

Presentación

Este libro es el resultado de la reelaboración de la tesis doctoral¹ que lleva por título: “Los factores de elección de universidad: el caso de la demanda en Cataluña”².

El objetivo fundamental de la investigación, tal como se destaca en el título de la tesis, es el de contribuir a mejorar el conocimiento de los factores que inciden en los estudiantes de bachillerato a la hora elegir una determinada opción universitaria. El análisis de estos indicadores puede ser de interés para la comunidad académica, especialmente para aquellos miembros que tienen responsabilidad en la orientación del alumnado de bachillerato (tutores, orientadores, profesores, etc.) y debe contribuir a desarrollar nuevas herramientas y modelos de intervención acordes con el perfil y necesidades de los estudiantes en el tránsito de la enseñanza secundaria a la universidad.

Estos indicadores son más relevantes si cabe en un momento de gran cambio en la Universidad con la introducción del nuevo modelo de enseñanza superior basado en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEEP), el cual crea un nuevo marco de referencia en el proceso de elección de estudios y de universidad. Ello exige a las instituciones de educación, tanto de secundaria como superior un esfuerzo adicional en los procesos de información a este perfil de alumnado.

La realización de esta investigación ha sido posibles gracias a los profesores, tutores y orientadores de los centros de bachillerato que colaboraron en el suministro de cuestionarios a su alumnado de segundo curso de bachillerato, a los cuales agradezco su ayuda desinteresada.

Deseo agradecer de forma especial el apoyo prestado por la Universitat Abat Oliba CEU que ha hecho posible esta tarea investigadora,

¹ La tesis fue defendida el 30 de abril de 2009, en la Universitat Abat Oliba CEU, de Barcelona.

² En la memoria original: *Els factors d'elecció d'universitat: el cas de la demanda a Catalunya*.

así como los recursos que ha puesto a mi disposición para llevarla a cabo; también a su profesorado que me ha ayudado de forma desinteresada en la investigación, además de aportar sugerencias y animarme en mi tarea. Finalmente, agradezco a mis compañeros y colaboradores de la Universidad Abat Oliba CEU por sus consejos sobre la elaboración formal del estudio y por su apoyo y estímulo a lo largo de todo el proceso.

José Luis del Olmo Arriaga
Departamento de Ciencias Económicas y Sociales
Facultad de Ciencias Sociales
Universitat Abat Oliba CEU

Introducción

Las investigaciones relativas a los problemas en el acceso a los estudios universitarios en España han sido numerosas y enfocadas sobre todo a conocer las demandas de estudios y/o carreras que efectúa el alumnado preuniversitario, así como evaluar estas demandas en relación a sus características personales y estimar las probabilidades de éxito, especialmente durante los primeros cursos de la enseñanza superior. Todos parecen coincidir en que la elección de estudios universitarios, siendo uno de los hechos más significativos en la vida de una persona, se realiza en condiciones no idóneas, como, por ejemplo, falta de información, ausencia de servicios de orientación educativa, condicionantes por ofertas de estudios en el lugar de residencia, limitaciones de los centros o *'numerus clausus'*, etc. (DE MIGUEL & *et alii.*, 1994: 16).

En cambio, la investigación sobre las opciones institucionales, ampliamente desarrollada en otros contextos nacionales, es bien escasa en España. En otros países, especialmente anglosajones, como es el caso de los EE.UU.,³ el Reino Unido, Canadá o Australia, los estudios sobre la elección del establecimiento (tanto de educación superior como básica) se han multiplicado a partir de la implementación, entre otros, de políticas que tienen como objetivo estimular la competencia entre las instituciones a través de medidas como la financiación de la demanda, la evaluación de los resultados de los establecimientos y la provisión de información a las familias.

³ En los EE.UU., donde existen más de 3.000 instituciones de educación superior, públicas y privadas, la aplicación del marketing es un requisito indispensable para diferenciarse de la competencia y conseguir sobrevivir en el mercado. En ese país, las instituciones universitarias son conscientes de la necesidad de conocer a los consumidores y de aplicar adecuadamente los instrumentos de marketing. Existen publicaciones específicas sobre este tema, como el *Journal of Marketing for Higher Education*, *The Chronicle of Higher Education* o *College & University*, así como congresos periódicos donde se exponen las principales investigaciones sobre este tema, como el *Symposium for the Marketing of Higher Education*, que organiza anualmente la AMA (American Marketing Association).

Los cambios que se producen en el panorama universitario son muy relevantes. Por una parte, la oferta universitaria se ha incrementado considerablemente en los últimos diez años, habiendo instituciones en prácticamente todas las demarcaciones en España. Por ejemplo, actualmente existen en Cataluña doce universidades, de las cuales cinco son privadas.

Las universidades públicas, han sido y siguen siendo un *mercado de vendedores*, es decir aquel en el cual hay más demandantes que oferentes, por lo cual éstas tienen el poder. En cambio, las universidades privadas se pueden considerar un *mercado de compradores* donde hay más oferentes que demandantes (MARTÍNEZ, 2000: 119). En el primer caso, esta situación está cambiando y las universidades públicas empiezan a preocuparse por mejorar su calidad de servicio y orientarse a los consumidores.

La situación también ha cambiado desde el punto de vista de la demanda, ya que la tasa de natalidad en España ha sido una de las más bajas del mundo, lo que explica que el número de nacimientos haya descendido desde el año 1976 hasta 1995. Ello implica una disminución en la población con edad de cursar estudios universitarios, aunque, hasta ahora, el número de estudiantes que se matriculan anualmente no se ha reducido, debido a que este efecto se ha visto compensado con un incremento en la tasa de escolaridad.

Esta evolución requiere que las universidades analicen las opciones que toman sus futuros usuarios. No obstante, la falta de tradición comercial en la gestión universitaria en España, debido sobre todo a un exceso de demanda, plantea dudas sobre la planificación estratégica de marketing y comunicación en estas instituciones. Aunque todas utilizan la promoción como instrumento para captar alumnos, se conocen escasas investigaciones sobre los factores de elección de universidad.

Si las universidades quieren orientarse al marketing, deben entender, en primer lugar, cómo definen las opciones los futuros estudiantes universitarios. Por ello, deben explorar el proceso de toma de decisiones para identificar si las opciones de *compra* que toman son racionales. En cualquier caso, es indudable que escogen entre diferentes opciones.

Para examinar cómo los estudiantes escogen una institución de educación superior, es necesario comprender qué escogen y por qué. Además, también puede afectar su decisión final la capacidad que tienen de acceder a la búsqueda de información, asimilar el material y escoger entre alternativas similares.

No obstante, antes de que los estudiantes puedan escoger entre diferentes alternativas, deben ser conscientes que aquello que escogen está disponible. Además, hay un proceso de toma de decisiones implícito a través del cual los consumidores pueden llegar a escoger posibles resultados. Esta afirmación se basa en el supuesto de que los futuros estudiantes universitarios toman opciones activas sobre los *productos* que eventualmente deciden comprar. Entonces, se pueden formular las siguientes preguntas:

- ¿Cómo escogen los futuros estudiantes entre diferentes alternativas?
- ¿Qué valoración hacen de las alternativas que tienen a su alcance?
- ¿Cómo buscan la información sobre las diferentes alternativas?
- ¿Cuáles son las influencias en su comportamiento de búsqueda de información?
- ¿Cómo valoran la información que obtienen en el proceso de búsqueda de información?
- ¿Qué capacidad tienen de tomar la decisión adecuada sobre un *producto* tan complejo como una institución de educación superior?

Comprender el fenómeno de la elección de establecimiento supone, tal como señalan BOWE, GEWIRTZ & BALL (1994), determinar no tan sólo el *por qué* sino también el *cómo* de la decisión. Para VELEDA (2002: 91):

“Concentrarse, además de las razones de la elección, en la manera como ésta se concreta implica concebirla como un proceso, es decir, como un hecho diacrónico, complejo, contradictorio, que puede implicar aspectos tan diversos como el acceso a la información, la anticipación, la negociación familiar, el cálculo, la valoración, la duda. Se pretende así reconstruir con los actores el desarrollo, las circunstancias y el contexto de la elección”.

En la medida que el análisis de los factores que influyen en las decisiones de estudiar en una determinada universidad nos ayude a predecir e interpretar los cambios en las decisiones individuales, podremos conocer los cambios en la demanda agregada de educación superior, en tanto que suma de las demandas individuales, y ofrecer un marco para evaluar diferentes políticas de marketing y/o comunicación por parte de la oferta universitaria.

Por ello, detectar los criterios y la forma en que la demanda escoge la institución de educación superior para cursar estudios universitarios puede ser de gran utilidad para analizar y planificar las estrategias de las propias instituciones universitarias.

El análisis de los factores que influyen en la demanda se hace indispensable, además, si se tienen en cuenta cuestiones como la desarticulación existente entre la educación secundaria y superior que impide el acompañamiento de los jóvenes en el tránsito de una a otra etapa de formación y a una equitativa distribución de la información, así como la progresiva proliferación de las instituciones de educación superior con la consiguiente diversificación y complejidad de la oferta, lo que dificulta la identificación de las posibilidades que ofrece el sistema a los estudiantes.

Asimismo, la investigación en la materia demuestra que tanto los criterios como el proceso de la elección dependen de los recursos económicos, culturales y sociales de las familias (BALL *et alii.*; BALL, 1993; CROZIER, 1997). Partiendo de esta idea, la presente investigación pretende detectar los factores, condicionantes y las modalidades en la decisión de la demanda. Para ello, se estudiará el tránsito de los estudiantes a través del nivel educativo previo al acceso a la universidad, los sistemas de acceso para convertirse en demanda de educación universitaria y los motivos que inducen a la elección de una determinada institución, excluyendo el aspecto vocacional (decisión de la carrera a seguir). Esta elección está parcialmente condicionada por la limitación de la oferta universitaria y el propio sistema que regula el acceso a la universidad.

Por tanto, la decisión que toma el aspirante no es una decisión totalmente libre, en tanto se ve afectada por diversos condicionantes: estudios de secundaria cursados y las modalidades de bachillerato escogidas; el expediente del alumnado que junto con las pruebas de

acceso (PAU), configuran una nota para el acceso a las universidades públicas y que se utiliza como criterio de ordenación de las demandas que recibe cada titulación; la limitación de las plazas públicas y privadas ofertadas, etc.

El estudio que se presenta a continuación pretende demostrar una hipótesis general: *en una decisión implicante como es la elección de universidad, la toma de decisiones de la demanda obedece a criterios a menudo irracionales, basados en percepciones y, por tanto, el estudiante es poco permeable a los instrumentos de marketing que utiliza la oferta para influir en su decisión.*

En un proyecto de investigación de estas características, los elementos que se incorporan al proceso de investigación permiten plantear una hipótesis complementaria: *Los estudiantes no buscan la información necesaria para valorar las diferentes alternativas y, por tanto, no disponen, en general, de la información pertinente en el momento de la toma de decisiones sobre la elección de universidad.*

Con objeto de comprobar empíricamente estas hipótesis, se realiza una extensa revisión de la literatura sobre los factores de elección de universidad por parte de la demanda. En total, el trabajo está estructurado en tres partes. La primera es de carácter introductorio y en ella se analiza el objeto de estudio a partir de la desagregación de los elementos que conforman la investigación, además de esta introducción. En segundo lugar, se realiza una revisión de la literatura sobre la toma de decisiones, la opción educativa, el proceso de decisión y los factores de elección de universidad, además de la búsqueda de información de instituciones de educación superior, presentando las teorías que soportan estos procesos, así como las críticas recibidas.

Completa la primera parte la correspondiente exposición metodológica utilizada con objeto de dar respuesta a los objetivos planteados. Así, se expone de forma crítica el enfoque del estudio empírico, constituido por una investigación cuantitativa centrada en la demanda universitaria en Cataluña, en la cual se recogen las opiniones, expectativas y preferencias de los estudiantes de segundo curso de bachillerato sobre la elección de universidad, a través de una encuesta personal. En particular, se presta especial atención a la descripción del diseño de la investigación y del trabajo de campo.

La segunda parte comprende la investigación empírica sobre los factores de decisión de la demanda universitaria, donde se recogen los resultados del análisis cuantitativo y la interpretación de los resultados en relación con las hipótesis de investigación propuestas. Ello permite, por una parte, identificar el perfil de los estudiantes de la muestra, comprobar empíricamente los canales de información que utilizan, así como determinar los factores que los inducen, motivan y condicionan a escoger un determinado centro de enseñanza superior.

La tercera parte del trabajo expone las conclusiones extraídas de los resultados obtenidos en la investigación. Se presta especial atención a la evidencia empírica obtenida en relación a los factores que influyen en la elección de universidad. Más allá de las conclusiones de carácter científico, se plantean también las implicaciones sobre la oferta universitaria de los resultados obtenidos, indicando su posible utilidad para el desarrollo de herramientas de comunicación y promoción de las instituciones universitarias españolas. Finalmente, se recogen las principales limitaciones del estudio y se sugieren futuras líneas de investigación en este campo.

La conceptualización del objeto de estudio

Antes de desarrollar las definiciones conceptuales y metodológicas en que se fundamenta cada una de las partes de este capítulo, es necesario considerar previamente la delimitación de la materia objeto de estudio.

Por demanda universitaria se entiende la “cantidad de plazas en primer curso de cada titulación que desearía consumir el grupo de individuos que reúnen los requisitos para optar a las plazas que solicitan si no existiese una limitación de acceso” (CAÑABATE, 1998). Tal como se observa, en esta definición se admite implícitamente que la manifestación de esta demanda está condicionada por la existencia de una oferta limitada que se asigna al consumo a través de un sistema de acceso.

Esta demanda se caracteriza según la etapa donde se localizan los posibles aspirantes a ingresar en la educación superior. El sistema de acceso clasifica los demandantes de diferentes procedencias curriculares en *vías de acceso* (ver apartado 1.2.2.1.a.), cada una de las cuales se somete a procesos y requisitos diferentes para convertirse en demanda universitaria efectiva. Dentro del sistema de acceso se contemplan otras fuentes de demanda diferentes de las que proceden directamente de la enseñanza secundaria. La *vía 0* es la que acoge básicamente a los estudiantes provenientes del Bachillerato LOGSE, y aporta más del 50% del total de efectivos, lo que representa la participación mayoritaria del total de demandantes por vías de acceso. Por tanto, para los objetivos de esta investigación, el estudio empírico sobre los factores de elección de la demanda tiene en cuenta el alumnado proveniente de esta vía de acceso.

Se puede considerar que este perfil de alumnado tiene tres estados de demanda: *demanda potencial*, constituida por el total de alumnos inscritos en segundo curso de bachillerato; *demanda previa*, es decir, aquellos que expresan su decisión de continuar los estudios superiores

y manifiestan la institución y carrera preferida (constituye la etapa intermedia entre la demanda potencial y la demanda real); *demanda real*, que comprende el conjunto de estudiantes que solicitan su admisión a las diversas titulaciones e instituciones de educación superior. Este último grupo constituye el volumen de demanda global que recibe el conjunto de las universidades.

La demanda va dirigida a diferentes *productos*, en tanto que cada uno de los estudios ofertados por las universidades tiene su propia demanda. Por tanto, el conjunto de los demandantes se distribuyen entre los diferentes *productos-estudios* que se ofrecen, de modo que cada centro de enseñanza superior tiene su propia demanda generada por todos aquellos estudiantes que lo han solicitado (CAÑABATE, 1998).

La tabla 1 presenta la evolución de la demanda en Cataluña con dos grupos claramente diferenciados: por una parte, los demandantes de plaza en las universidades públicas, que son quienes acaparan claramente la mayoría de solicitudes, con un 85,2% del total en 2006 y, por otra, los que quieren acceder a alguna de las universidades privadas, cuya participación tan sólo representa el 14,8%. Por tanto, los datos cuantitativos de la demanda son bien diferentes, tal como se pone de manifiesto en esta tabla. Aunque se observa una tendencia creciente en ambos grupos, se puede constatar un cierto mayor crecimiento en el número de demandantes de las universidades privadas frente a las universidades públicas, con un crecimiento en los últimos cuatro años del 6,4%.

Tabla 1 *Distribución de la demanda en Cataluña por tipo de universidad*

CURSO	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	% (06-02)
U. públicas*	40.232	41.115	39.308	41.724	41.985	4,4%
U. privadas	6.833	7.324	6.462	7.524	7.269	6,4%
Total	47.065	48.439	45.770	49.248	49.254	4,7%

Fuente: Consell Interuniversitari de Catalunya y *elaboración propia*

* Total solicitantes de estudios de 1^{er} y 1^{er} y 2^o ciclo, en 1^a preferencia, en la convocatoria de junio.

Por otra parte, se pone de manifiesto que el estudio se centra en el sistema universitario catalán, el cual está inscrito dentro un marco jurí-

dico propio⁴ por conjunto de universidades establecidas en Cataluña, de acuerdo a las competencias que corresponden a la Generalitat de Catalunya, reconocidas por los artículos 15 y 9.7 del Estatut de Autonomía de Catalunya (EAC)⁵ en materia de enseñanza y de investigación. Este sistema universitario está integrado por las universidades públicas y privadas que otorgan títulos oficiales en Cataluña.

Ello permite introducir factores de diferenciación entre los sistemas público y privado, como son la preinscripción universitaria en el caso de las universidades públicas y sistemas propios de admisión de estudiantes en el de las privadas, así como la diversidad de precio del producto (tasas de matrícula de las universidades privadas considerablemente más elevadas respecto a las de las públicas en las diferentes titulaciones que ofrecen). Queda excluida la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), dado que su carácter no presencial le confiere unas características muy heterogéneas en relación al resto de universidades, lo cual hace menos interesante su estudio conjunto.

Por otra parte, el conjunto de las universidades catalanas constituye un *distrito abierto*.⁶ Este hecho ha permitido la gestión conjunta del proceso de preinscripción y de asignación de plazas a las universidades públicas, delegada en el Consell Interuniversitari de Catalunya. En cambio, las universidades privadas, excepto la Universitat de Vic (UVIC), que aunque es una universidad privada participa del sistema de preinscripción universitaria, gestionan de forma separada la asignación de su oferta.

⁴ LEY 1/2003, de 19 de febrero, de universidades de Catalunya (DOGC, de 20 de febrero de 2003).

⁵ LO 4/1979, de 18 de diciembre, del EAC. El artículo 15 afirma que “Es de total competencia de la Generalitat la regulación y administración de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades, en el ámbito de sus competencias (...)”.

⁶ La libertad para escoger universidad pública es relativamente reciente en España. Antes del curso 2001-2002, los estudiantes que querían cursar una titulación específica debían solicitar, en primer lugar, la admisión en el sistema universitario de su comunidad autónoma. Si la titulación no existía podían solicitarla en otra comunidad. Es a partir de este curso cuando se estableció por primera vez el *distrito abierto*, que abrió la posibilidad de estudiar en la universidad pública escogida. No obstante, la aplicación de esta medida ha sido gradual, siendo el curso 2003-2004 cuando todas las plazas en primeros ciclos oficiales se ofertaron a través del distrito abierto.

1. Las Universidades

Según el *Glossari de l'espai europeu de educació superior*,⁷ la universidad es una “institución de educación y de investigación formada por facultades, escuelas, institutos y otros centros y servicios, donde se imparten los estudios superiores y se atorgan los títulos correspondientes”. No obstante, en el marco histórico contemporáneo, la separación entre los estudios universitarios tradicionales y los emergentes estudios técnicos y profesionales ha sido percibido como una cosa lógica, según la diferente naturaleza de ambas esferas formativas, lo cual todavía se mantiene actualmente en países europeos como España, Suecia y el Reino Unido, donde existe un sistema único de enseñanza superior, confiado a las universidades. Prueba de ello, en España, es que la primera gran norma que ordena la educación, la *Ley de Instrucción Pública* de 1857, conocida como la *Ley MOYANO*, por ser este ministro su responsable, diferenciaba entre las universidades y sus facultades,⁸ por una parte, y por otra las escuelas superiores, donde se formaban los ingenieros,⁹ y las escuelas profesionales de comercio, magisterio, veterinaria, náutica, aparejadores, agrimensores y maestros de obras.

Este sistema de enseñanza superior pone de manifiesto el escaso desarrollo de un sector de formación profesional superior no universitario en diferentes países dentro del área europea, como es el caso de España.

1.1. Instituciones de educación superior

Se trata “de organismos que ofrecen programas de educación superior que la autoridad competente de un estado reconoce como perteneciente a su sistema de educación superior”.¹⁰ Se puede observar que el denominado Espacio Europeo no recibe la calificación de

⁷ UPC (2007). Servei de Llengües. *Glossari de l'Espai Europeu d'Educació Superior*.

⁸ La relación taxonómica de facultades prevista por la *Llei MOYANO* revela claramente la concepción decimonónica del ámbito “universitario”. Se establecieron seis tipos de facultades universitarias: Ciencias Exactas, Ciencias Físicas y Naturales, Derecho, Farmacia y Medicina, Filosofía y Letras y Teología (PRUJÀ & ESCOLÀ: 2004: 18-19).

⁹ También se incluyó en esta categoría de centros superiores las escuelas de Bellas Artes, así como las de Diplomacia y las de Notariado, si bien los avatares en la continuidad de estas últimas no les permitieron seguir el mismo camino que sus colegas.

¹⁰ UPC (2007). Servei de Llengües. *Glossari de l'Espai Europeu d'Educació Superior*.