de empleo público. Sin embargo, dado que gran parte de los titulados de ciertos estudios se encuentran empleados en el sector público (educación, sanidad, administración pública) hay que buscar soluciones para dar con la persona que pueda responder al cuestionario.

Un tercer aspecto es la determinación del límite geográfico sobre el que se quiere realizar la encuesta. ¿Dónde hay contratados titulados de la universidad X?. Potencialmente en todo el mundo. ¿Debemos de encuestar empresas localizadas geográficamente en cualquier parte del mundo? Lógicamente no. Hay que tomar una decisión razonada, que en cada caso puede tener argumentos distintos.

Finalmente, hay que concretar si se quiere conocer la opinión de cualquier empleador con independencia del número de asalariados y/o titulados que tenga. En ocasiones puede suceder que el empleo se concentre en empresas de un tamaño determinado, en ese caso puede resultar válido focalizar la atención en esas empresas.

Las cuestiones que acabamos de repasar las hemos resuelto en nuestro estudio de la siguiente manera:

1. A pesar de que contamos con muchas titulaciones y que se sitúan en un abanico de práctica profesional muy amplio (ciencias básicas y técnicas, educación, humanidades, ciencias de la salud y sociales) hemos decidido empezar con un estudio para todas las titulaciones y a la vista de los resultados obtenidos valorar la opción de realizar estudios parciales .
2. Teniendo en cuenta que nuestros titulados se encuentran tanto en el sector público como en el privado, hemos querido conocer la opinión de ambos sectores. Para ello hemos tenido que analizar las organizaciones públicas para decidir quién debía ser el entrevistado.
3. Por los estudios de inserción previamente realizados sabemos que nuestros titulados tienen una movilidad escasa, por lo que hemos limitado el estudio a empresas situadas en la provincia de Valencia
4. Finalmente, nuestros estudios de inserción también nos indicaban una gran dispersión en el empleo según el criterio tamaño de empresa, por lo que en cuanto al tamaño no hemos descartado a ninguna empresa, salvo, lógicamente, las empresas sin empleados (no se buscaba la opinión de los autónomos).

Nuestro punto de partida ha sido la Encuesta de Población Activa (EPA) dado que a través de ella podemos conocer las empresas que tienen contratados titulados universitarios. Esta información la hemos cruzado con tamaño empresa (número de empleados) y sector de actividad. Con los porcentajes obtenidos según esos dos criterios hemos decidido encuestar a mil empresas distribuyendo el número de cuestionarios de modo que se replique la distribución proporcionada por la EPA.

No puede decirse que los resultados obtenidos con este diseño sean representativos ni de todos los empleadores de titulados de la Universitat de València ni de empleadores que contratan exclusivamente titulados de la Universitat de València, pero, en nuestra opinión, es una buena aproximación al problema planteado.

3. ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO

La elaboración de una encuesta dirigida a los empleadores puede perseguir objetivos muy variados. La elección de los objetivos, lógicamente, condiciona el contenido del cuestionario.

Un repaso a algunos de los estudios realizados muestra los siguientes objetivos:

- ANECA (sin fecha) Conocer cuál es la opinión de las empresas sobre la preparación de los titulados universitarios contratados en un pasado reciente y qué aspectos se consideran mejorables, con la finalidad de aproximar la educación universitaria a las necesidades y demandas reales del mercado laboral.
- Grupo de Investigación y Marketing-UJA (2003). Conocer las opiniones de los empresarios jiennenses en relación a la imagen que tienen de la Universidad, sus preocupaciones en materia de I+D+i, y sus necesidades de formación así como las deficiencias que encuentran en la formación de los titulados universitarios.
- Sánchez i Pladevall (2000). Conocer las causas, condicionamientos y procedimientos a través de los cuales se seleccionan y contratan titulados universitarios. Conocer los tipos de servicios que estas empresas contratan y/o tendrían necesidad de contratar a empresas externas.
- Ayats Salt y otros (2004). El objetivo general es conocer qué formación consideran que la UPV debe dar a sus estudiantes, cómo valoran los conocimientos y competencias de los titulados en el desempeño del puesto de trabajo. Objetivos más concretos son, entre otros, conocer quién y cómo realiza los procesos de selección, cómo difunden las ofertas de trabajo, cómo valoran la trayectoria formativa del titulado (experiencia previa, prácticas, formación en el extranjero), qué formación y qué competencias son las más demandadas, cuál es el grado de satisfacción con los titulados contratados.
- En algunos estudios realizados en el extranjero, IFF (2005) y AC Nielsen Research Services (2000), el objetivo es analizar la brecha entre lo que los empleadores esperan de los titulados en cuanto a habilidades, destrezas y competencias y lo que los titulados esperan del trabajo que les ofrecen los empleadores.

Hay que tener en cuenta que en el diseño del cuestionario no sólo influye los objetivos que perseguimos sino también las características del colectivo al que nos dirigimos, el colectivo de los empleadores que pueden mostrar diferencias importantes entre sí (en tamaño, carácter público-privado, sector de actividad). Una buena opción para tratar de resolver estos problemas consiste en elaborar distintos itinerarios dentro del mismo cuestionario según sean las características del empleador.

Teniendo en cuenta los objetivos y a quién nos dirigimos podemos establecer un modelo de cuestionario con los siguientes apartados:

- Datos de la empresa y de la plantilla
- Selección y reclutamiento
 - Carrera profesional que ofrecen (tipo de primer contrato, expectativas profesionales,...)
 - Situación actual y futura en relación con la contratación de titulados, problemas para cubrir vacantes, identificación de nuevas necesidades
- Requisitos, características y competencias que se piden a y se valoran de los titulados
 - Evolución de esos requisitos, características y competencias en los últimos cinco años
 - Comparación con las competencias y habilidades de los titulados que conocen (por haberlos contratado, tenido en prácticas y/o entrevistado) y valoración de los mismos (¿Qué encuentran y cómo valoran la formación del titulado? Grado de satisfacción)

Dada la importancia que tiene la valoración de las competencias, se ha desarrollado con más extensión la identificación de las competencias requeridas por los empleadores incidiendo en los siguientes aspectos:

- Identificar si requiere para el puesto de trabajo una titulación en concreto y por qué
- Identificar si hay grupos de titulaciones equivalentes (es decir que le resultan indistintas al empleador)
- Identificar si hay titulaciones que no se quieren en ningún caso
- Identificar la importancia de las competencias genéricas vs. específicas
- Identificar la ordenación o jerarquización de las competencias que el empleador hace

Finalmente dos observaciones. La primera en relación con la clasificación e identificación de competencias. Hay muchas formas de hacerlos, ver por ejemplo Mora y otros (2006). En nuestro estudio las hemos clasificado en tres grupos: genéricas, específicas e instrumentales.

Entre las competencias genéricas, entre otras, hemos identificado: habilidades sociales, capacidad para trabajar en equipo, comunicación oral y escrita, trabajar con personas de diferente procedencia ...etc. Las competencias específicas las hemos resumido en el dominio de las competencias propias de la titulación y el dominio de las técnicas propias de la titulación, mientras que las instrumentales han sido las de idiomas, informática y otras.

La segunda observación hace referencia a la conveniencia de poder cruzar los datos obtenidos en la encuesta a empleadores con los obtenidos en las encuestas a egresados. Hay que aplicar en

ambos tipos de estudios la misma clasificación e identificación de las competencias, de este modo se puede comparar la opinión de las dos partes, por ejemplo la valoración de las competencias adquiridas, percepción que tienen los egresados, con la valoración que de esas mismas competencias hacen los empleadores.

4. CONCLUSIONES

En la elaboración de una encuesta dirigida a los empleadores para conocer su opinión sobre los titulados universitarios nos enfrentamos en primer lugar con el problema del diseño de una muestra representativa de los empleadores de la universidad interesada en realizar el estudio.

Como no es posible conocer la población de empleadores, hay que buscar soluciones para obtener una muestra a la que encuestar. Los estudios que conocemos abordan el problema desde distintos ángulos. Después de analizarlos con detenimiento hemos elaborado la siguiente propuesta. Diseñar una muestra que replique la estructura, por sector de actividad y tamaño de empresa, que obtenemos en la EPA para las empresas que cuentan con titulados entre sus empleados.

La segunda cuestión que se plantea es la de la elaboración del cuestionario. Los objetivos del estudio y el colectivo al que se dirigen determinan el contenido del cuestionario. Un aspecto importante en el diseño del cuestionario es si debe ser único y/o si debe recoger distintos itinerarios en función de determinados aspectos (por ejemplo, el carácter público o privado de la empresa). La opción por la que nos hemos decantado ha sido la de elaborar un cuestionario con itinerario y esperar a ver si los resultados nos piden realizar estudios parciales para determinadas áreas o titulaciones. Esta opción es operativa por su sencillez, pero puede limitar el análisis de los resultados, ya que los cuestionarios tienden a extenderse más en el análisis de competencias genéricas por lo que lo más difícil es obtener resultados concretos por titulación.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Accenture y Universia (sin fecha), Las competencias profesionales en los titulados. Contraste y diálogo Universidad-Empresa. Presentación final de resultados.

http://www.accenture.com/Countries/Spain/Research_and_Insights/Government/carrera_prof.htm

(Consulta 6 de marzo de 2007)

AC Nielsen Research Services (2000), Employer satisfaction with graduate skills. Department of Education, Training and Youth Affairs, Canberra

ANECA (sin fecha), Las empresas y la inserción laboral de los universitarios. http://www.aneca.es/docs_trabajo/docs/insercionlaboral_empresas_envio.pdf (Consulta 14 de diciembre de 2005)

Ayats Salt, J.C., Zamora Suárez, P. y Desantes Fernández, R. (2004), Los titulados de la Universidad Politécnica y los empleadores. Universidad Politécnica de Valencia y Confederación Empresarial Valenciana, Valencia.

Generalitat de Catalunya (2003), Catalunya Futur. Impulsem l'economia catalana. Generalitat de Catalunya, Barcelona

Gómez Gras, J.M., Galiana Lapera, D., García Miguel, R., Carrasquilla Fernández, C. y Romero Marín, M.R. (2006), Competencias profesionales en los titulados UMH. Universidad Miguel Hernández, Elche

Grupo de Investigación y Marketing-UJA (2003), Proyecto: Elaboración de un estudio de mercado dirigido a adecuar la oferta científico, tecnológica y formativa de la Universidad de Jaen a las demandas empresariales de su entorno socioeconómico. Informe preliminar. <http://www.ujaen.es/serv/obempleo/informe.doc> (Consulta 14 de diciembre de 2005)

IFF Research (2005), National Employers Skills Survey 2004. Learning and Skills Council, Coventry
Mora, J.G., García-Aracil, A. y L. Vila (2006), Cómo recompensa el mercado laboral europeo las competencias de los jóvenes graduados universitarios, en AA.VV., Flexibilidad y competencias profesionales en las universidades iberoamericanas, Ediciones Pomares, Barcelona, 161 - 176

Oficina d'Orientació i Inserció Laboral – Associació d'Amics de la UPC (2005), Observatorio de las empresas 2003-2004. Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona http://www.upc.edu/aaupc2/comuns/catala/oe/oe_ooil.html (Consulta 6 de junio de 2006)

Pastor Narvió, M.S., Simon Schuhmacher, L., García Delgado, J. y Tovar Caro, E. (2005), Las demandas sociales y su influencia en la planificación de las titulaciones en España en el marco del proceso de convergencia europea en educación superior. Fundación Universidad-Empresa, Madrid
Sánchez i Pladevall, C. (director) (2000), Què valoren les empreses en la contractació dels titulats universitaris?. Observatori de la Formació Cambra de Comerç, Barcelona