

DETERMINANTES DE LAS INTENCIONES CONDUCTUALES EN UN PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN PROFESIONAL A NIVEL EUROPEO

Ruiz Molina María, Eugenia; Gil Saura, Irene; Berenguer Contrí, Gloria
Universitat de València

RESUMEN

En los últimos años han proliferado los programas de certificación profesional en competencias, y desde la literatura se ha abogado por la necesidad de investigar acerca del valor percibido de tales sistemas en términos de beneficios y barreras percibidas por los potenciales candidatos para la acreditación. Por ello, a partir de una encuesta a profesionales acerca del programa "Certified Professional" en 8 países europeos, se analiza la influencia de los atributos percibidos del programa de certificación y de las características personales del potencial candidato sobre sus intenciones conductuales. Como resultado, se observa una influencia significativa tanto de las percepciones del programa de certificación por parte de los profesionales, así como de sus características personales sobre su disposición a participar y a pagar por la obtención del certificado profesional.

Palabras clave:

certificación profesional, competencias transversales, intenciones conductuales

ABSTRACT

In recent years there has been a proliferation of professional certification programs in competences, and literature has advocated the need to investigate the perceived value of such systems in terms of benefits and barriers perceived by potential applicants for accreditation. Therefore, based on a survey of professionals about the "Certified Professional" program in 8 European countries, the influence of the perceived attributes of the certification program and the personal characteristics of the potential candidates on their behavioral intentions are analyzed. As a result, there is a significant influence of both the perceptions of the certification program by professionals, as well as their personal characteristics on their willingness to participate and to pay for obtaining the professional certificate.

Keywords:

professional certification, transversal competences, behavioral intentions

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, las funciones que se desarrollan en los puestos de trabajo en las distintas organizaciones están aumentando en el grado de especialización, uso de la tecnología y complejidad. Por ello, los profesionales de distintos sectores de actividad son conscientes de la necesidad de acreditar sus competencias profesionales ante los eventuales empleadores, al tiempo que estos empiezan a requerir instrumentos para garantizar que sus empleados cuentan con conocimientos, habilidades y actitudes apropiadas para desempeñar las tareas del puesto de trabajo.

Competencias como la creatividad, el pensamiento sistémico, la comunicación interdisciplinaria y las capacidades inspiradoras de gestión del cambio, han sido infravaloradas en el mercado laboral europeo, ya que con frecuencia, no forman parte de la educación superior formal y no son formalmente reconocidas. Diversos expertos coinciden en que estas aptitudes orientadas al futuro serán vitales para progresar en un entorno mundial hipercompetitivo, frente a desafíos impredecibles y rápidamente cambiantes (Cebrián y Junyent, 2015; Li y Liu, 2016). Sin un reconocimiento formal, el talento presente en la actual generación de profesionales europeos permanece oculto.

Hasta la fecha, ha sido escaso el número de trabajos que aborda el estudio de los factores que pueden determinar la decisión de un profesional de acreditarse y de pagar por participar en un programa de certificación profesional, encontrándose dicho estudio, además, limitado a ciertas áreas de especialización profesional. En concreto, la mayor parte de los estudios que analizan el valor de la certificación profesional desde el punto de vista del candidato o del profesional acreditado se circunscriben, principalmente, a las áreas de Enfermería (Gaberson et al., 2003; Sechrist et al., 2006; Wade, 2009; Haskins et al., 2011), o Finanzas y Contabilidad, como “Certified Hospitality Accountant Executive” (CHAE) (Damitio y Schmidgall, 2001). Estos estudios, además, suelen centrarse en un análisis descriptivo de los beneficios o costes percibidos de los programas de certificación profesional, sin abordar las consecuencias del valor percibido en dichos programas sobre las intenciones conductuales del candidato en términos de intención de certificarse o de pagar por obtener dicho certificado profesional.

Por todo ello, el objetivo de este trabajo es analizar el efecto de las percepciones de un certificado de certificación profesional en competencias por parte de los profesionales, así como los factores de tipo personal, que pueden influir en las intenciones conductuales hacia dicho programa de certificación, a saber: intención de participar en el proceso de certificación e intención de pagar por el certificado. A partir de una encuesta a profesionales en activo acerca del programa europeo en certificación profesional en competencias transversales “Certified Professional”, desarrollada simultáneamente en 8 países europeos, se analiza la influencia de las percepciones del programa de certificación y de las características del potencial candidato sobre la probabilidad de participar en el proceso de certificación profesional y la disposición a pagar por participar en dicho proceso.

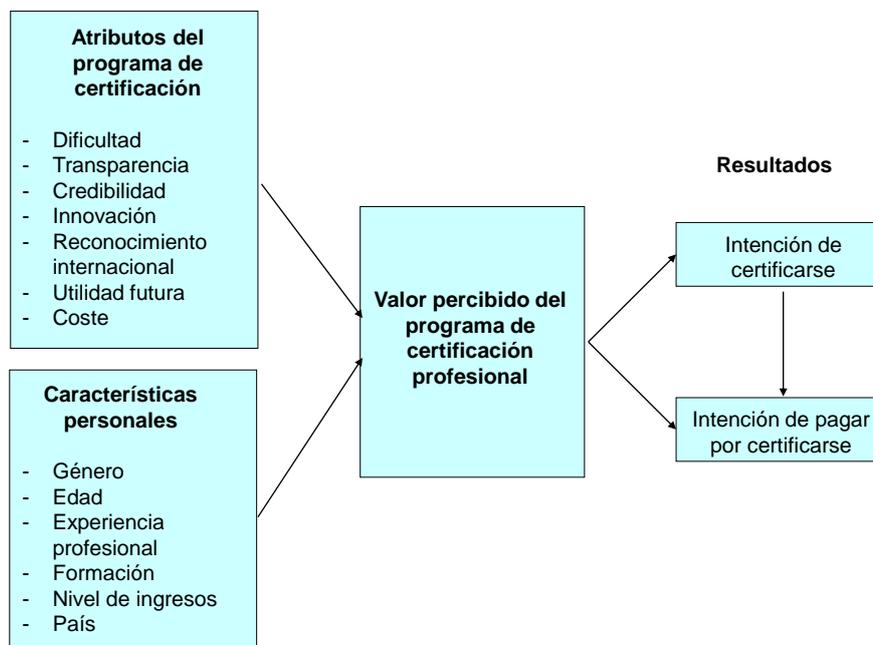
2. MARCO TEÓRICO

A partir de la revisión de estudios previos en el ámbito de la certificación profesional, así como de seminarios y talleres entre miembros del equipo de “Certified Professional” y un panel de expertos en competencias profesionales, proponemos el marco teórico representado en la Figura 1. En particular, consideramos que el valor percibido del programa de certificación profesional se puede ver influenciado por dos grandes grupos de factores, a saber: atributos del programa de certificación profesional, y características personales del potencial candidato a participar en el proceso de certificación profesional. A su vez, entendemos que cabe esperar que el valor

percibido del programa de certificación profesional influya en la probabilidad de que el individuo solicite participar en el proceso de evaluación para la obtención del certificado, así como en su intención de pagar por ser evaluado.

FIGURA 1

Determinantes y resultados del valor percibido del programa de certificación profesional



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los atributos del programa de certificación, la credibilidad del programa de certificación, el reconocimiento por parte de los empleadores y de los profesionales del sector y la utilidad como instrumento para mejorar la empleabilidad y la promoción profesional, han sido señalados como beneficios percibidos por los profesionales acreditados o los posibles candidatos, como generadores del valor percibido del certificado profesional (e.g. Gaberson et al., 2003; Haskins et al., 2011). Contemplando el valor percibido de programa de certificación profesional como trade-off entre beneficios y costes, se considera el coste económico, en forma de tasas de inscripción o derechos de examen en la determinación de dicho valor, siguiendo la evidencia existente (Haskins et al., 2011). Adicionalmente, entendemos que otros factores como la dificultad y la transparencia del proceso de certificación, el grado de innovación y el reconocimiento internacional, vinculado este último a las posibilidades de mejora de la empleabilidad, pueden incidir asimismo en el valor percibido por el candidato en el proceso de certificación.

Por otra parte, las características sociodemográficas y la formación y situación profesional actual del candidato podrían influir en el hecho de que dicho profesional perciba el certificado como más o menos valioso. En concreto, la dificultad observada aún en muchos países para acceder a ciertos puestos de trabajo por parte de las mujeres (Jyrkinen, 2014), puede implicar que éstas valoren en mayor medida la posesión de un certificado que les permita acreditar la adquisición de ciertas competencias profesionales. La edad, la antigüedad en el puesto de trabajo actual, el hecho de contar o no con una titulación universitaria, el nivel de ingresos o el país de residencia, se han considerado asimismo como factores que pueden influir en la

valoración del certificado profesional por parte del candidato. Estas características sociodemográficas se han visto en numerosas ocasiones como factores que afectan en la elección de opciones formativas que mejoren las habilidades y competencias de diferentes grupos sociales, mostrándose diferencias en función de entornos geográficos diversos (Warhurst, Mayhew, Finegold y Buchanan, 2017).

3. CUESTIONES A INVESTIGAR

Desde la literatura se ha puesto de manifiesto la importancia que los factores perceptivos tienen sobre las intenciones conductuales. Mucha de la literatura en marketing de servicios ha enfatizado el papel de variables como la calidad de servicio, el valor percibido o los beneficios percibidos sobre la intención de vincularse con un determinado servicio. Así la percepción de la *performance* genera en los potenciales clientes un conjunto de asociaciones que pueden afectar tanto al deseo de compra del servicio como a la intención de pagar por él.

El papel de la *performance* ha sido enfatizado en numerosas investigaciones (p.e Swan y Trawick, 1979, Trawick y Swan, 1981; Herr, Sherman y Fazio, 1982; Hoch y Deighton, 1989; Yi, 1993; Anderson y Sullivan, 1993; Olshavsky y Kumar, 2001; Moliner, Berenguer y Gil, 2001) y su importancia sobre la evaluación de productos y servicios depende en buena medida de las características de la oferta que evalúa el consumidor y su ambigüedad. En nuestra investigación, la falta de información del cliente respecto del producto evaluado hace recaer la importancia de su percepción global sobre la información proporcionada antes del uso y contratación del servicio, por lo que determinados elementos propios del servicio como su carácter innovador, el reconocimiento internacional o el precio se convierten en señales que conforman la imagen global a partir de la cual el potencial consumidor desarrolla sus intenciones conductuales en términos de intención de compra y de contratación (pago por el servicio). Como ya hemos indicado, la influencia de la *performance* sobre la intención de compra ha sido analizada en numerosas ocasiones, sin embargo, el papel de la percepción del precio sobre las intenciones conductuales ha recibido relativamente poca atención, encontrando escasez de literatura sobre esta variable (p.e Keaveney, 1995; Mittal, Ross, Baldasare, 1998; Grewal, Monroe, Krishnan, 1998; Bolton y Lemon 1999; Varki y Colgate, 2001). Así, Varki y Colgate (2001) indican que las percepciones sobre el precio tienen efectos significativos tanto sobre la satisfacción como sobre las intenciones conductuales, y Grewal, Monroe y Krishnan, (1998) proponen un modelo en donde se pone de manifiesto cómo las percepciones sobre el precio publicitado van a tener una importancia fundamental en el valor percibido de la transacción que a su vez afectará a las intenciones de búsqueda y al deseo de pagar, siendo este último aspecto también determinado por la calidad percibida a través del valor percibido de adquisición.

Por otro lado, la motivación del potencial consumidor para tomar la decisión de compra dependerá de la utilidad percibida, es decir la capacidad en este caso del servicio educativo de conseguir alcanzar la metas del usuario en términos de su reconocimiento y mejora en las competencias profesionales (Lengnick-Hall y Aguinis, 2012). Según un estudio de Gaberson et al. (2003), el 95,2% de los profesionales encuestados consideraban que una certificación profesional permite validar el conocimiento especializado, mientras que el 92.8% consideraba que la obtención del certificado profesional indica haber alcanzado un determinado nivel de competencias. De ello puede inferirse la importancia para el candidato o profesional acreditado de que el programa de certificación sea creíble, pues se puede entender que dicha credibilidad se transfiere al propio candidato. Por otro lado, Hunsinger et al. (2011) señalan que los directivos, a la hora de reclutar personal, pueden considerar en muchas ocasiones los certificados profesionales como sustitutos de méritos de formación o experiencia laboral lo que favorecería la utilidad percibida del certificado profesional.

A la vista de estas reflexiones, planteamos la primera de las proposiciones a investigar

PROPOSICION 1: La percepción de la performance del certificado profesional (medida a través de los atributos de dificultad percibida, nivel de innovación de la

oferta, reconocimiento internacional, utilidad percibida y coste) genera una percepción global del servicio que influye sobre la intención comportamental de los potenciales usuarios (en términos de intención de compra y de pagar un precio por el servicio)

Por otro lado, en un contexto de decisión caracterizado por la incertidumbre, la percepción sobre el gestor del servicio puede disminuir sustancialmente el riesgo percibido asociado con la contratación del certificado profesional. Aspectos como la transparencia en la gestión del proceso y la credibilidad percibida resultan fundamentales (Ingvarson, 2015) y complementan la percepción global del potencial cliente, pues en estas circunstancias se producirá una transferencia de imagen del gestor al servicio.

A la luz de estas reflexiones formulamos nuestra segunda proposición:

PROPOSICIÓN 2: La credibilidad del gestor de servicio y la transparencia en la gestión del proceso complementan la percepción del potencial usuario para generar una imagen global del servicio afectando sus intenciones comportamentales (en términos de intención de compra y de pagar un precio por el servicio).

Por último, las características del usuario son factores que pueden determinar respuestas diferenciales por parte de distintos colectivos. Así, a partir de la evidencia existente acerca de las tasas académicas en estudios universitarios (Coelli, 2009), se puede inferir que un mayor nivel de ingresos permite contar con una mayor capacidad de compra que puede traducirse en que las tasas de inscripción en el proceso de certificación impliquen un coste percibido relativamente inferior. Al mismo tiempo, la discriminación por el género y la edad (Jyrkinen, 2014) pueden requerir de refuerzos competenciales que mejoren la competitividad de un potencial candidato a un puesto de trabajo o a su promoción dentro de su organización. Por último, dadas las diferencias existentes en cuanto a la disponibilidad de sistemas de validación y reconocimiento de competencias entre distintos países europeos, así como en la estructura económica y situación del mercado de trabajo, cabe esperar que la intención de los profesionales de participar y pagar por la obtención de un certificado profesional difiera en gran medida. Así, por una parte, los países europeos han alcanzado dispares niveles de desarrollo en cuanto a sus sistemas de validación y reconocimiento de competencias profesionales. Siguiendo los resultados de un estudio de CEDEFOP (2015), se pueden distinguir tres grupos de países en cuanto a dicho grado de desarrollo:

- alto (Bélgica, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Irlanda, Países Bajos, Noruega, Portugal, Eslovenia, España y el Reino Unido), países en los que se puede determinar y validar los resultados del aprendizaje de los individuos sistemáticamente; se ha implementado una estrategia general para la validación.
- medio (Alemania, Islandia, Italia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Austria, Polonia, Suecia, República Checa y Hungría), países en los que se están empezando a implementar procesos de validación a través de proyectos piloto. La aceptación de la validación puede diferir de un sector a sector y aún no existe una estructura legal completa para la validación.
- bajo (Bulgaria, Grecia, Croacia, Letonia, Liechtenstein, Eslovaquia, Turquía y Chipre), países en los que la validación prácticamente no ejerce ningún papel en la formación o el empleo.

Adicionalmente, Hunsinger et al. (2011) señalan que la existencia de una fuerte competencia entre candidatos a un puesto de trabajo, influye positivamente en la probabilidad de que un directivo considere el uso de los certificados como forma de diferenciar entre candidatos. De esta forma, dadas las elevadas cifras de desempleo en los países del sur de Europa, la certificación profesional puede tener un papel relevante para mejorar la empleabilidad (Gaberson et al. 2003).

A la vista de estas reflexiones proponemos la tercera de nuestras proposiciones

PROPOSICIÓN 3: El interés de distintos individuos diferenciados a partir de características sociodemográficas como el género, la edad, el nivel de ingresos, el nivel de formación y la antigüedad en un puesto de trabajo, generan intenciones conductuales diferentes (en términos de intención de compra y de pagar un precio por el servicio).

4. MÉTODO

Como se ha comentado anteriormente, el objetivo del presente trabajo es evaluar el impacto de las percepciones del programa de certificación profesional por parte de los profesionales en activo y de diversos factores de índole personal sobre su intención de participar en el proceso de certificación y de pagar por acreditarse. Para ello, se considera un nuevo programa de certificación profesional en competencias a nivel europeo, “Certified Professional”. Se trata de un programa de certificación profesional en competencias transversales (i.e. transición hacia una economía de bajo carbono, innovación y emprendedurismo) enfocado hacia la adaptación y mitigación de los impactos del cambio climático financiado por el European Institute of Innovation & Technology (EIT) y desarrollado desde el pilar de Educación de la Comunidad de Innovación y Conocimiento (Knowledge and Innovation Community) especializada en aspectos climáticos, Climate KIC (Certified Professional, 2017). La Tabla 1 resume las principales características de la investigación.

TABLA 1
Ficha técnica de la investigación

Ámbito geográfico	<ul style="list-style-type: none"> - Francia - Alemania - Italia - España - Reino Unido - Dinamarca - Polonia - Finlandia
Universo	Profesionales con habilidades comunicativas en inglés avanzadas y: - al menos 7 años de experiencia como mando intermedio en una organización , o - al menos 3 años de experiencia laboral a tiempo completo, siempre que cuenten al menos con un título universitario.
Metodología	Cuestionario estructurado administrado online
Tamaño muestral	2630 cuestionarios válidos
Variables	<ul style="list-style-type: none"> - Probabilidad de solicitar certificación (ad hoc) - Intención de pagar por la certificación (ad hoc) - Percepción global de dificultad del proceso de certificación (ad hoc) - Percepción global de transparencia del proceso de certificación (ad hoc) - Percepción global de credibilidad (ad hoc) - Percepción global del grado de innovación (ad hoc) - Percepción global del reconocimiento internacional (ad hoc) - Percepción global de la utilidad futura (adaptado a partir de Gaberson et al. 2003) - Coste percibido (adaptado a partir de Haskins et al. 2011)
Técnicas estadísticas	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis descriptivo - Análisis de regresión lineal múltiple

Por lo que respecta a la elección de los países en los que se desarrolla la investigación cuantitativa, se ha considerado Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y España al representar las cinco principales economías de la Unión Europea, que sumaban el 67.6% del PIB de la UE-28 en 2015 (Eurostat Statistics, 2016). Por otra parte, se consideran dos países nórdicos (Dinamarca y Finlandia) y una economía emergente de Europa del Este (Polonia) por el potencial que este certificado profesional basado en competencias podría tener en dichas áreas geográficas.

El público objetivo de este programa de certificación se ha definido como profesionales que busquen consolidar o desarrollar su carrera profesional, en su lugar de origen o en otros países, en “empleos verdes” o en puestos de trabajo no directamente relacionados con el medio

ambiente pero en los que se desarrollen funciones que tengan en consideración aspectos relacionados con la sostenibilidad medioambiental. Por ello, se ha decidido encuestar a profesionales con habilidades comunicativas en inglés avanzadas y que cuentan con amplia experiencia como mandos intermedios en una organización, en muchos casos sin disponer de titulación superior, o titulados universitarios con experiencia laboral limitada.

Para la recogida de datos se elabora un cuestionario que muestra una descripción de “Certified Professional” y sus certificados, y recoge ítems para medir las percepciones de los potenciales candidatos acerca del programa de certificación y el proceso a seguir para la obtención del certificado (i.e. elaboración de un dossier aportando evidencia de méritos académicos y profesionales, y entrevista personal por videoconferencia), así como la intención de participar en el mismo y de pagar por acreditarse. Los ítems utilizados para medir los atributos percibidos del certificado por parte del posible candidato, así como sus intenciones conductuales en algunos casos se han adaptado de la literatura, mientras que en otros han sido propuestos por los propios autores previa consulta con los participantes en el proyecto de desarrollo del programa “Certified Professional” y con un panel de expertos. Todos los ítems fueron medidos en una escala Likert de 7 puntos (1 = nada importante; 7 = totalmente importante), a excepción de la intención de pagar por el certificado, que se mide como 0 = “no estoy dispuesto a pagar”, 1 = “estoy dispuesto a pagar menos que por otro 2 = lo mismo, 3 = más que por cursos de formación reglada u otras acreditaciones. El cuestionario se redactó en inglés y se administró en este idioma en los ocho países objeto de estudio, puesto que se espera que los potenciales candidatos cuenten con dominio del inglés.

Para la recogida de datos se contó con la colaboración de una empresa de estudios de mercado que dispone de paneles de consumidores en los cinco países seleccionados. Se invitó simultáneamente en las dos primeras semanas del mes de diciembre de 2016 y las dos últimas semanas de enero de 2017 a miembros del panel online en los ocho países seleccionados, obteniéndose finalmente 2630 cuestionarios válidos en total. La Tabla 2 resume las principales características de la muestra.

TABLA 2
Estadísticos descriptivos de la muestra

	D	F	I	E	GB	DK	FIN	PL
Género								
Hombre	228	211	216	192	190	157	58	122
Mujer	172	189	184	208	210	102	55	136
Edad								
26-35	105	122	106	125	81	60	28	120
36-45	96	128	123	169	94	71	23	87
46-55	128	92	129	83	92	64	42	42
> 55	71	58	42	23	133	64	20	9
Más de 7 años de experiencia en posición directiva	175	222	233	237	206	110	44	141
%	43.8	55.5	58.3	59.3	51.5	42.5	38.9	54.7
Titulación universitaria y más de 3 años de experiencia laboral	306	230	243	226	301	174	84	151
%	76.5	57.5	60.8	56.5	75.3	67.2	74.3	58.5
Máximo nivel de estudios finalizados								
Estudios primarios	2	1	0	0	0	3	0	3
ESO/Bachillerato	7	31	23	9	25	18	3	31
Formación profesional	14	24	16	25	31	44	14	19
Grado/Licenciatura/Diplomatura	143	130	182	207	231	137	61	79
Master/Doctorado	234	214	179	159	113	57	35	126
Número total de años de experiencia profesional								
3-7 años	74	63	57	56	33	38	18	50
> 7 años	326	337	343	344	367	221	95	208
Sector de actividad de la organización en la que trabaja								
Agricultura, silvicultura y pesca	5	7	9	10	1	3	2	4
Minería e industrias extractivas	3	3	4	3	0	0	0	3
Industria manufacturera	48	26	46	20	26	16	7	25
Suministro de electricidad, gas y agua	9	4	9	5	5	11	2	16
Construcción	14	21	18	25	9	13	5	22
Comercio al por mayor	7	8	8	10	3	10	2	14
Comercio minorista	6	23	11	12	16	15	4	17
Transporte y almacenamiento	12	14	8	18	7	8	4	17
Hostelería (alojamiento y restauración)	6	7	4	7	8	4	0	2
Información y comunicación	37	16	36	20	31	15	14	14
Finanzas y seguros	28	27	20	16	27	7	5	9

Actividades inmobiliarias	6	5	5	6	7	4	0	1
Actividades científicas, técnicas y profesionales especializados	45	50	47	53	31	20	11	9
Servicios administrativos y de apoyo	17	31	15	53	13	13	4	8
Administración pública	14	18	20	16	17	10	5	19
Educación	58	44	44	47	73	29	8	25
Asistencia sanitaria y trabajo social	24	30	34	22	39	38	17	15
Artes, entretenimiento y servicios recreativos	9	7	13	5	13	8	8	4
Otros servicios	52	59	49	52	74	35	15	34

D=Alemania; F=Francia; I=Italia; E=España; GB=Reino Unido; DK=Dinamarca; FIN= Finlandia; PL=Polonia

De acuerdo con los objetivos del estudio, se utiliza la técnica de la regresión lineal múltiple por mínimos cuadrados ordinarios para medir la influencia de los principales atributos del programa de acreditación y de los factores personales del profesional, potencial candidato al proceso de certificación, que permiten explicar sus intenciones conductuales, medidas como la intención de participar en el proceso de acreditación y la intención de pagar por obtener el certificado profesional.

5. RESULTADOS

Con el fin de contrastar las hipótesis anteriormente planteadas, utilizamos la técnica de la regresión lineal múltiple mediante mínimos cuadrados ordinarios. Al estimar los modelos de regresión se han considerado como variables dependientes, por una parte, la intención de participar en el proceso de certificación profesional, y por otra, la intención de pagar por participar en el proceso de certificación, en comparación con el coste de programas de formación reglada o de otros certificados profesionales. Como regresores o variables independientes, se han contemplado diversos atributos del certificado profesional (i.e. percepción global de la dificultad y transparencia del proceso de certificación, credibilidad, grado de innovación, reconocimiento internacional, utilidad futura y coste percibido del certificado) así como diversas características personales del potencial candidato a certificarse (i.e. género, edad, titulación universitaria – licenciatura/diplomatura/grado/postgrado-, antigüedad en el puesto actual, ingreso mensual y país de residencia).

Antes de proceder a la estimación del modelo de regresión, se debe verificar la normalidad de la distribución de las variables numéricas incluidas en el análisis. En este caso, los valores de los coeficientes de asimetría y curtosis permiten aceptar la hipótesis de normalidad de la distribución de las variables que miden la percepción de los posibles candidatos acerca de los atributos del programa de certificación profesional.

A continuación, se procede a comprobar la existencia de relaciones fuertes entre las variables explicativas del modelo, ya que ello podría implicar problemas de multicolinealidad. Para comprobar este extremo, se calculan los coeficientes de correlación lineal entre las variables independientes, valorándose que los valores de las correlaciones obtenidas no permiten inferir posibles problemas en este sentido.

Una vez realizados estos análisis previos, se procede a estimar, en primer lugar, una regresión considerando como variable dependiente la probabilidad de participar en el proceso de certificación profesional, y como variables independientes, las percepciones del candidato acerca de los atributos del certificado profesional y las características sociodemográficas y de status profesional del potencial candidato a certificarse (Tabla 3).

TABLA 3
Regresión lineal múltiple para intención de participar en el proceso de certificación

Variáveis independientes	Coef. no estand.	Coef. estand.	t
<i>Constante</i>	-0.182	-	-0.84
<i>Atributos del programa de certificación</i>			

Dificultad	0.112	0.087	5.76 ^a
Transparencia	0.080	0.058	3.08 ^a
Credibilidad	0.159	0.133	5.64 ^a
Innovación	0.091	0.076	3.57 ^a
Reconocimiento internacional	0.153	0.134	5.79 ^a
Utilidad futura	0.228	0.189	8.52 ^a
Coste	0.022	0.019	1.27
<i>Características personales del candidato</i>			
Género (Referencia: mujer)	-0.049	-0.014	-0.98
Edad	-0.188	-0.117	-7.43 ^a
Titulado universitario y experiencia profesional > 3 años	-0.177	-0.050	-3.45 ^a
Experiencia en puesto actual	-0.057	-0.027	-1.75 ^c
Ingreso mensual	0.103	0.076	4.75 ^a
País (Referencia: Reino Unido)			
- Dinamarca	0.535	0.095	5.41 ^a
- Alemania	0.986	0.211	11.36 ^a
- Finlandia	0.344	0.042	2.64 ^a
- Francia	1.176	0.252	13.40 ^a
- Italia	1.498	0.321	16.89 ^a
- Polonia	1.285	0.228	12.66 ^a
- España	1.410	0.302	15.84 ^a
R² corregida	0.487^a		

^{a, b, c} Estadísticamente significativo al $p < 0.01$, $p < 0.05$ y $p < 0.10$, respectivamente.

Los resultados de la regresión estimada muestran que todos los atributos del programa de certificación profesional, a excepción del coste, resultan ser estadísticamente significativos para explicar la probabilidad del potencial candidato a participar en el proceso de certificación profesional. En concreto, se observan coeficientes positivos y significativos, que indican que cuanto mayores son la dificultad y transparencia del proceso de certificación, la credibilidad, el grado de innovación, el reconocimiento internacional y la utilidad futura del certificado, mayor es la probabilidad de que el potencial candidato solicite ser evaluado para optar a obtener el certificado profesional. El hecho de que exista una relación positiva entre la dificultad y la probabilidad de presentar una candidatura a obtener el certificado profesional, puede interpretarse en el sentido de que se valora positivamente que exista un grado de exigencia elevado para poder certificarse, garantizando así el prestigio de resultar certificado con dicha acreditación profesional. Entre los atributos del programa de certificación, el que ejerce un mayor impacto sobre la probabilidad de certificarse es la utilidad futura del título (beta estandarizada: 0.189), seguida del reconocimiento internacional (0.134) y la credibilidad (0.133).

Por lo que respecta a las características personales del candidato, la edad influye negativamente en la probabilidad de presentarse al proceso de certificación, en el sentido de que son los candidatos más jóvenes los que muestran una mayor probabilidad de certificarse. En menor medida, el nivel de ingresos ejerce una influencia significativa positiva sobre la probabilidad de presentarse a la certificación, entendiéndose que son los candidatos que ocupan posiciones de mayor responsabilidad, quienes se interesan en mayor medida por el programa de certificación, ya sea porque se ven con mayores opciones de éxito en dicho proceso, o porque consideran el certificado como un instrumento para poder seguir desarrollando su carrera profesional con una mayor proyección, contemplando quizá la posibilidad de optar a puestos de mayor nivel en otros países. Por otra parte, aquellos que no cuentan con un título universitario muestran mayor probabilidad de participar en el proceso de certificación que aquellos que disponen del mismo, entendiéndose que el certificado se puede contemplar como un sustituto de la formación reglada, al acreditar documentalmente las competencias adquiridas a lo largo del desarrollo de la vida laboral del candidato. Adicionalmente, si bien sólo significativo al $p < 0.10$, se observa que los años de antigüedad en el puesto actual se relacionan negativamente con la probabilidad de participar en el proceso de certificación, por lo que aquellos candidatos que ocupan su actual puesto durante más tiempo pueden considerar menos atractivo el certificado, al entender que ya

gozan con mayor estabilidad en el empleo, o bien se trata de un perfil de profesionales “conformistas” o poco ambiciosos a los que no motiva especialmente la posibilidad de promocionar profesionalmente o la proyección internacional que confiere contar con este certificado profesional. Por lo que respecta al país de residencia, todos los candidatos muestran mayor probabilidad de presentarse a la certificación profesional que los residentes en el Reino Unido, si bien esta mayor intención de participar es especialmente acusada para los residentes de Italia, seguidos de España y Francia. Por último, el género no influye significativamente en la probabilidad del candidato de solicitar tomar parte en el proceso de certificación profesional.

De forma análoga, se estima una regresión considerando como variable dependiente la intención de pagar por participar en el proceso de certificación profesional, y como variables independientes, las percepciones del candidato acerca de los atributos del certificado profesional y las características sociodemográficas y de status profesional del potencial candidato a certificarse. Los resultados obtenidos se muestran en la Tabla 4.

TABLA 4
Regresión lineal múltiple para intención de pagar por participar en el proceso de certificación

Variab les independientes	Coef. no estand.	Coef. estand.	t
<i>Constante</i>	0.699	-	4.65
<i>Atributos del programa de certificación</i>			
Dificultad	0.031	0.041	2.28 ^b
Transparencia	0.100	0.124	5.51 ^a
Credibilidad	0.065	0.094	3.33 ^a
Innovación	0.039	0.056	2.18 ^b
Reconocimiento internacional	0.090	0.136	4.89 ^a
Utilidad futura	0.079	0.113	4.25 ^a
Coste	-0.110	-0.161	-9.00 ^a
<i>Características personales del candidato</i>			
Género (Referencia: mujer)	0.004	0.002	0.11
Edad	-0.111	-0.120	-6.31 ^a
Titulado universitario y experiencia profesional > 3 años	-0.214	-0.105	-5.99 ^a
Antigüedad en puesto actual	-0.052	-0.043	-2.31 ^b
Ingreso mensual	0.021	0.027	1.39
País (Referencia: Reino Unido)			
- Dinamarca	-0.326	-0.100	-4.74 ^a
- Alemania	-0.079	-0.029	-1.31
- Finlandia	-0.344	-0.072	-3.81 ^a
- Francia	-0.035	-0.013	-0.58
- Italia	0.029	0.011	0.48
- Polonia	-0.040	-0.012	-0.56
- España	-0.078	-0.029	-1.27
R² corregida	0.261 ^a		

^{a, b, c} Estadísticamente significativo al $p < 0.01$, $p < 0.05$ y $p < 0.10$, respectivamente.

De forma similar a los resultados obtenidos en la regresión sobre la probabilidad de participar en el proceso de certificación, en la regresión que trata de explicar la intención de pagar por el certificado (Tabla 4), todos los atributos del programa de certificación profesional, a excepción del coste, muestran coeficientes positivos y estadísticamente significativos, si bien en el caso de la intención de pagar, el atributo más importante es el reconocimiento internacional, seguido (por este orden) de la transparencia, la utilidad futura del certificado, la credibilidad, el grado de innovación y la dificultad del proceso de certificación. Por otra parte, el coste que implica participar en el proceso de certificación influye negativa y significativamente en la intención de pagar.

Por lo que se refiere a las características personales del candidato, al igual que en la regresión sobre probabilidad de participar en el proceso de certificación, al tratar de explicar la intención

de pagar por el certificado, la edad y la antigüedad en el puesto actual influyen negativamente sobre la variable dependiente, en el sentido de que son los candidatos más jóvenes y aquellos que ocupan durante menos tiempo su puesto actual, los que muestran una mayor intención de pagar por participar en el proceso de certificación. Por otra parte, aquellos que no cuentan con un título universitario, muestran mayor intención de pagar por participar en el proceso de certificación que aquellos que disponen del mismo, de forma consistente con los resultados obtenidos para la probabilidad de participar en el proceso.

En cuanto al país de residencia, los profesionales daneses y fineses muestran menor intención de pagar para presentarse a la certificación profesional que los residentes en el Reino Unido, mientras que alemanes, franceses, españoles, italianos y polacos no presentan diferencias significativas con respecto a los británicos en sus intenciones de pagar por el certificado. Por último, el nivel de ingresos y el género no influyen significativamente en la intención del candidato de pagar por tomar parte en el proceso de certificación profesional.

Con todo, la capacidad explicativa del modelo que considera la intención de pagar por participar en el proceso de certificación es considerablemente inferior a la del modelo que trata de explicar la probabilidad de participar en el programa de certificación profesional. Esto permite inferir que la intención de pagar por acreditarse responde principalmente a factores adicionales no contemplados en el modelo, como pueden ser el área de conocimiento del candidato, el sector en el que desarrolla su actividad profesional, el perfil de la empresa para la que trabaja y su posición en la misma, o beneficios y barreras percibidas por el candidato en el proceso de acreditación. Entre estas últimas, podría encontrarse el hecho de que el programa de certificación profesional “Certified Professional”, en el momento de realizar el estudio, estuviese aún en fase de pruebas, no estando aún consolidado, por lo que no cuenta con notoriedad entre los potenciales candidatos.

6. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES PARA LA GESTIÓN

Los resultados obtenidos en la presente investigación permiten inferir que tanto los atributos del programa de certificación como las características personales y la situación profesional del posible candidato influyen significativamente tanto en la probabilidad de participar en el proceso para obtener la certificación como en la intención de pagar optar a dicho certificado. De la evidencia obtenida parece deducirse que los potenciales candidatos perciben que estar acreditado por este programa de certificación profesional les permitiría mejorar su credibilidad profesional, mejorar su empleabilidad y crecer profesionalmente, sobre todo cuanto más jóvenes son los candidatos y, por tanto, más larga es la vida laboral que tienen por delante.

Sin embargo, el coste económico de los derechos de examen se presenta como un freno a la obtención del certificado. A la vista de la limitada capacidad explicativa del modelo que considera la intención de pagar por certificarse como variable dependiente, entendemos que otros potenciales factores inhibidores no incluidos en el modelo, como la baja notoriedad o reconocimiento del programa de certificación “Certified Professional” y la falta de acceso a la información sobre cómo preparar el proceso de certificación, podrían influir en la decisión del candidato acerca de la posibilidad de certificarse, siguiendo la evidencia reportada por Haskins et al. (2011).

Con todo, los resultados de este estudio permiten dar respuesta a las tres cuestiones a investigar planteadas, a saber: (1) la percepción de la performance del certificado profesional (medida a través de los atributos de dificultad percibida, nivel de innovación de la oferta, reconocimiento internacional, utilidad percibida y coste) genera una percepción global del servicio que influye sobre la intención comportamental de los potenciales usuarios (en términos de intención de compra y de pagar un precio por el servicio); (2) la credibilidad del gestor de servicio y la transparencia en la gestión del proceso complementan la percepción del potencial usuario para generar una imagen global del servicio afectando sus intenciones comportamentales (en términos de intención de compra y de pagar un precio por el servicio); y (3) el interés de

distintos individuos diferenciados a partir de características sociodemográficas como el género, la edad, el nivel de ingresos, el nivel de formación y la antigüedad en un puesto de trabajo, generan intenciones conductuales diferentes (en términos de intención de compra y de pagar un precio por el servicio).

De estos hallazgos se infieren importantes implicaciones para la gestión con el fin de que la positiva valoración de este programa de certificación profesional se traduzca en un importante número de candidaturas y de profesionales certificados que permitan que el programa alcance en un breve plazo una masa crítica con amplia visibilidad a nivel internacional. Así, cabe esperar que aumente el atractivo de este programa de certificación profesional si se llevan a cabo comunicaciones integradas de marketing que mejoren la notoriedad de la marca “Certified Professional” entre potenciales candidatos, empresas y otras instituciones, y creando fuertes asociaciones del certificado con las nociones de prestigio internacional, credibilidad y utilidad para mejorar la empleabilidad y potenciar el crecimiento profesional.

Por otra parte, dado que el coste resulta ser la variable con mayor influencia en la intención de pagar por certificarse, siendo dicho impacto negativo, los gestores de este programa de certificación deberían analizar, en primer lugar, el coste de programas formativos alternativos o certificados profesionales similares y, en segundo lugar, valorar la posibilidad de diseñar una política de promociones que incentive las solicitudes de los potenciales candidatos a participar en el programa de certificación. Precios reducidos para los registros efectuados antes de determinada fecha (“early-bird” registration fee), descuentos por solicitar la participación en el proceso de certificación para diversos certificados de los tres ofrecidos por Certified Professional (i.e. transición hacia una economía de bajo carbono, innovación y emprendedurismo) o precios conjuntos o “por paquetes” al combinar esta inscripción al proceso de certificación con otras acciones formativas del pilar de Educación de Climate KIC, o bien descuentos o incentivos económicos por recomendar el certificado a otros colegas... podrían ser acciones útiles para mitigar el impacto negativo del coste del proceso de certificación sobre la intención de participar en dicho proceso.

Con todo, el presente trabajo no está exento de limitaciones. En primer lugar, cabría refinar los resultados obtenidos, comparando, por ejemplo, las valoraciones de los profesionales en función de su área de especialización profesional, sector de actividad o perfil de la organización en la que desarrollan su actividad.

Por otra parte, la elegibilidad de los elementos muestrales estaba supeditada a la pertenencia al panel de consumidores que gestiona la empresa de estudios de mercado encargada de desarrollar el trabajo de campo, y a la disponibilidad del sujeto para dar respuesta a la encuesta online en un breve plazo de apenas unos días tras recibir la invitación por medio del correo electrónico.

Por último, los resultados se basan en las respuestas informadas por el candidato, por lo que pueden ser cuestionables en base a problemas como el motivo de consistencia, o la deseabilidad social (Podsakoff et al., 2003).

Con todo, entendemos que el presente trabajo permite ofrecer una visión de los factores que pueden determinar la decisión de un profesional de acreditarse y de pagar por participar en un programa de certificación profesional, tópico hasta la fecha abordado escasamente y limitado a ciertas áreas de especialización profesional.

REFERENCIAS

Anderson, E.W. & Sullivan, M.W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for forms. *Marketing Science*, 12(2): 125-143.

Bolton, R.N.; & Lemon, K.N. (1999). A Dynamic Model of Customer's Usage of Services: Usage as an Antecedent and Consequence of Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 36 (May), 171-86

- Cebrián, G., & Junyent, M. (2015). Competencies in education for sustainable development: Exploring the student teachers' views. *Sustainability*, 7(3): 2768-2786.
- CEDEFOP (2015). Briefing note: The validation challenge: how close is Europe to recognizing all learning? <http://www.cedefop.europa.eu/de/publications-and-resources/publications/9092>
- Certified Professional (2017). Home site. Available at <http://www.CertifiedProfessional.eu> [Accessed 19.5.2017]
- Coelli, M.B. (2009). Tuition fees and equality of university enrolment. *Canadian Journal of Economics*, 42(3): 1072–1099.
- Damitio, J.W. & Schmidgall, R.S. (2001). The value of professional certifications for hospitality financial experts. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42: 66-70.
- Eurostat Statistics (2016). National accounts and GDP". Available a http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/National_accounts_and_GDP [Accessed 19.5.2017]
- Gaberson, K.B., Schroeter, K., Killen, A.R., & Valentine, W.A. (2003). The perceived value of certification by certified perioperative nurses. *Nursing Outlook*, 51(6): 272-276.
- Grewal, D., Monroe, K. B., & Krishnan, R. (1998). The effects of price-comparison advertising on buyers' perceptions of acquisition value, transaction value, and behavioral intentions. *Journal of Marketing*, 46-59.
- Haskins, M., Hnatiuk, C. N., & Yoder, L. H. (2011). Medical-surgical nurses' perceived value of certification study. *Medsurg Nursing*, 20(2): 71-77.
- Herr, P.; Sherman, S.J., & Fzio, R.H. (1982). On the consequences of priming: assimilation and contrast effects. *Journal of Experimental Social Psychology*, 19: 323-240.
- Hoch, S.J., & Deighton, J. (1989). Managing what consumers learn from experience. *Journal of Marketing*, 53 (Abril): 1-20
- Hunsinger, D. S., Smith, M. A., & Winter, S.J. (2011). A framework of the use of certifications by hiring personnel in IT hiring decisions. *ACM SIGMIS Database*, 42(1): 9-28.
- Ingvarson, L.C. (2015). Time for teaching to establish its own professional certification authority. *Professional Educator*, 14(3): 4-9.
- Jyrkinen, M. (2014). Women managers, careers and gendered ageism. *Scandinavian Journal of Management*, 30(2): 175-185.
- Keaveney, S.M. (1995). Customer Behavior in Services Industries: An Exploratory Study. *Journal of Marketing*, 59(2): 71-82
- Moliner, B.; Berenguer, G. & Gil, I. (2001). La importancia de la performance y las expectativas en la formación de la satisfacción del consumidor. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 7(3): 155-172.
- Olshavsky, R.W. & Kumar, A. (2001). Revealing the actual roles of expectations in consumer satisfaction with experience and credence goods. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 14: 60-73.
- Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., Lee, J.Y. & Podsakoff, N.P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5): 879-903.
- Sechrist, K. R., Valentine, W., & Berlin, L. E. (2006). Perceived value of certification among certified, noncertified, and administrative perioperative nurses. *Journal of Professional Nursing*, 22(4), 242-247.
- Swan, J.E. & Trawick, I.F. (1981). Disconfirmation of expectations and satisfaction with a retail service. *Journal of Retailing*, 57(3) (Otoño): 49-67.

Trawick, F. & Swan, J.E. (1981). Satisfaction related to predictive vs desired expectation. En Day, R.L. y Hunt, H.K. (eds.), *New Findings on Consumer Satisfaction and Complaining Behavior*. Bloomington, IN: Indiana University School of Business: 7-22.

Varki, S., & Colgate, M. (2001). The role of price perceptions in an integrated model of behavioral intentions. *Journal of Service Research*, 3(3): 232-240.

Wade, C. H. (2009). Perceived effects of specialty nurse certification: a review of the literature. *AORN Journal*, 89(1): 183-192.

Warshirst, C.; Mayhew, K., Fineglod, D.; Buchanan, J. (eds) . (2017). *The Oxford Handbook of Skills and Training*. Oxford University Press. New York, USA.