

IE Instituto de Dirección
y Organización de Empresa.

Cátedra de Política
Económica de la Empresa
PROF. DR. DR. SANTIAGO GARCIA ECHEVARRIA

Núm. 209

**EL SISTEMA DE VALORES DE LOS
ESTUDIANTES DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES**

Prof. Dr. Santiago García Echevarría
Prof. Dr. M^o Teresa del Val Núñez
Universidad de Alcalá de Henares

UNIVERSIDAD  DE ALCALÁ

D

**CONFERENCIAS Y TRABAJOS DE INVESTIGACION
DEL INSTITUTO DE DIRECCION Y ORGANIZACION
DE EMPRESAS / Núm. 209
DIRECTOR : Prof. Dr. SANTIAGO GARCIA ECHEVARRIA**

UNIVERSIDAD DE ALCALA



59C0907147

**EL SISTEMA DE VALORES DE LOS
ESTUDIANTES DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES**

*Prof. Dr. Santiago García Echevarría
Prof. Dr. M^o Teresa del Val Núñez
Universidad de Alcalá de Henares*

Alcalá de Henares Febrero 1994

A faint, circular stamp or seal is visible in the bottom right corner of the page, but its details are illegible.

Consejo de Redacción :

Santiago García Echevarría (director)
María Teresa del Val
Susana Hita

Secretaría y Administración :

María Luisa Rodríguez

© Prof. Dr. Dr. Santiago García Echevarría

Dirección del I.D.O.E. : Plaza de la Victoria, 3
28802 – Alcalá de Henares.
Teléfono : 885.42.00
Fax : 885.42.06

EDITA:

I.D.O.E. UNIVERSIDAD DE ALCALÁ

I.S.B.N.:84 - 8187 - 003 - X

Deposito Legal: M - 10536 - 1994

Imprime: CICAÍ REPRODUCCIONES, S.L.
Pº de la Estación, 7 28807 Alcalá de Henares

INDICE

	<i>Pág.</i>
I. <i>INTRODUCCIÓN</i>	5
II. <i>CARACTERISTICAS GENERALES DEL SISTEMA DE VALORES DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES</i>	6
a) - <i>Valores institucionales</i>	9
b) - <i>Valores económicos y empresariales</i>	13
c) - <i>Valores económico-empresariales</i>	15
III. <i>FEMINEIDAD Y MASCULINIDAD: DIFERENCIAS EN LOS SISTEMAS DE VALORES</i>	18
IV. <i>ANALISIS COMPARATIVO DE VALORES ENTRE ESTUDIANTES Y LA CULTURA CORPORATIVA DE LA EMPRESA ESPAÑOLA</i>	23
V. <i>CONCLUSIONES</i>	27
<i>BIBLIOGRAFIA</i>	29

I. INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la sociedad depende en gran medida del desarrollo de la capacidad universitaria. Y ello tanto por lo que se refiere a la formación que facilita como a la transferencia de conocimientos que realiza a la economía. En particular, juega un papel significativo en este proceso universitario la formación e investigación en el ámbito de las ciencias económicas y empresariales.

El incremento de la competencia y la apertura de las economías y, al propio tiempo, las exigencias a planteamientos más estratégicos obliga a las universidades europeas a considerar la necesidad de un management estratégico en cuanto a la configuración de su capacidad organizativa.

La Universidad como institución, la componen tanto los profesores, personal administrativo como los estudiantes y sus clientes son la sociedad y, en particular, las empresas y demás instituciones. Sería interesante y necesario conocer cuál es la cultura empresarial de las universidades.

Para lo cual se ha estudiado en una primera fase el sistema de valores con el que los estudiantes de Ciencias Económicas y Empresariales terminan sus estudios. Esto es, con qué valores "transfiere" la universidad española a estos estudiantes a la economía y a la empresa. De las características de estos valores dependerá el éxito con el que se integra la aportación universitaria a la realidad empresarial española.

Se han analizado tanto los *valores institucionales* como los *valores individuales* dentro del ámbito económico-empresarial. Asimismo se ha dedicado una especial atención al análisis de los valores de la mujer y del hombre, así como a la comparación de algunos de los valores de los estudiantes con los perfiles directivos de la empresa española.

A continuación se presentan algunos de los resultados ⁽¹⁾ de este estudio que abarca una muestra representativa de 1560 estudiantes de 18 universidades públicas y privadas en España. El 65% son alumnos de Ciencias Empresariales y el 31% son alumnos de Ciencias Económicas; a su vez el 50% son alumnos de 3^a curso y un 45% de 5^o curso. Debe señalarse así mismo que el 54% son mujeres y el 46% hombres. En cuanto a la estructura universitaria el 58% de los encuestados pertenecen a Universidades/Centros públicos y un 42% a Universidades/Centros privados.

II. CARACTERISTICAS GENERALES DEL SISTEMA DE VALORES DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

Del análisis del conjunto se deduce la existencia de cuatro grupos⁽²⁾ de estudiantes desde el punto de vista de los valores básicos, tal como se aprecia en la Figura 1.

1. Para mayor detalle véase la obra original García Echevarría, S., del Val Núñez, M.T., Cea d'Ancona, F.: *Sistema de valores de los estudiantes de Ciencias Económicas y Empresariales. Aportación de un diseño estratégico de la Universidad*, Madrid, 1994

2. Obtenidos a través de un análisis de conglomerados y utilizando el método K-means.

Las diferencias se centran en particular en los factores ⁽³⁾ 1, 2 y 3, mientras que en los factores 5 y 6 apenas existen diferencias entre los grupos.

El *factor 1* define las características de tipo *societario* o *comunitario*, esto es, afecta a todos los valores que caracterizan a los elementos constitutivos de una comunidad. Se trata de valores referentes a la dimensión monetaria, a la dimensión internacional así como a los valores concernientes al trabajo, a la formación y a las relaciones entre las personas.

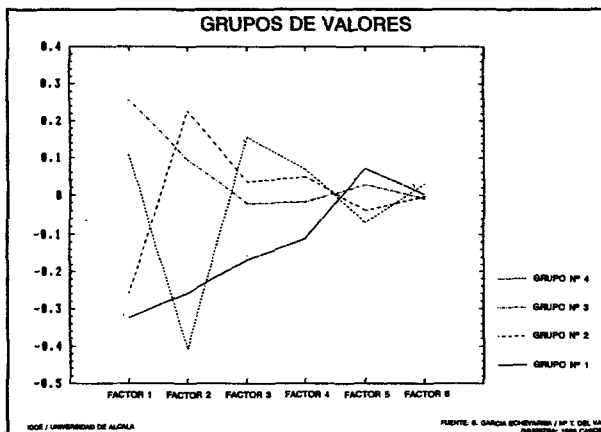


Figura 1

El *factor 2* se refiere a las *instituciones*, en particular, al sistema educativo, a la Administración Pública y a los sindicatos.

3. Para obtener los factores se realizó un *análisis de correspondencias múltiples* de donde se deducen seis factores.

El *factor 3* determina a la institución, así como a la *ordenación de la economía*, a las características y forma de entender el trabajo.

La dimensión política de la sociedad queda reflejada en el *factor 4*. Conciernen a todas las instituciones parlamentarias, así como a la Justicia y a las instituciones de la seguridad social.

El *factor 5* hace referencia a la religión, a la familia, a la Iglesia y a la empresa con su característica competitiva.

El *factor 6* recoge la dimensión ética de las personas, tales como libertad, honestidad, trabajo, igualdad de oportunidades.

Existen cinco valores básicos en los estudiantes de Ciencias económicas y empresariales españoles, tal como puede apreciarse en la Figura 2. Libertad y valores éticos constituyen valores fundamentales al igual que el valor trabajo, la igualdad de oportunidades, así como la justicia social. La seguridad tiene un valor relevante pero en octavo

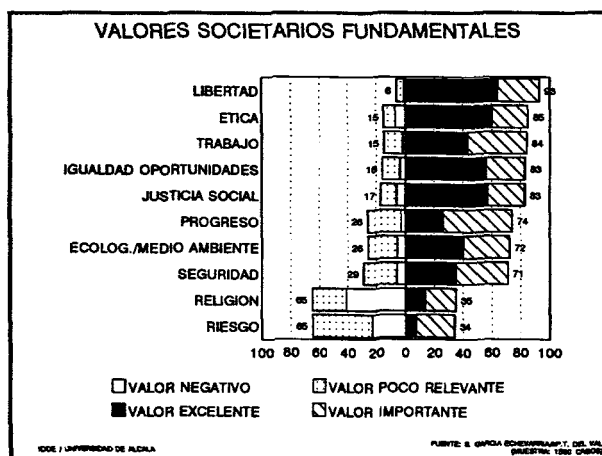


Figura 2

lugar. Los dos valores más bajos son: religión y riesgo. En particular, la religión presenta un fuerte valor negativo al igual que el riesgo es una característica de la Cultura española (en los directivos un 57%) ⁽⁴⁾.

a) – *Valores institucionales*

En cuanto a los valores institucionales se produce, en general, un fuerte rechazo a las instituciones políticas y, muy en particular, como puede observarse en la Figura 3, a los partidos políticos.

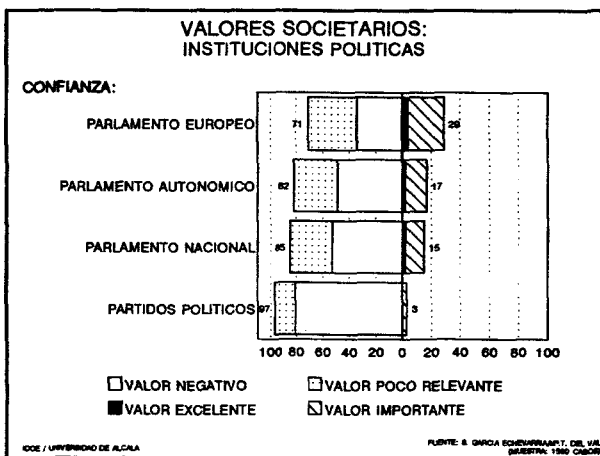


Figura 3

El estudiante que termina sus estudios económico–empresariales rechaza la institucionalización de la política (un 80% de valoración negativa). No depositan confianza en estas instituciones.

4. Véase García Echevarría, S. y del Val Núñez, M.T., *Cultura corporativa y competitividad de la empresa española*, Madrid 1993

Lo mismo sucede con el Parlamento nacional y europeo, así como en los tribunales de Justicia, instituciones donde es mayor el grado de confianza pero que no rebasa el 40%.

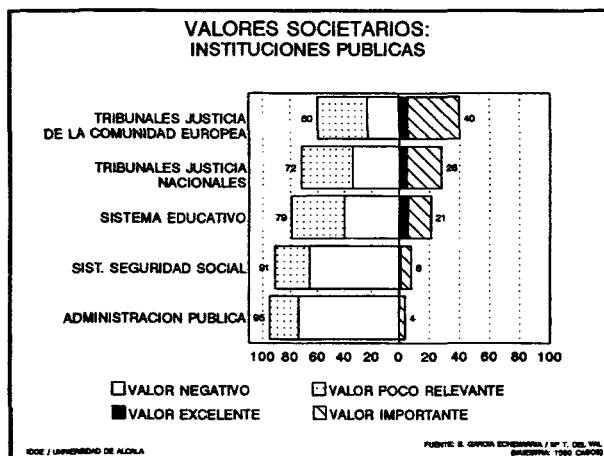


Figura 4

Igualmente existe un fuerte rechazo de las instituciones públicas donde llama la atención el fuerte rechazo de toda la Administración Pública y del propio sistema de la Seguridad Social. Los valores son altamente preocupantes, dado que sólo se acepta entre un 4% y un 8% de los estudiantes. Al propio sistema educativo español sólo lo valoran positivamente el 31% de los estudiantes, lo que viene a manifestar que únicamente un 30% está satisfecho con la formación que está recibiendo.

El fuerte rechazo a las instituciones políticas y públicas debe ser motivo de reflexión, dado que es muy difícil tener una sociedad y una economía eficientes si no funcionan las instituciones de coordinación, al generarse altos costes de coordinación por un bajo nivel de "capital confianza".

Por contra, el estudiante cree fundamentalmente en dos instituciones:

- * En la familia con unanimidad absoluta (90%)
- * En la empresa (con un 51%).

Donde se producen los rechazos o indiferencias institucionales más graves es en los sindicatos (91%) y en la Iglesia (73%), en ambos casos con fuertes valores negativos.

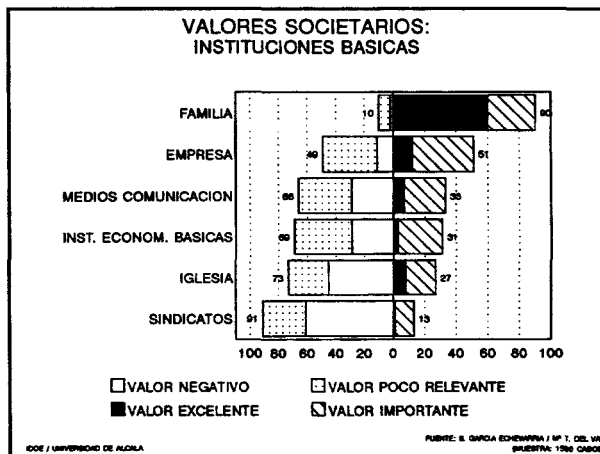


Figura 5

Tampoco es muy alta la aceptación de los medios de comunicación (33%), ni de las instituciones económicas básicas (31%).

Si se tiene en cuenta que se trata de estudiantes de Ciencias Económicas y Empresariales tiene que plantearse cuales son los motivos por los que se produce este fuerte rechazo institucional.

Igualmente es interesante analizar el papel del Estado en la sociedad, es decir, cuáles son sus funciones. Se le considera *garante de la libertad económica* así como de la *estabilidad monetaria*, pero se rechaza que realice la *gestión de empresas* y se le concede valores bajos como *promotor de iniciativas* y de ser *intermediario entre empresarios y sindicatos*.

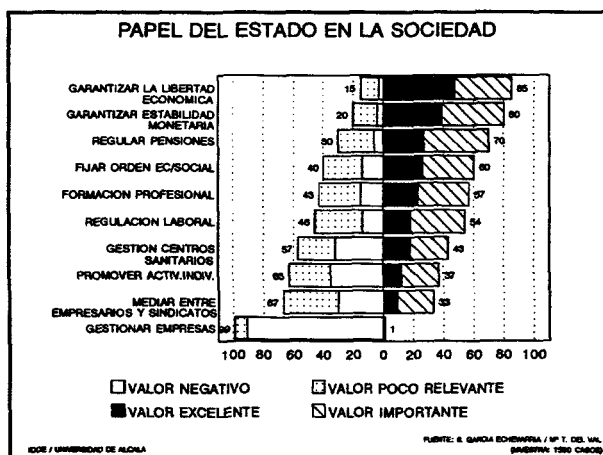


Figura 6

Sin embargo, se le sigue concediendo demasiada valoración en cuanto a ser *regulador de los fondos de pensiones* y *responsable de la formación profesional* ⁽⁵⁾, lo que refleja la tradición en la cultura educativa del Estado.

Asimismo considera que la estabilidad de la sociedad se basa en los comportamientos éticos (87%), pero también se apuesta de manera

5. Véase cómo únicamente un 39% de los directivos consideran que la formación profesional es una función de la empresa en García Echevarría, S. y del Val Núñez, M.T. *Cultura corporativa y competitividad de la empresa española* págs 80 y ss.; García Echevarría, S.: "Formación Profesional en el País Vasco" en *Informe Confebask*, Bilbao, 1991

muy acentuada por tres valores clave: la competitividad, la internacionalización y la estabilidad monetaria.

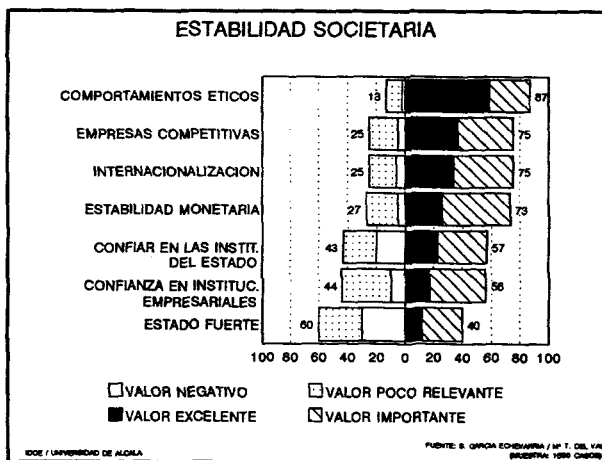


Figura 7

Se trata de tres valores que rompen con la tradición cultural española y que se introducen de manera significativa en los comportamientos de las nuevas generaciones. La confianza en la empresa y en el Estado con un 56% y un 57% comienza a equilibrarse. Se trata de una ruptura significativa al aceptar de manera creciente a la institución empresarial ⁽⁶⁾.

b) - Valores económicos y empresariales

Para los estudiantes los valores más atractivos del trabajo como valor y como elemento vital y, consiguientemente, los objetivos que busca en él son: un *trabajo interesante* como criterio fundamental

6. García Echevarría, S.: "La empresa española ante el reto de la CEE" en *Serie Grandes Temas - Instituto de la Comunicación Pública*, Madrid, 1988; García Echevarría, S. *La empresa vasca ante el reto de su competitividad*, Bilbao, 1988

(92%) junto con el *deseo de un trabajo que le permita un interesante desarrollo profesional* de manera que además *pueda desarrollar iniciativas* ⁷⁾. Estos son los tres criterios bajo los cuales considera fundamental su actividad económico–empresariales.

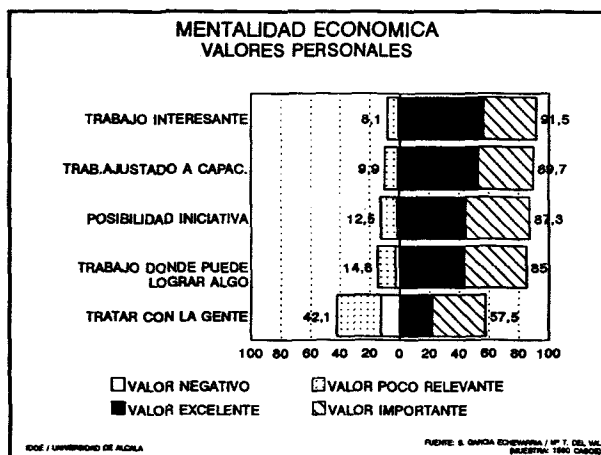


Figura 8

El comportamiento se rige en función de una serie de valores individuales, perfectamente definidos, sobre los que descansa su perfil de valores y sobre el que toma decisiones y valora:

- * la familia como el gran valor excelente (94%)
- * los amigos (88%)
- * la educación y el trabajo (85%). El trabajo constituye hoy un valor muy relevante dentro de la estructura de valores de los estudiantes de Ciencias económicas y empresariales
- * formación (70%)

7. Véase cómo ésta es una condición básica para desarrollar un lean management en García Echevarría, S. (Ed.): *Lean Management*, (en preparación)

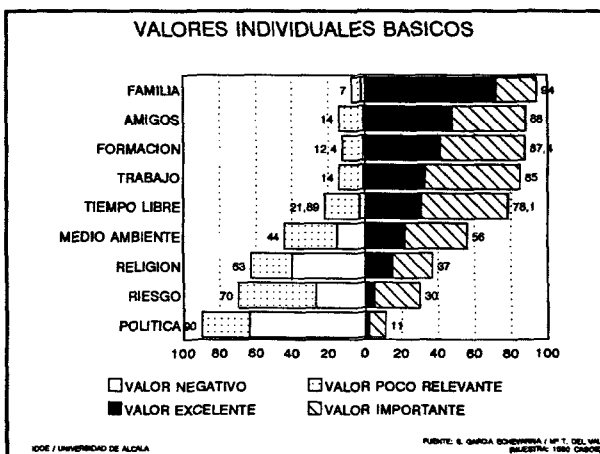


Figura 9

El valor *medio ambiente* es un valor intermedio (56%) y vuelve a reflejarse un rechazo hacia la política (11% la asume) y hacia el riesgo (30% la asume).

c) – Valores económico–empresariales

Al estudiante de Ciencias Económicas y Empresariales le gustaría trabajar en las áreas de marketing, comercial y finanzas y no en producción o logística, es decir, no atraen las áreas relacionadas con la economía real y se le concede una baja importancia dentro de la facultades.

Igualmente le gustaría trabajar preferentemente en España (76%), ya sea en la empresa nacional (34%) o en una empresa multinacional (42%) y con un tamaño mediano–grande (96%), dado que cree que le permite desarrollar su iniciativa, que es una institución que considera al trabajador, permite tener visión de futuro y delega responsabilidad. Busca instituciones donde pueda desarrollar su capacidad, esto es,

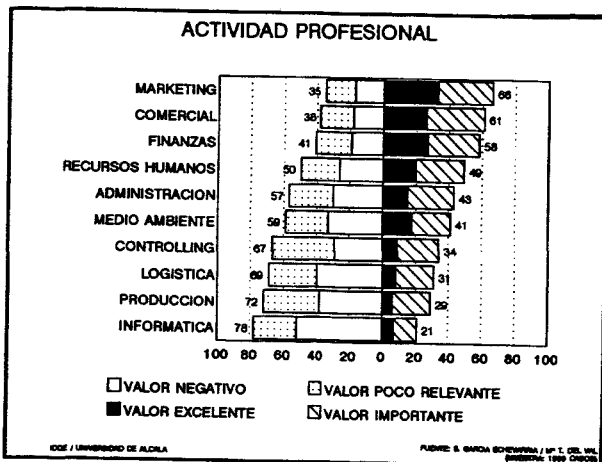


Figura 10

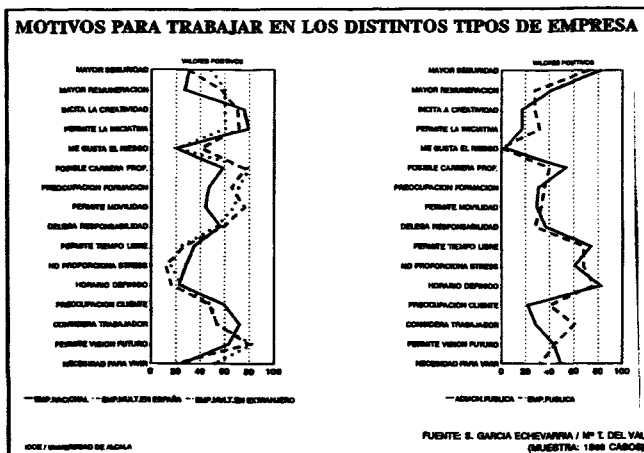


Figura 11

busca una institución con una cultura empresarial institucionalizada ⁽⁸⁾ y no concede tanta importancia a no disponer de tiempo libre o de un horario definido.

Asimismo es consciente que para poder desarrollarse y realizar una carrera profesional debe tener una alta predisposición al cambio. Así el estudiante está dispuesto a participar en procesos de formación, a moverse de ciudad y puesto, en cambio, muestra un fuerte rechazo a renunciar a su vida familiar. En general, son valores que muestran flexibilidad y se puede considerar que hay una ruptura generacional importante dado que los directivos no tienen muy asumido ni la formación ni la movilidad.

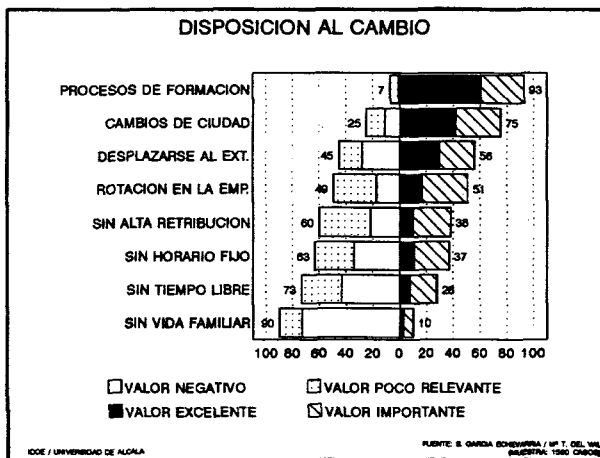


Figura 12

8. Véase García Echevarría, S. y del Val Núñez, M.T. *Cultura corporativa y competitividad de la empresa española*, Madrid 1993

Estos son valores necesarios para poder actuar en mercados abiertos y competitivos. Existe entre los estudiantes unanimidad absoluta (95,5%) en que la competitividad es necesaria dado que da un dinamismo empresarial. Consideran que la competitividad exige utilizar mejor los potenciales, exige organizaciones dinámicas y flexibles, consideran que la competitividad exige utilizar mejor los potenciales, exige organizaciones dinámicas y flexibles, así como una mejora de productos/servicios.

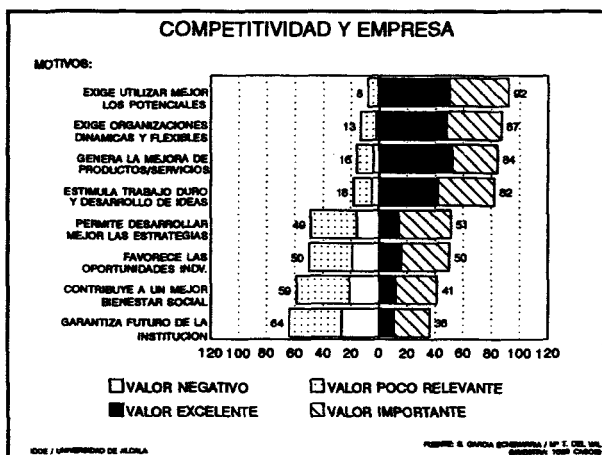


Figura 13

En cuanto a la estructura organizativa los estudiantes abogan por una estructura descentralizada y participativa tal como se verá a continuación.

III. FEMINEIDAD Y MASCULINIDAD: DIFERENCIAS EN LOS SISTEMAS DE VALORES

Aproximadamente entre el 50% y el 60% de los estudiantes de Ciencias Económicas y Empresariales en España son mujeres. Por

consiguiente, se trata de conocer cuales son las diferencias más significativas entre los estudiantes femeninos y masculinos.

Por lo que respecta a los valores societarios básicos, tal como puede apreciarse en la Figura 14, las diferencias apenas son significativas, aunque la mujer incide más en los valores éticos y en el trabajo, así como en la igualdad de oportunidades y en la justicia social. Asimismo deposita un valor más alto en la seguridad y en la religión.

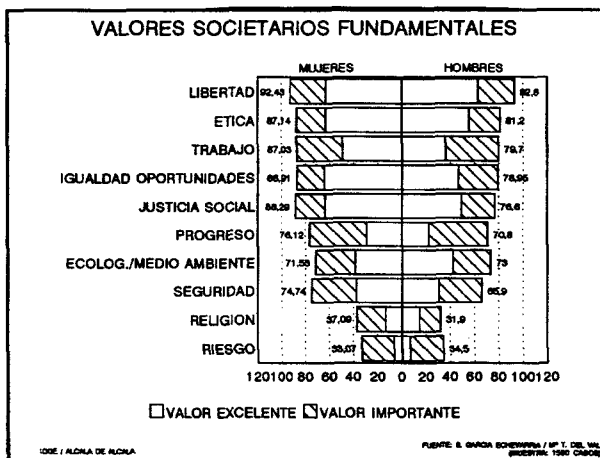


Figura 14

En conjunto la mujer presenta valores más altos que el hombre, pero en su conjunto mantienen la misma estructura de sistemas de valores que el hombre.

Lo mismo sucede con la valoración de las instituciones. Aquí las diferencias son menores, ya que prácticamente tanto la mujer como el hombre tienen la misma valoración institucional. El rechazo sindical es muy alto así como el de la Iglesia. Preocupante es, sin duda, la baja

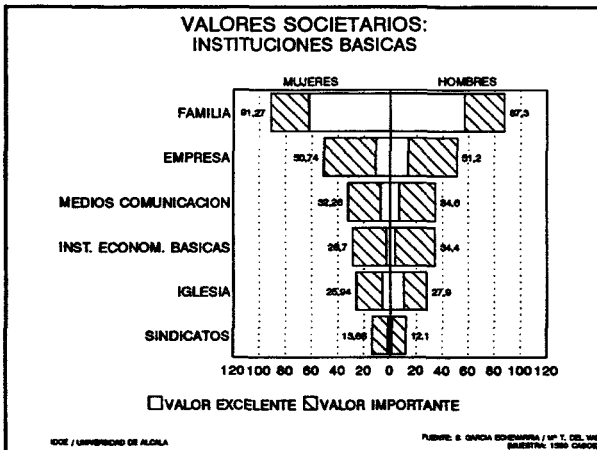


Figura 15

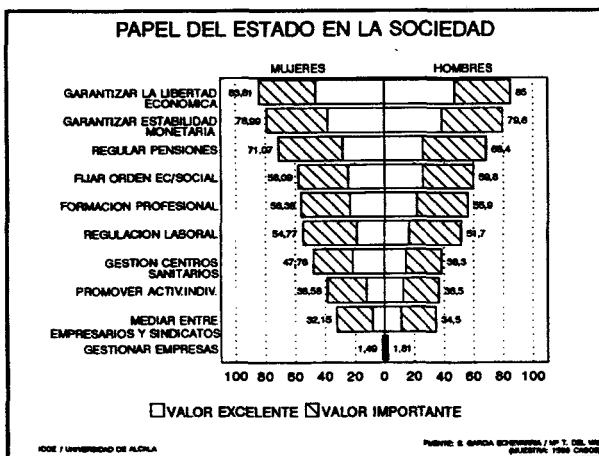


Figura 16

confianza en ambos de las instituciones básicas de la economía, lo que va a dificultar seriamente la función de coordinación que les corresponde.

Por lo que se refiere al papel del Estado en la sociedad, tal como puede apreciarse en la Figura 16, no existen diferencias significativas ni en la estructura de los valores ni en su valoración salvo una ligera diferencia en la capacidad de management de los centros sanitarios. También el rechazo a la actividad empresarial del Estado es total en ambos.

En lo que concierne a los valores societarios y su estabilidad se manifiestan ciertas diferencias tanto en la estructura de los valores como en las prioridades que se establecen. La internacionalidad y la estabilidad monetaria son valores más asumidos en la mujer que en el hombre, mientras que el hombre concede un mayor valor a las institu-

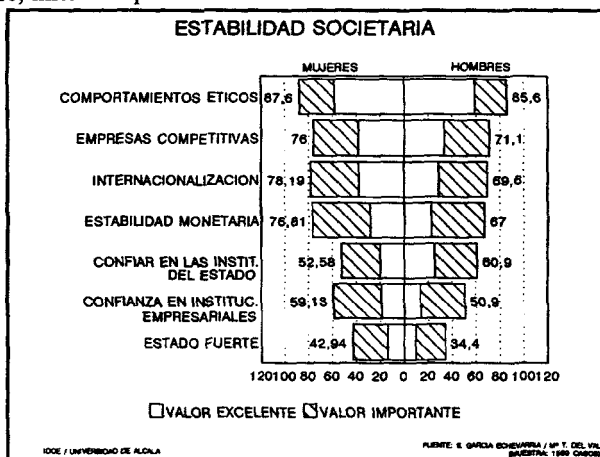


Figura 17

ciones del Estado que la mujer. Por contra, las mujeres conceden mayor confianza a la empresa (60%) que el hombre y asume mejor la competencia.



Figura 18

La motivación económica muestra diferencias significativas entre los hombres y las mujeres, tal como puede apreciarse en la Figura 18. Las diferencias más significativas son la que afectan a la formación, atención a los recursos humanos y movilidad. Todo lo que tiene que ver con los recursos humanos posee un mayor peso en la mujer que en el hombre.

Las mayores diferencias se producen en lo que concierne a la importancia de la formación como proceso de cambio. La movilidad espacial es alta en ambos, pero se manifiesta la importancia de la vida familiar como restricción a los procesos de cambio.

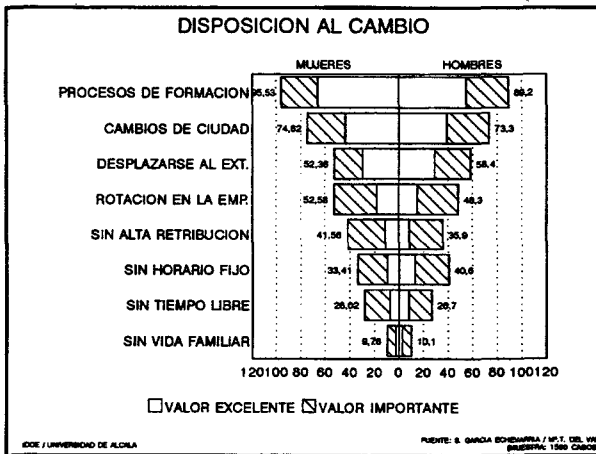


Figura 19

IV. ANALISIS COMPARATIVO DE VALORES ENTRE ESTUDIANTES Y LA CULTURA CORPORATIVA DE LA EMPRESA ESPAÑOLA

Se trata de conocer cuales son las tendencias más significativas de cambio en los valores económico-empresariales y las principales rupturas que se producen entre los actuales valores corporativos y los valores que aportan los universitarios que terminan los estudios.

Por lo que se refiere a los valores que definen la estructura organizativa de la empresa puede apreciarse en la Figura 20 que los valores entre los ejecutivos y los licenciados en Ciencias Económicas y Empresariales son muy parecidos. Las diferencias más significativas se encuentran en la mayor tendencia de los directivos hacia una organización *lean* mientras que los estudiantes se orientan a una mayor descentralización.



Figura 20

En cualquiera de los casos la predisposición a la descentralización es baja tanto en los directivos como en los estudiantes. Es un valor propio de la cultura empresarial española. La formación actual en la Universidad aproxima bastante los valores organizativos a los vigentes en la empresa.

Por contra, en la Figura 21 pueden observarse valores sumamente diferentes, incluso fuertes rupturas entre las generaciones. Mientras que para el directivo es fundamental integrar al personal en el proyecto (98%), no lo es tanto para el universitario (75%)

En particular llama la atención el bajo valor que concede el estudiante al liderazgo (40%) frente al valor máximo del directivo (91%). La exigencia de confianza son valores comunes para ambos, pero surgen diferencias en la valoración de los principios éticos. En conjunto se puede observar una ruptura significativa en cuanto a los valores de un directivo.

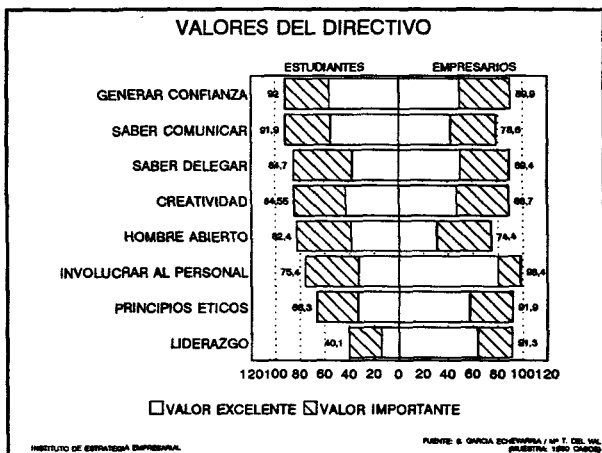


Figura 21

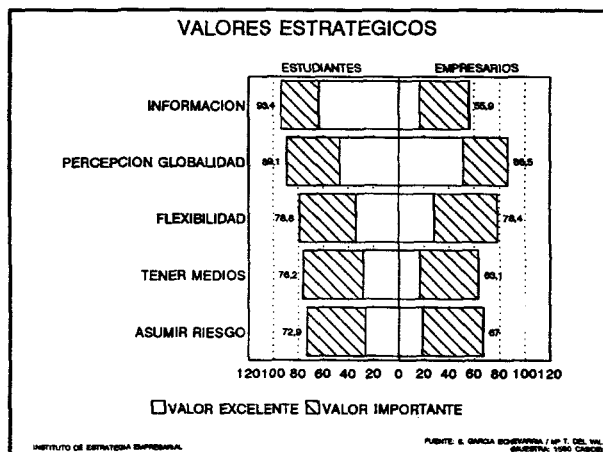


Figura 22

Quizá merece la pena insistir, en cuanto a los valores estratégicos, en la fuerte diferencia existente en cuanto al valor de la información, al que los estudiantes conceden por unanimidad un gran valor frente a un valor bajo de los directivos. Los demás valores son muy parecidos con una cierta tendencia a asumir más riesgo y la necesidad de disponer de medios por parte de los estudiantes.

Puede apreciarse en la Figura 23 cómo tanto la visión global como el conocimiento de los potenciales constituyen valores semejantes entre directivos y estudiantes para desarrollar la capacidad estratégica.

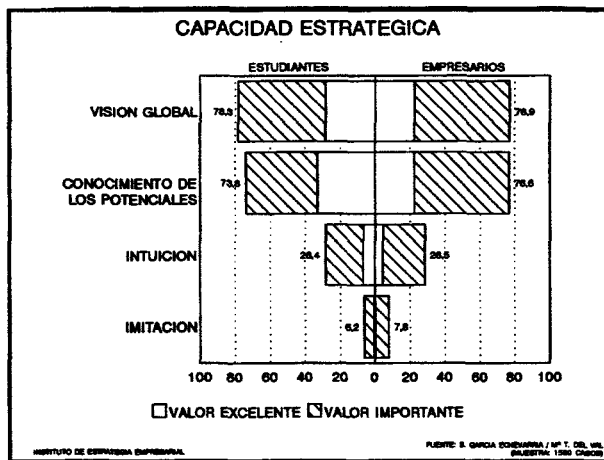


Figura 23

Sin embargo, se produce en las nuevas generaciones una mayor disposición a la colaboración e internacionalización como puede apreciarse en la Figura 24.

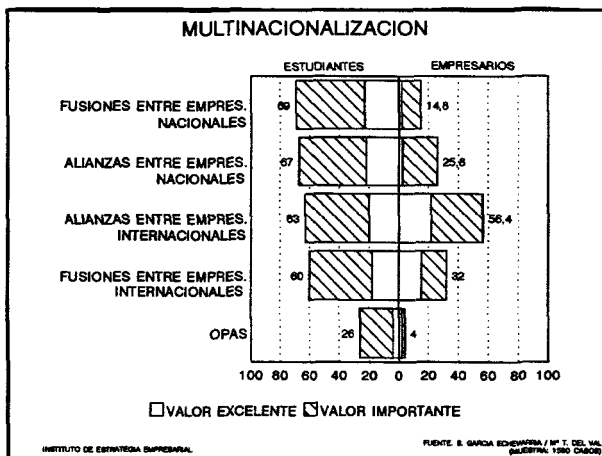


Figura 24

Mientras que el directivo español rechaza las fusiones y alianzas entre empresas el universitario las acepta con gran interés. La internacionalización vía fusiones y joint-ventures constituye un valor generalizado en los estudiantes.

Con lo cual se puede afirmar que la formación que se está impartiendo se acerca, en gran medida, a la realidad empresarial. Y con lo cual contribuye a borrar las diferencias dado que en España existe actualmente una única Cultura Empresarial ⁽⁹⁾.

V. CONCLUSIONES

El desarrollo de un management estratégico de las Universidades implica un conocimiento más detallado de la cultura corporativa de las universidades. Esta cultura viene definida tanto por los valores de los estudiantes así como de los profesores como del personal administrativo.

9. Véase del Val Núñez, M.T. *Cultura corporativa y el potencial estratégico de la empresa en España* (Tesis doctoral en la Universidad de Alcalá de Henares), 1993

Por un lado, se produce un fuerte rechazo a las instituciones políticas, sociales y económicas, salvando a la familia y a la empresa.

Por otro lado, las Universidades dan una formación que homogeneiza los valores, por lo que se presentan pocas diferencias, lo que debe ser motivo de reflexión. No hay diferencias entre las Universidades que sacan un solo prototipo de formación.

Existen, en conjunto, cuatro grupos de valores cuyas diferencias básicas se encuentran en la valoración que realizan de las instituciones, ya que apenas existen diferencias en cuanto a los valores individuales.

La mujer presenta un sistema de valores muy semejantes al del hombre diferenciándose ligeramente con una valoración más alta en lo que se refiere a todos los valores referentes a la persona: formación, relaciones industriales, etc. y concediendo un mayor peso a la empresa.

El riesgo y su asunción es un valor que se mantiene bajo, mientras que mejora su relación con el valor movilidad. La diferencia entre el sistema de valores de la actual Cultura Corporativa española y la cultura que asumen los estudiantes en la Universidad es fuerte. Se produce en España una ruptura importante en las dimensiones institucionales, pero, sin embargo, en el ámbito técnico de la organización empresarial se dan valores muy homogéneos entre directivos y estudiantes.

En su conjunto puede afirmarse que la formación universitaria en materia de ciencias económicas y empresariales desarrolla una capacidad crítica institucional muy acentuada y genera valores empresariales semejantes a los actualmente dominantes en la actual cultura corporativa.

BIBLIOGRAFIA

- ALBACH, H.: "La economía de la empresa como ciencia. Tendencias de la moderna Economía de la Empresa" en *Working - Paper (Serie Conferencias)*, núm. 2, Alcalá de Henares, 1993
- AMEMIYA, T.: "Qualitative response models: a survey" en *Journal of Economic Literature*, Vol. XIX, 1981, pp. 1483-1536
- BENZECRI, J.P. y BENZECRI, F.: *Pratique de l'analyse des données : I. Analyse des correspondances*, Dunod, París, 1980
- BENZECRI, J. y colabs.: *L'analyse des données. II. L'analyse des correspondances*, Dunod, París, 1980
- BÖSENBERG, D., METZEN, H.: *Lean Management*, Landesberg/Lech, 1993
- COMISIÓN DE LA COMUNIDAD EUROPEA: "Quality management and quality assurance in European higher education" en *Education Training Youth - Studies*, núm. 1, Bruselas, 1993
- GARCIA ECHEVARRIA, S.: "La empresa española ante el reto de la CEE" en *Instituto de la Comunicación Pública - Serie Grandes Temas*, núm. 5, Madrid, 1988
- GARCIA ECHEVARRIA, S.: *La empresa vasca ante el reto de su competitividad*, Bilbao, 1988
- GARCIA ECHEVARRIA, S.: "Sistema de valores de los estudiantes de Ciencias Empresariales" en *Working - Paper (Serie Azul)*, núm. 148, Alcalá de Henares, 1988
- GARCIA ECHEVARRIA, S.: "Sistema de valores de los estudiantes de Ciencias Empresariales. Análisis comparativo" en *Annals of the archive of "Ferran Valls i Taberners's Library": studies in the history of political thought, political & moral philosophy, business & medical ethics, public health and juridical literature*, núm. 5, Barcelona, 1989
- GARCIA ECHEVARRIA, S.: *La formación profesional en el País Vasco (documento I y II)*, Bilbao, 1989
- GARCIA ECHEVARRIA, S.: *Teoría Económica de la Empresa*, Madrid, 1993
- GARCIA ECHEVARRIA, S. (eds.): *Lean Management*, (en preparación)
- GARCIA ECHEVARRIA, S., DEL VAL NUÑEZ, M.T.: *Cultura Corporativa y competitividad de la empresa española*, Madrid, 1993
- GARCIA ECHEVARRIA, S., DEL VAL NUÑEZ, M.T.: *El perfil del directivo vasco*, Bilbao, 1993

- HÜCHTERMANN, M., LENSKE, W.: "Wettbewerbsfaktor Unternehmenskultur" en *Beiträge zur Gesellschafts- und Bildungspolitik Institut der deutschen Wirtschaft Köln*, núm. 168, Colonia, 1991
- JOBSON, J.D.: *Applied Multivariate Data Analysis*, Vol. I y II, Springer Verlag, 1991
- JUDEZ ASENSIO, L.: *Técnicas de datos multidimensionales*, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Secretaría Gral. Técnica, Madrid, 1989
- LATTMANN, CH., GARCÍA ECHEVARRÍA, S.: *Management de los Recursos Humanos*, Madrid, 1991
- PÜMPIN, C., GARCÍA ECHEVARRÍA, S.: *Cultura Empresarial*, Madrid, 1988
- PÜMPIN, C., GARCÍA ECHEVARRÍA, S.: *Dinámica Empresarial*, Madrid, 1990
- PÜMPIN, C., GARCÍA ECHEVARRÍA, S.: *Estrategia Empresarial*, Madrid, 1993
- SEMMELE, H.: "Formación Profesional dual" en *Working - Paper (Serie Azul)*, núm. 150, Alcalá de Henares, 1989
- TABATONI, P., O' CALLAGHAN, D.F.: "Quel avenir pour l'enseignement supérieur dans la Communauté européenne?" en *Education Training Youth - Studies*, núm. 2, Bruselas, 1993
- VAL NÚÑEZ, M.T., del: *Cultura Empresarial en España y su potencial estratégico*, (tesis doctoral en la Universidad de Alcalá de Henares), 1993

Ultimos números

SERIE: POLITICA EMPRESARIAL
(Working Papers – Serie Azul)

- 196/ S. GARCIA ECHEVARRIA, "El impacto de Maastricht en la competitividad de la empresa española", Madrid 1993, 43 págs.
- 197/ S. GARCIA ECHEVARRIA, "La economía española en el concierto de la Comunidad Europea. Exigencias institucionales para la adaptación de la empresa española", Madrid 1993, 46 págs.
- 198/ S. GARCIA ECHEVARRIA, "Repercusión del Mercado Unico en las Cajas de Ahorros españolas. Exigencias de adaptación institucionales y directivas", Madrid 1993, 49 págs.
- 199/ S. GARCIA ECHEVARRIA, "Repercusión del Mercado Unico en la empresa española. Exigencias de cambio en la dirección y comportamiento de los Recursos Humanos", Madrid 1993, 45 págs.
- 200/ S. GARCIA ECHEVARRIA, "La ética de las instituciones económicas y empresariales. La ética en la dirección de los Recursos Humanos en la empresa", Madrid 1993, 45 págs.
- 201/ S. GARCIA ECHEVARRIA, "Competitividad y cooperación como valores institucionales de la empresa", Madrid 1993, 52 págs.
- 202/ S. GARCIA ECHEVARRIA, "Sistemas de información sobre la gestión de los Recursos Humanos", Madrid 1993, 38 págs.
- 203/ S. GARCIA ECHEVARRIA, "El reto directivo como respuesta a la situación de la empresa vasca", Madrid 1993, 48 págs.
- 204/ H.G. MEISSNER, "La reconversión de la cuenca del Ruhr. Un experimento y su valoración", Madrid 1993, 19 págs.



- 205/ S. GARCIA ECHEVARRIA, **"Crisis económica y oportunidades de la empresa española"**, Madrid 1993, 27págs.
- 206/ S. GARCIA ECHEVARRIA, **"La función de personal/recursos humanos en la organización"**, Madrid 1993, 48 págs.
- 207/ S. GARCIA ECHEVARRIA, **"Mercado Unico Europeo"**, Madrid, 1993, 42 págs.
- 208/ S. GARCIA ECHEVARRIA, **"Empresa y beneficio en un periodo de recesión"**, Madrid, 1994, 42 págs.

Números extraordinarios

- 7/93 S. GARCIA ECHEVARRIA, **"El papel de la universidad en la sociedad y en la empresa. Nuevas orientaciones y condiciones institucionales para su éxito"**, 1^{er} Trimestre 1993, 31 págs.
- 8/93 S. GARCIA ECHEVARRIA, **"Libertad de empresa y competitividad"**, 2^o Trimestre 1993, 38 págs.
- 9/93 S. GARCIA ECHEVARRIA, **"Competitividad y libertad como base de la institución empresarial"**, 3^{er} Trimestre Madrid 1993, 40 págs.
- 10/93 S. GARCIA ECHEVARRIA, **"Las nuevas estructuras empresariales como respuesta para una economía eficiente"**, 4^o Trimestre Madrid 1993, 39 págs.

CONFERENCIAS

- 1/93 H. ALBACH: **"El papel del factor tiempo en la competitividad"**, Madrid 1993, 27 págs.
- 2/93 H.ALBACH: **"La economía de la empresa como ciencia. Tendencias de la moderna economía de la empresa"**, Madrid 1993, 47 págs.
- 3/93 A.TARABUSI: **"La concepción política y societaria de los sindicatos para un diálogo social"**, Madrid 1993, 25 págs.