



# Investigación de Talento Universum 2023

Reporte de la Universidad | Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)

Investigación de Talento 2023 | México | Estudiantes | Ciencias Naturales



# Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEL TALENTO
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
4. SERVICIOS DE CARRERA
5. COMUNICACIÓN
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DEL EMPLEADOR
7. RESUMEN
8. APÉNDICE

# Índice de contenidos

1. **INTRODUCCIÓN**
2. PERFIL DEL TALENTO
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
4. SERVICIOS DE CARRERA
5. COMUNICACIÓN
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DEL EMPLEADOR
7. RESUMEN
8. APÉNDICE

En esta sección aprenderás:

- Cómo funciona Universum
- Cómo puedes usar este informe

# Presentación de Universum

Somos una agencia experta en **Marca de Empleador** que trabaja basándose en los datos y la información



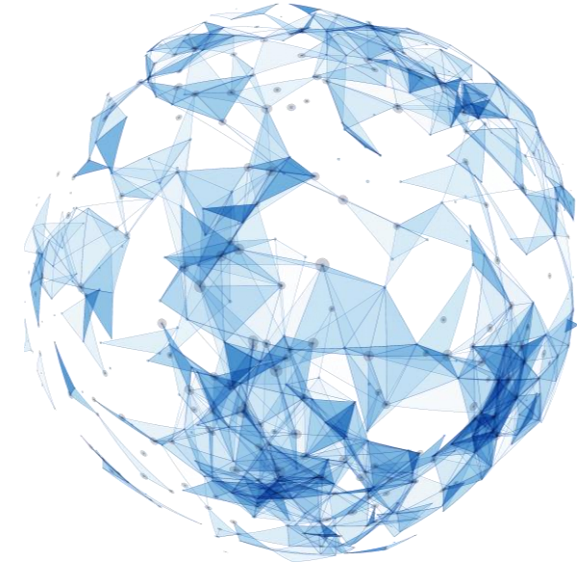
**Fundada en Suecia en 1988**

*Tiene su sede en Estocolmo*



**Ahora está presente en más de 60 mercados**

*Centros clave en Londres, París, Berlín, Nueva York, Singapur y Shanghái*



**Investigación, estrategia y activación**

*Para muchas de las empresas líderes mundiales*

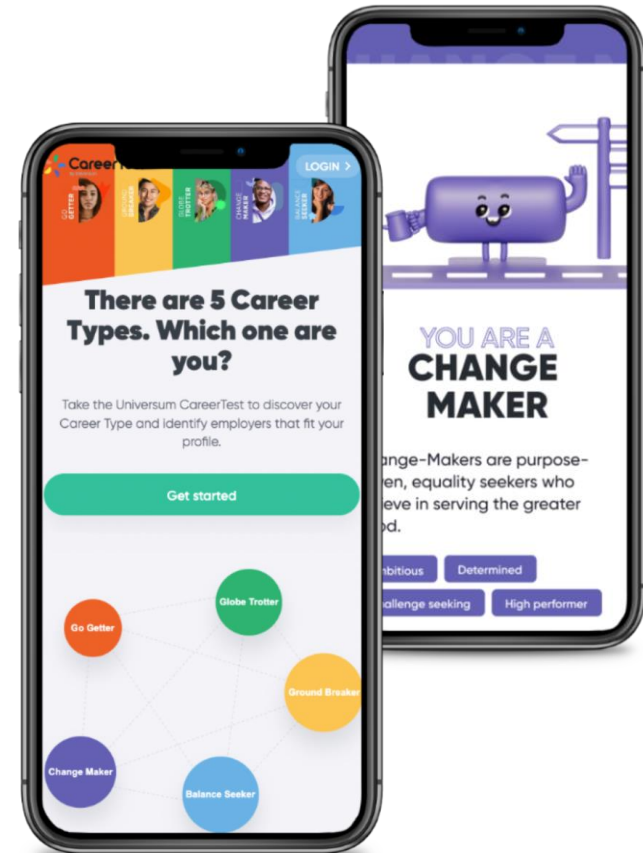
# Cómo recopilamos nuestros datos

Universum colabora con socios de todo el mundo para ayudar a crear un mundo más transparente en torno a la educación y la preparación profesional.

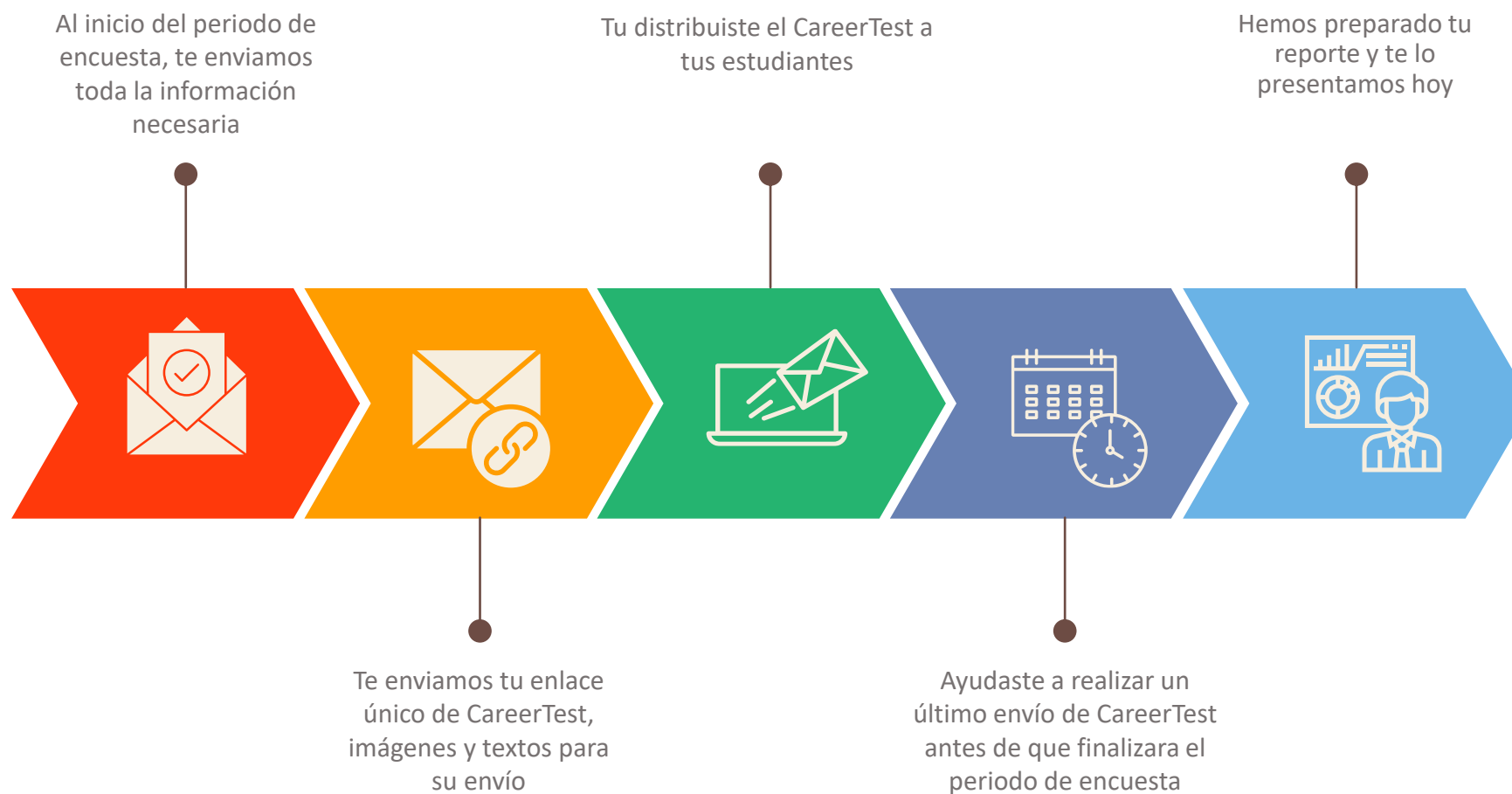
Como parte de nuestra misión de conectar el talento con el futuro, vamos directamente a la fuente utilizando nuestra herramienta insignia, **CareerTest** de Universum.

Universum colabora con socios de todo el mundo, incluidas universidades, asociaciones de estudiantes y organizaciones relacionadas.

No solo ayudamos a los socios a comprender mejor a sus estudiantes, antiguos alumnos y profesionales, sino que además ofrecemos asesoramiento profesional relevante e incluso ayudamos a los socios a aumentar la colaboración con los mejores empleadores.



# ¡Gracias por colaborar con nosotros este año!



# Acerca de Universum



Más de **30 años** de datos de talento global y experiencia en marca de empleador.



+1 millón de encuestados hacen de nuestro estudio la encuesta de talento más grande del mundo.



Asóciate con **1700 clientes en todo el mundo**, desde campeones locales a gigantes globales.



Clasificación de los Empleadores Más Atractivos publicada en más de 40 mercados.



Más de **1 década** publicando las clasificaciones de los Empleadores Más Atractivos del Mundo.

**BUSINESS INSIDER**

Cobertura mediática del ranking en publicaciones líderes en más de 60 países.

**ACC>SS**

Plataforma online que proporciona a nuestros clientes potentes herramientas de análisis de datos.



Nuestro **8vo** año entregando nuestra encuesta de prácticas comparativas Employer Branding NOW.



**1000+** profesionales de marca de empleador certificados a través de nuestra Academia

## Cientes globales

Durante más de 30 años, Universum ha sido el socio de confianza de muchos de los empleadores más conocidos del mundo. Como resultado, nuestros datos, conocimientos y orientación han **formado la marca de empleador** y han ayudado a empresas de todo el mundo en sus esfuerzos por atraer, reclutar y retener el talento adecuado.

Al seguir a Empleadores Más Atractivos del Mundo, podemos analizar los deseos del talento para saber cómo se alinean con la percepción de los propios empleadores. Comprender las motivaciones de los candidatos ayudará a las organizaciones de cualquier tamaño a estar mejor preparadas para atraer y retener talento.

Más información: <https://universumglobal.com/about-universum/>





## Este reporte te ayudará a...



### COMPRENDE A TUS ESTUDIANTES

1. Sumérjete en las preferencias de carrera y comunicación de tus estudiantes.
2. Comprende por qué los estudiantes están o no satisfechos con tus servicios profesionales.
3. Obtén una verificación real de las expectativas de tus estudiantes – ¿se cumplirán sus expectativas en el mercado laboral?



### APRENDE ACERCA DE TU MARCA

1. Mide la opinión de tus estudiantes sobre tu marca universitaria.
2. Averigua qué tiene de único tu marca universitaria.
3. Entérate de cuál es la posición de tu universidad y su percepción por parte de tus estudiantes en el mercado.



### DESARROLLA A PARTIR DE COMPARACIONES

1. Compara diferentes grupos de estudiantes internamente, así como con otros estudiantes a nivel nacional e internacional.
2. Identifica las habilidades de tus estudiantes en comparación con sus compañeros.
3. Compara las preferencias de empleador de tus estudiantes con las de otros estudiantes.

# Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN
- 2. PERFIL DEL TALENTO**
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
4. SERVICIOS DE CARRERA
5. COMUNICACIÓN
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DEL EMPLEADOR
7. RESUMEN
8. APÉNDICE

Este capítulo se centra en los antecedentes demográficos de tu talento, tus competencias, experiencias y cómo se relacionan con el grupo de comparación.

Estos resultados te ayudarán a contextualizar los resultados en secciones posteriores del informe y tener un punto de partida para mejorar la empleabilidad de tu talento al poder comunicar su valor único a los empleadores.

# El CareerTest 2023 de Universum

## EL CUESTIONARIO

Nuestra encuesta se realiza **en línea**. El enlace se distribuye por medio de las universidades y las redes del talento, comunidades y el panel de Universum, como también diferentes aliados a nivel local y global.

## PARTICIPANTES DE LA ENCUESTA

Estudiantes en instituciones de educación superior

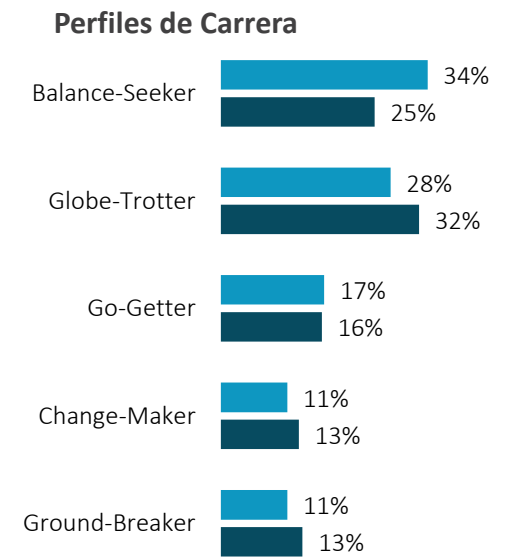
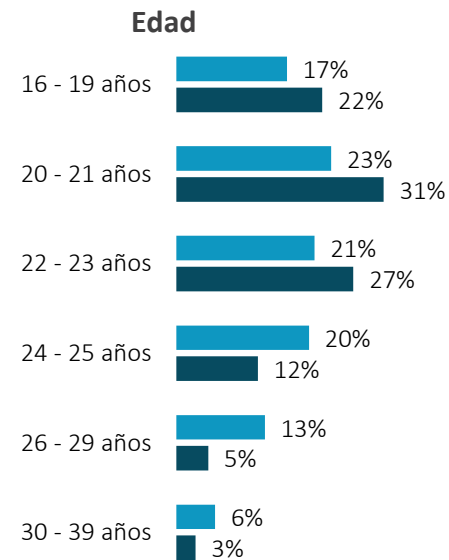
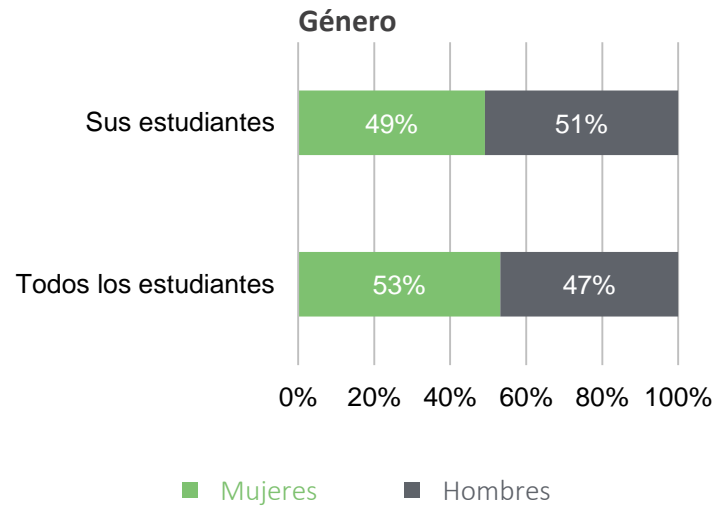


## NÚMERO DE PARTICIPANTES EN ESTE REPORTE

|   |   |        |
|---|---|--------|
|   | <b>PERIODO DEL ESTUDIO</b><br>Septiembre 2022- Abril 2023 |        |
|  | <b>Número total</b> de participantes                      | 31,442 |
|  | <b>Total</b> de participantes <b>en 2022</b>              | 42,267 |

|                                |       |
|--------------------------------|-------|
| Sus estudiantes                | 120   |
| Todos los estudiantes          | 1 717 |
| Tus estudiantes <b>en 2022</b> | 103   |

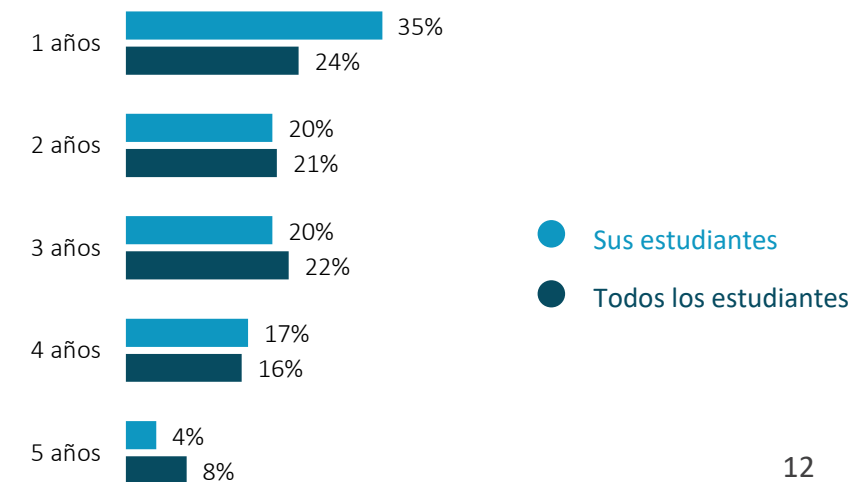
# Perfil demográfico del talento



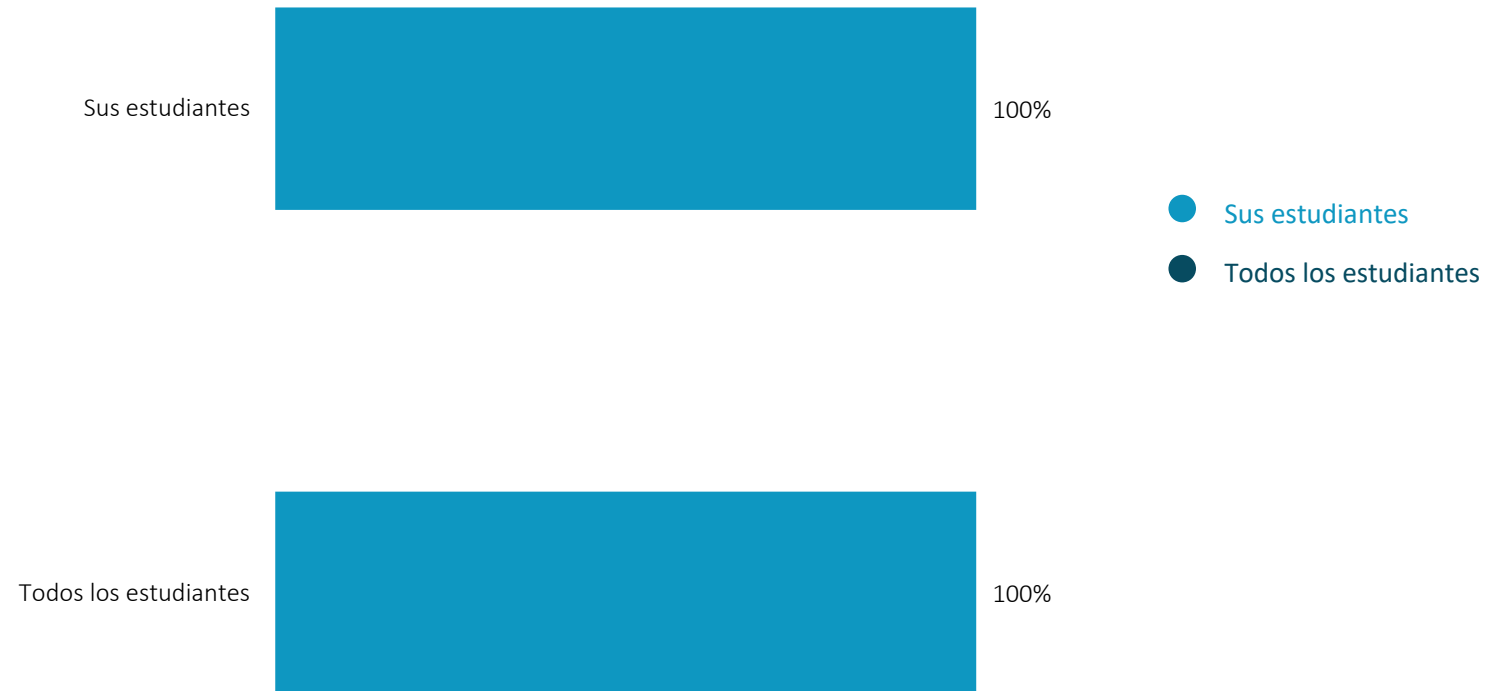
## Área de estudio más representada

| Áreas de estudio más comunes | Sus estudiantes | Todos los estudiantes |
|------------------------------|-----------------|-----------------------|
| Biología                     | 56              | 669                   |
| Química                      | 32              | 522                   |
| Ciencias Biológicas          | 30              | 499                   |
| Bioquímica                   | 25              | 428                   |
| Física                       | 25              | 252                   |

## Años que quedan hasta la graduación

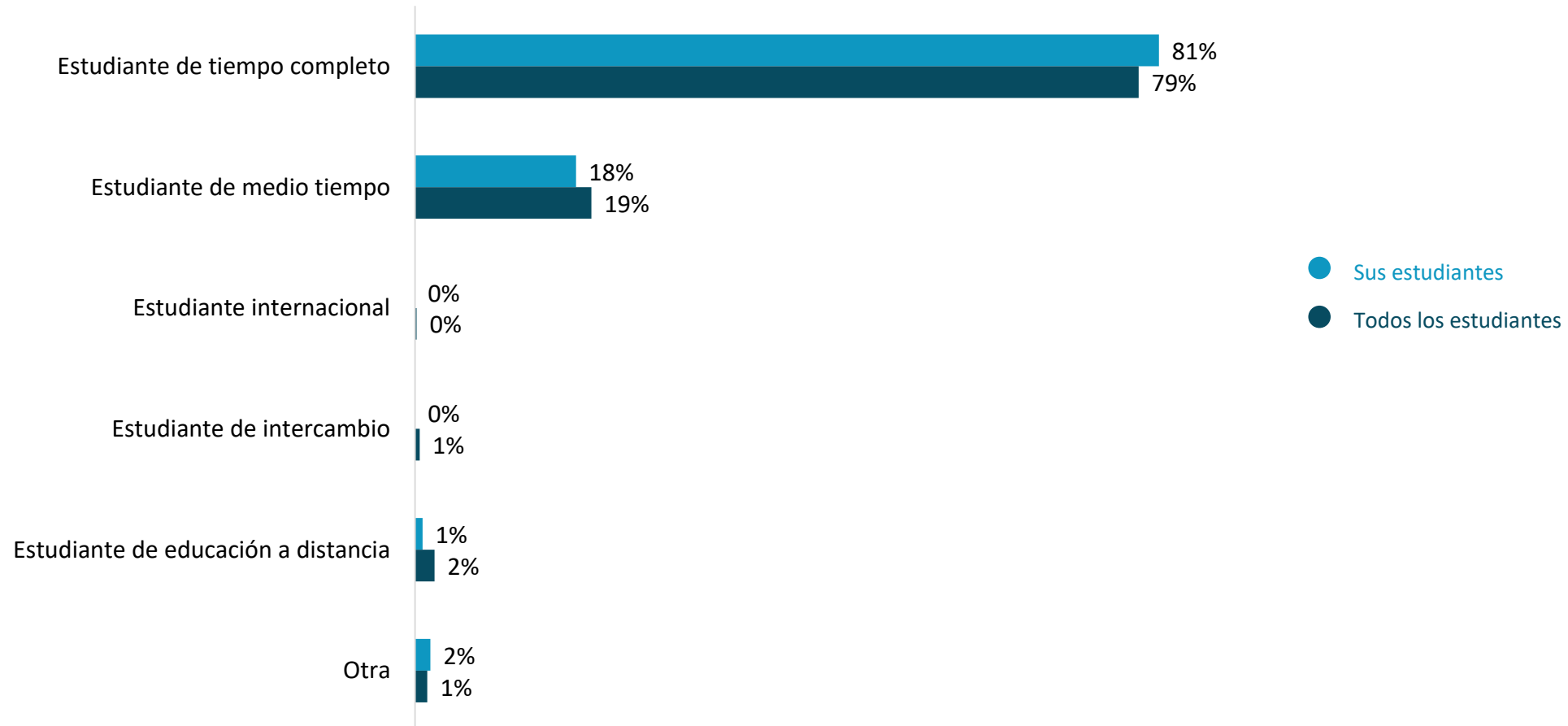


# Grado



• ¿Qué calificación o título está persiguiendo actualmente?

## ¿Qué tipos de estudiantes tienes?



¿Qué describe mejor tu estado actual de estudiante? (Por favor selecciona todas las respuestas válidas.)

## Los Perfiles de Carrera de Universum



### Go-Getter

Los Go-Getters tienen una fuerte orientación al rendimiento. Son personas ambiciosas, deseosas de dejar su huella en empresas de éxito. Se sienten cómodas asumiendo altos niveles de responsabilidad y retos difíciles. A cambio de su esfuerzo dedicado y de su capacidad para hacer que las cosas sucedan, esperan altos niveles de reconocimiento y un rápido progreso en su carrera.



### Globe-Trotter

Los Globe-Trotters tienen una fuerte orientación internacional. Tienen una visión cosmopolita y buscan ampliar sus horizontes en una empresa multinacional que les brinde la oportunidad de viajar al extranjero e interactuar con una comunidad internacional diversa de compañeros, clientes y consumidores. Ven el cambio constante como algo positivo, que amplía su experiencia y estimula su aprendizaje.



### Ground-Breaker

Los Ground-Breakers tienen una fuerte orientación empresarial. Prefieren trabajar en un entorno dinámico, orientado al trabajo en equipo, con un fuerte enfoque en la innovación. Están menos interesados en trabajar para una empresa establecida, y más centrados en adoptar las últimas tecnologías para crear productos nuevos y emocionantes, y liderar los desarrollos en su campo.



### Change-Maker








































Los Change-Makers tienen una fuerte orientación hacia los propósitos. Son altruistas por naturaleza y buscan organizaciones que sirvan al bien común, a través del servicio público o la empresa social. Creen firmemente en la diversidad, la equidad y la inclusión, y se sienten más comprometidos cuando sirven a un propósito superior o simplemente ayudan a la gente.



### Balance-Seeker

Los Balance-Seekers tienen una fuerte orientación hacia a conciliación entre la vida laboral y la personal. Por lo general, buscan organizaciones bien establecidas, de tamaño pequeño o mediano, con un ambiente familiar y agradable, que ofrezcan un salario satisfactorio y la flexibilidad necesaria para conciliar las responsabilidades en el trabajo con sus intereses fuera del mismo.

# Los Perfiles de Carrera Top en cada país – Todos los estudiantes 2022

| <br>Balance-Seeker |  |  |  | <br>Change-Maker | <br>Globe-Trotter |  | <br>Go-Getter        |   | <br>Ground-Breaker |
|---|--|--|--|---|--|--|---|---|---|
| <br>Austria        | <br>Polonia   | <br>Suiza       | <br>Filipinas   | <br>Reino Unido  | <br>Argentina     | <br>Turquía | <br>España           | <br>EAU    | <br>Francia        |
| <br>Chequia        | <br>Dinamarca | <br>Canadá      | <br>Singapur    | <br>Chile        | <br>Colombia      |  | <br>Brasil           | <br>Egipto | <br>Italia         |
| <br>Alemania       | <br>Finlandia | <br>EE.UU       | <br>Taiwán      | <br>Sudáfrica    | <br>México        |  | <br>China            |   | <br>Países Bajos   |
| <br>Irlanda      | <br>Noruega | <br>Hong Kong | <br>Tailandia |   | <br>India       |  | <br>Arabia Saudita |   | <br>Suiza        |

! • Este gráfico presenta el Perfil de Carrera más común por país



# Los Perfiles de Carrera de Universum

## PERFILES DE CARRERA DOMINANTES:

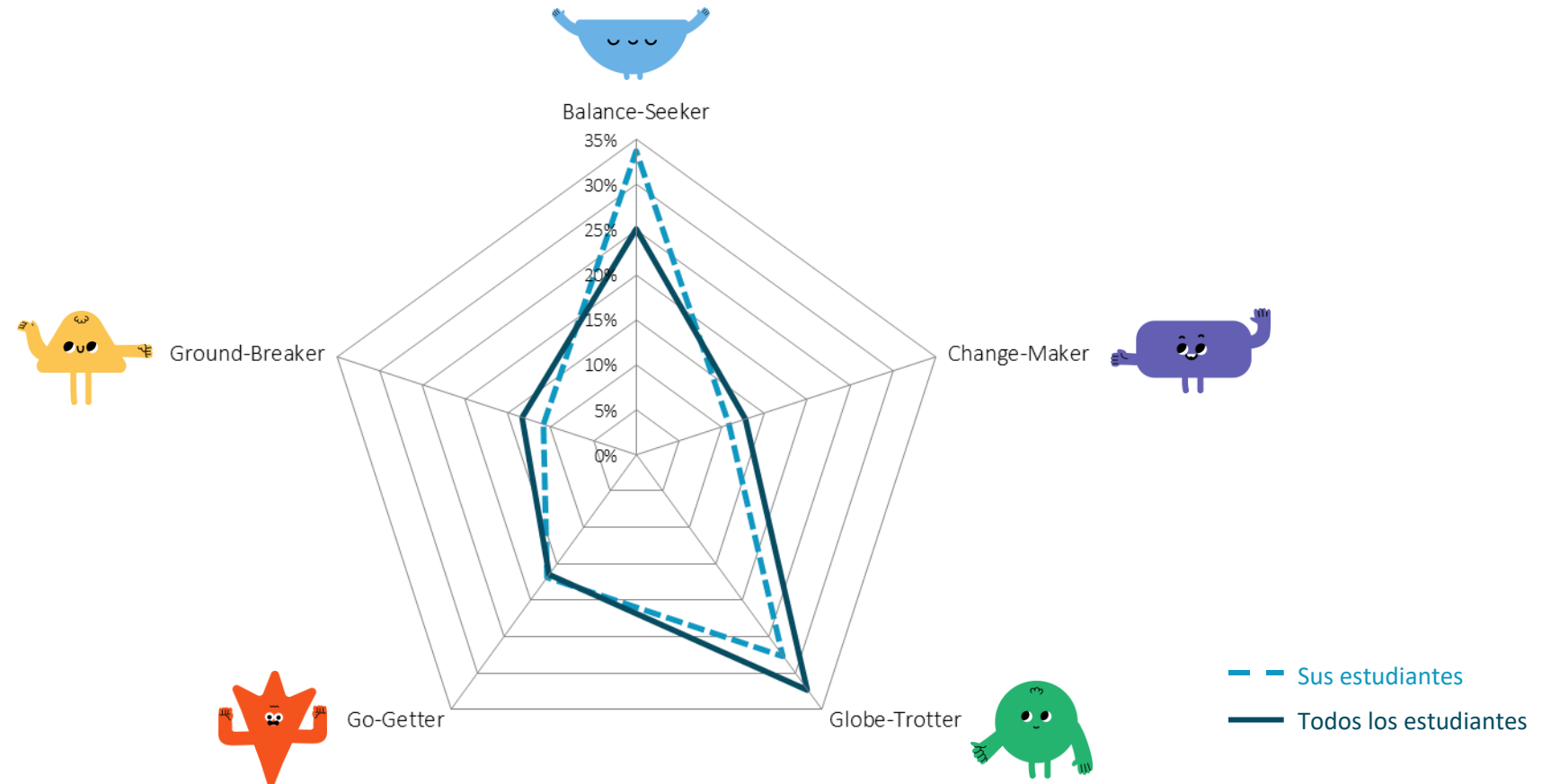
### Sus estudiantes

1. Balance-Seeker
2. Globe-Trotter
3. Go-Getter

## PERFILES DE CARRERA DOMINANTES:

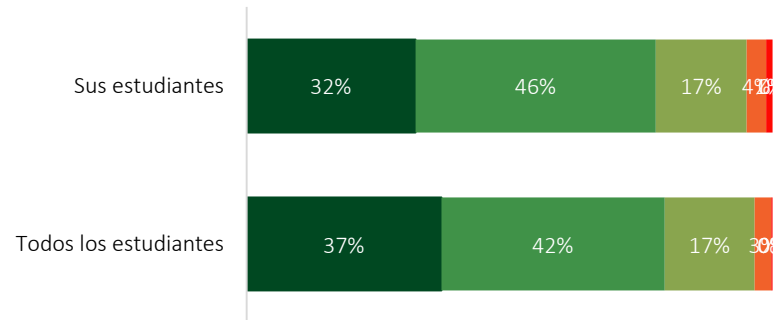
### Todos los estudiantes

1. Globe-Trotter
2. Balance-Seeker
3. Go-Getter

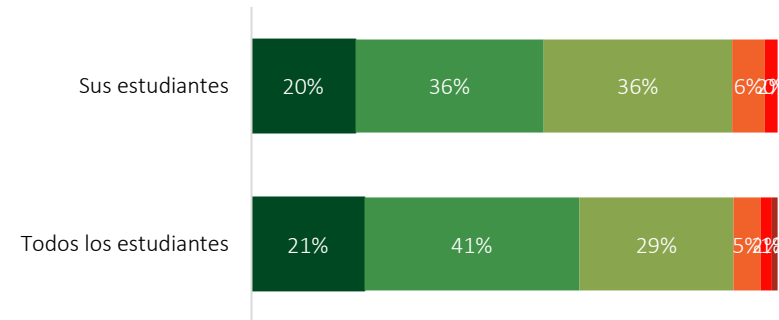


# Evaluación de habilidades blandas de sus alumnos

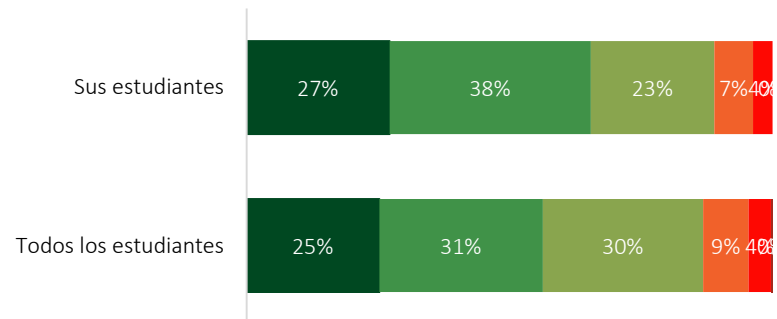
Tiendo a tomar iniciativa para hacer que las cosas sucedan



Tiendo a desafiar el "statu quo" y crear nuevas cosas



Me gustan los cambios frecuentes

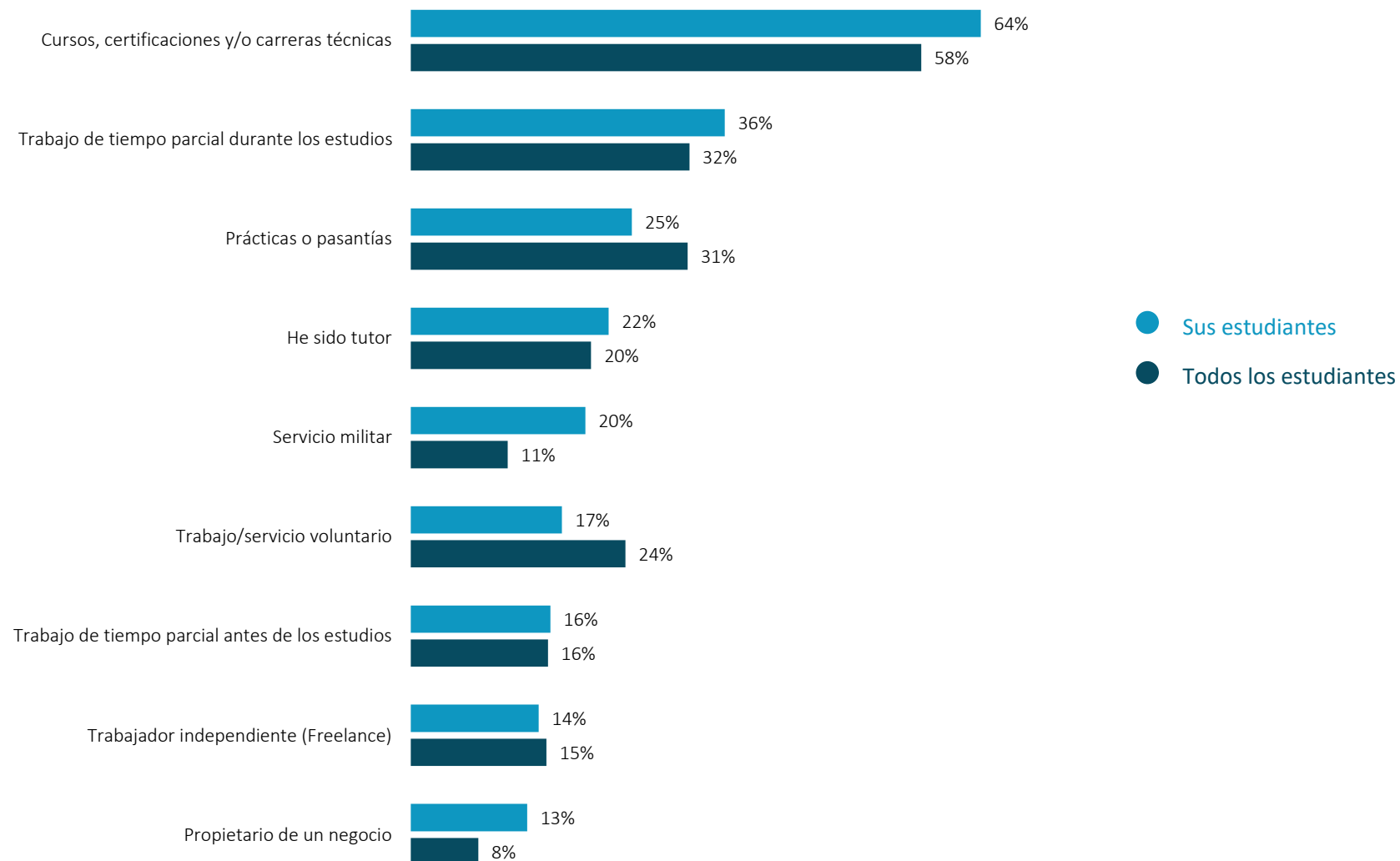


Trabajo mejor solo que en equipo



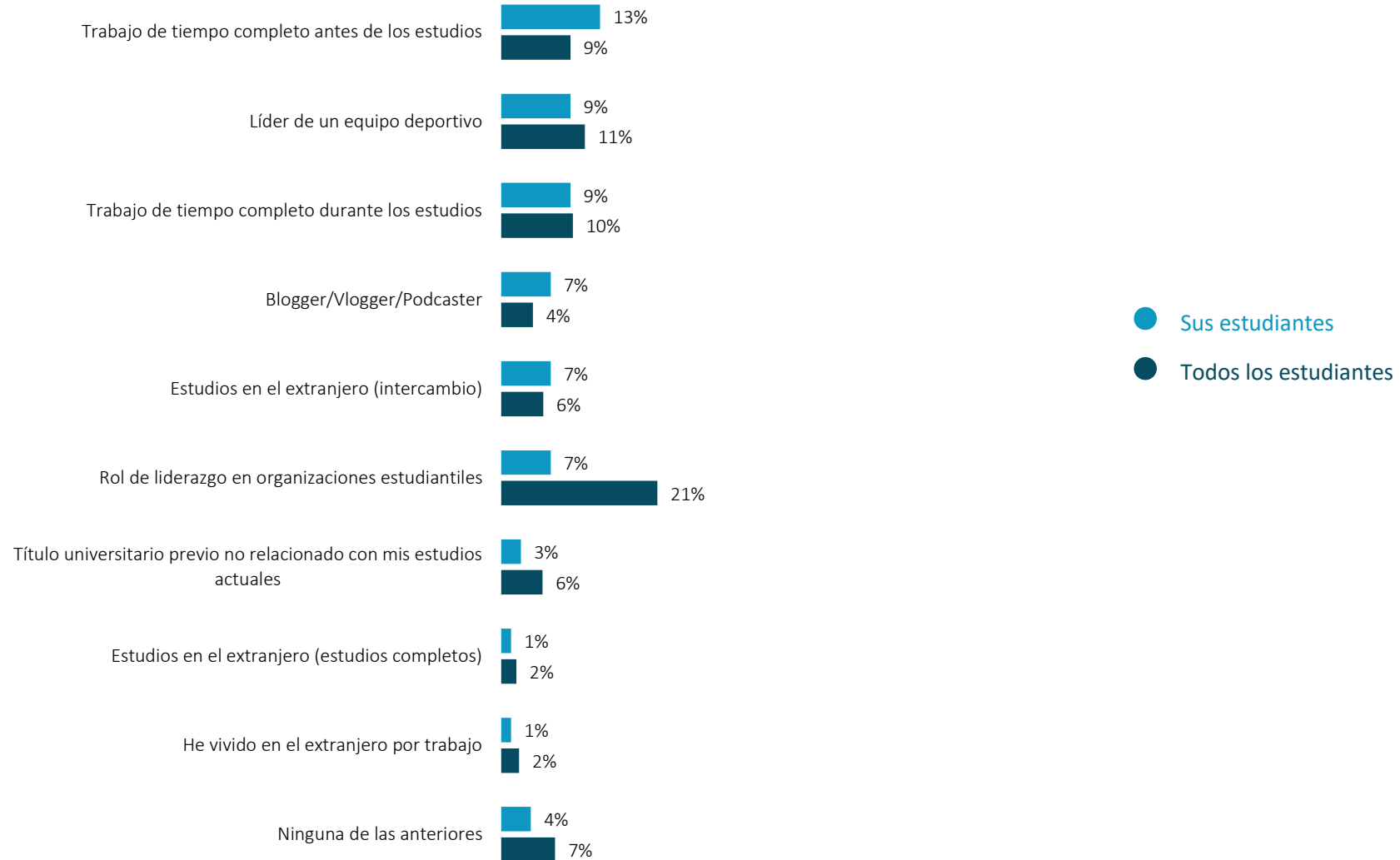
• ¿Cuánto estas de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

## Experiencias prácticas (1/2)



• ¿Cuál de las siguientes experiencias tienes? (Selecciona tantas como corresponda).

## Experiencias prácticas (2/2)



• ¿Cuál de las siguientes experiencias tienes? (Selecciona tantas como corresponda).

# Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEL TALENTO
- 3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA**
4. SERVICIOS DE CARRERA
5. COMUNICACIÓN
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DEL EMPLEADOR
7. RESUMEN
8. APÉNDICE

Este capítulo evalúa la percepción de la marca de tu universidad con respecto a cuatro factores diferentes:

Reputación  
Oferta  
Cultura  
Empleabilidad

Te ayudará a ajustar tu comunicación hacia los estudiantes, así como determinar qué temas son los más adecuados para atraer a nuevos.

## ¿Qué piensan los estudiantes sobre ti?



• ¿Cuál es la primera palabra que te viene a la mente cuando piensas en tu universidad?



• Estas respuestas fueron proporcionadas por tu talento.  
• Pueden ocurrir errores de ortografía.

## ¿Tu imagen es diferente?

Sus estudiantes



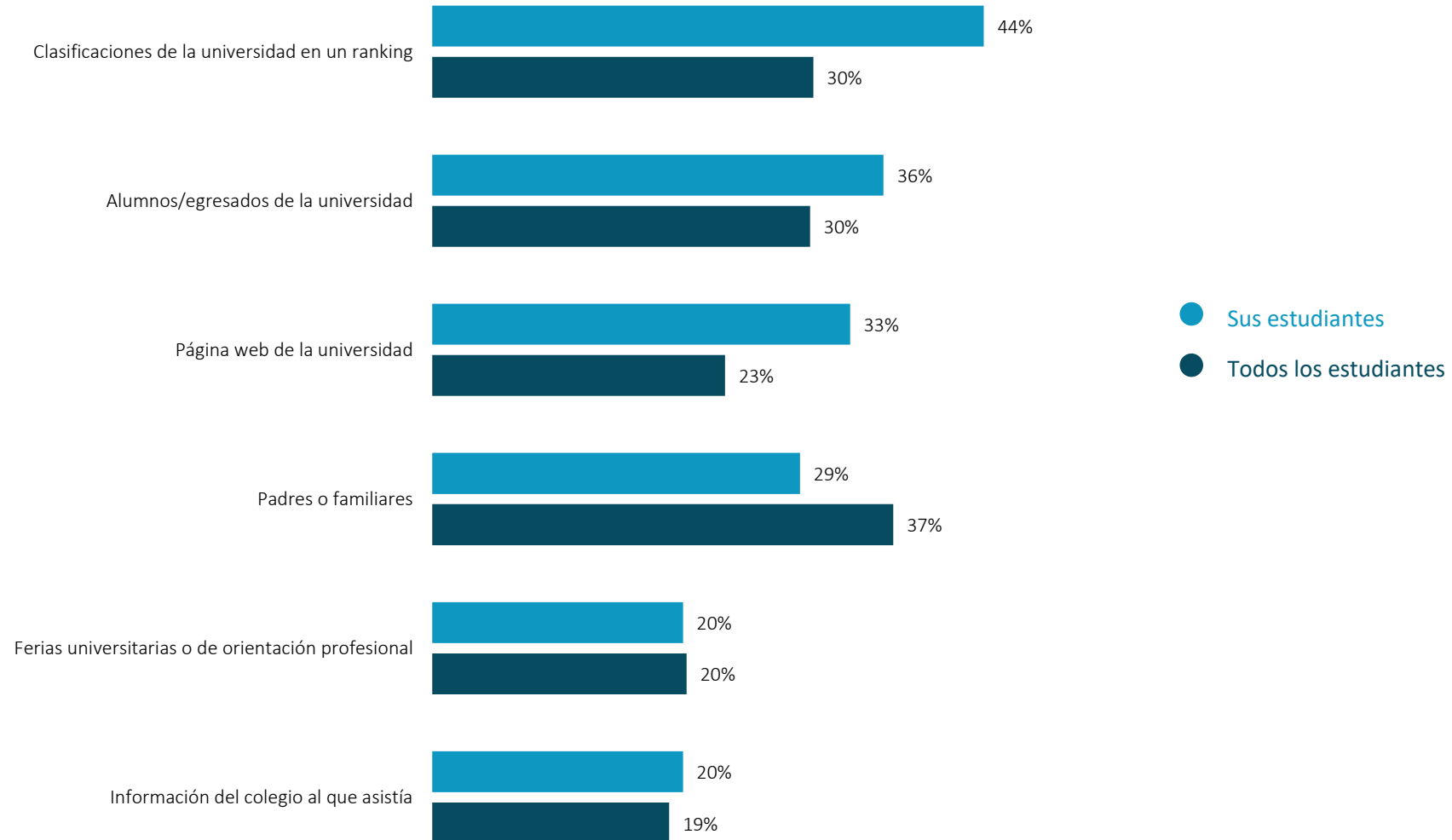
Todos los estudiantes



• ¿Cuál es la primera palabra que te viene a la mente cuando piensas en tu universidad?

• Estas respuestas fueron proporcionadas por tu talento.  
• Pueden ocurrir errores de ortografía.

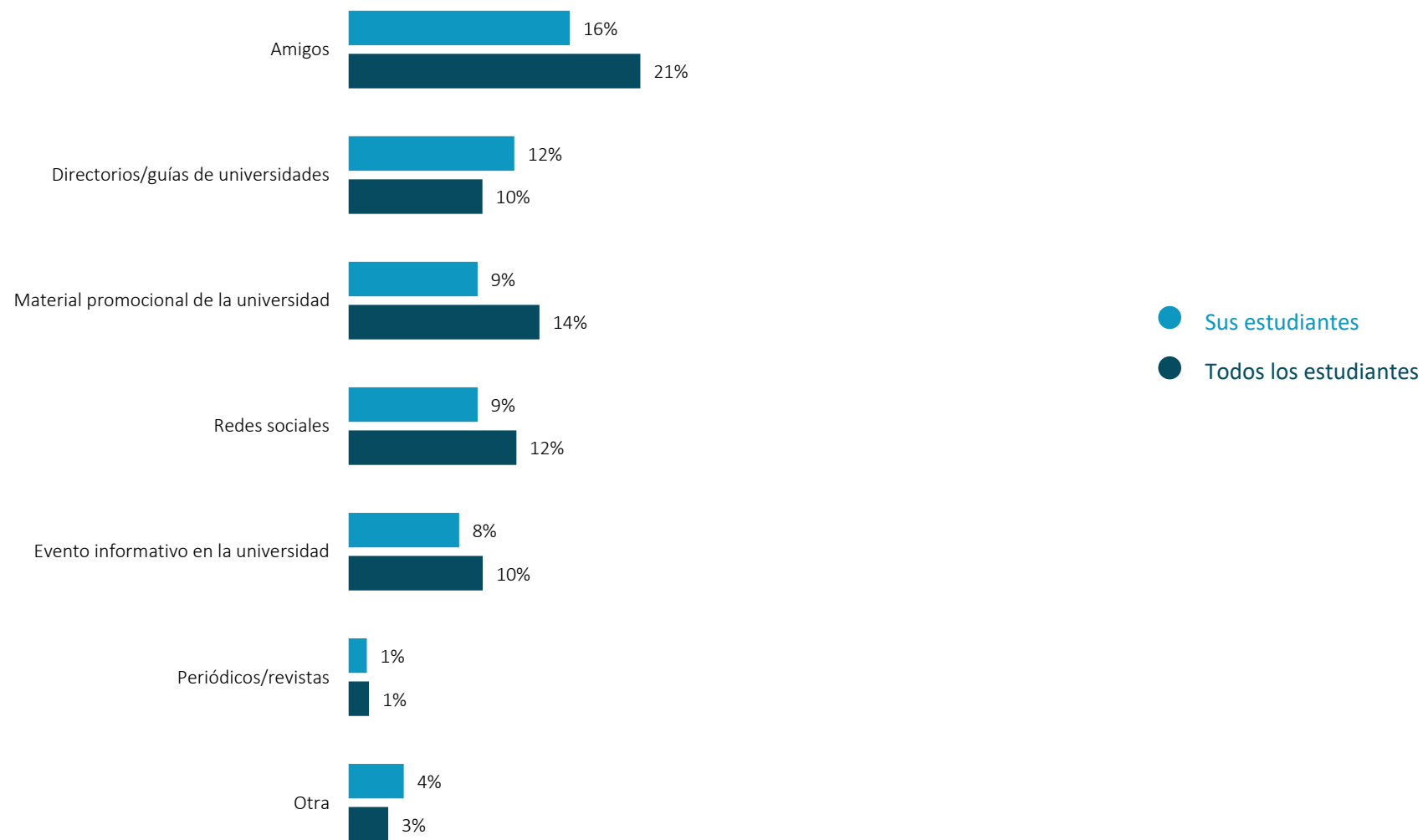
# Factores más importantes a la hora de decidir dónde estudiar



¿Qué fue lo que más te ayudó a la hora de elegir tu colegio o universidad? (Selecciona un máximo de 3 alternativas).

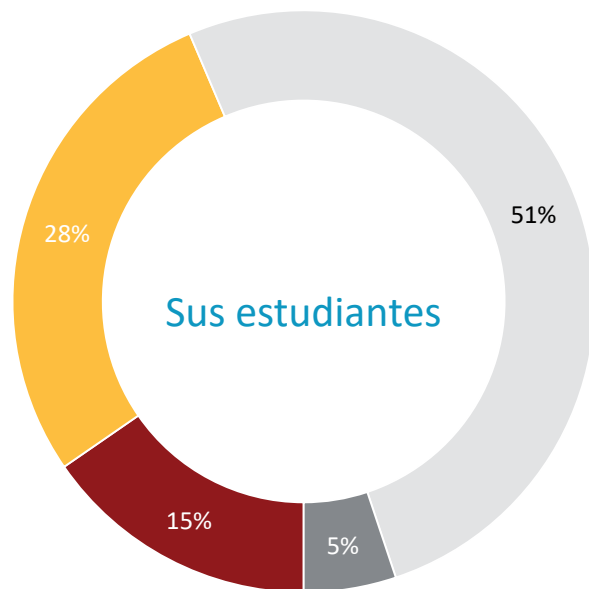


## Factores de influencia menos importantes para la selección de tu universidad



¿Qué fue lo que más te ayudó a la hora de elegir tu colegio o universidad? (Selecciona un máximo de 3 alternativas).

## ¿Los estudiantes elegirían tu universidad nuevamente?



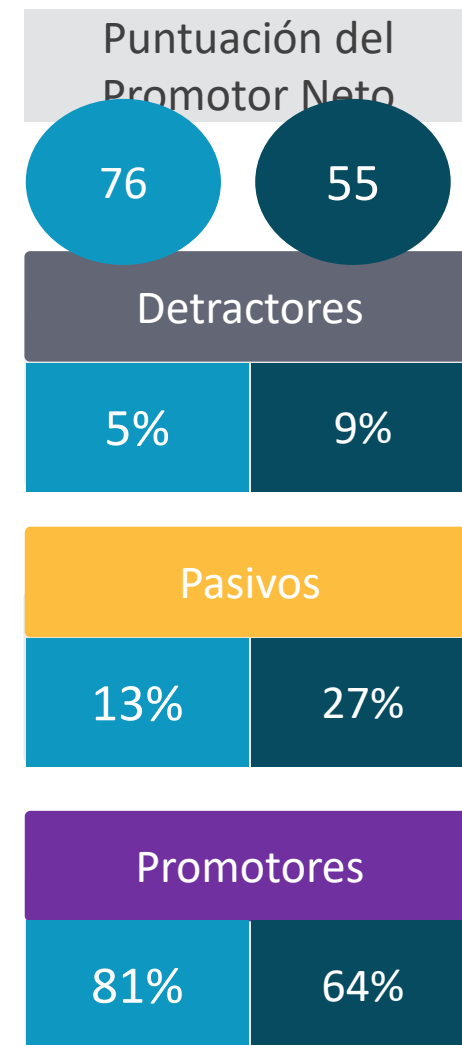
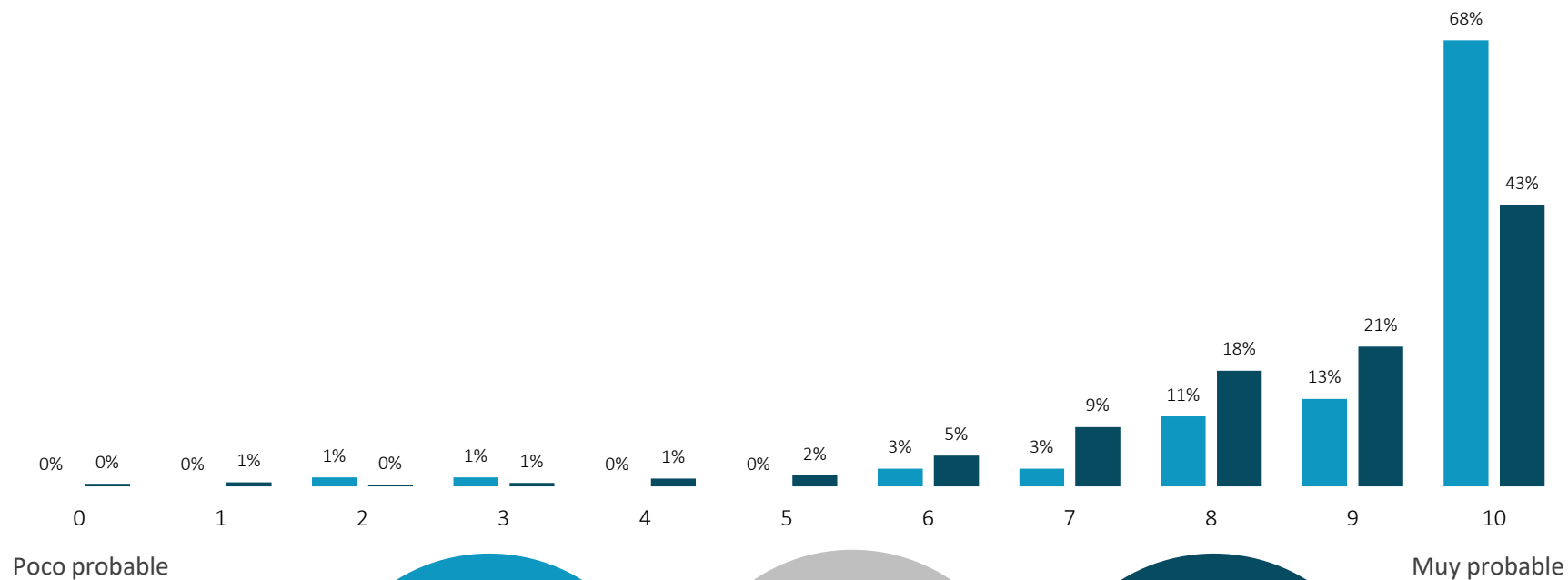
- Asistiría a una universidad diferente en el país
- Asistiría a una universidad en el extranjero
- Asistiría a la misma universidad**
- Buscaría empleo en lugar de ir a la universidad



- Asistiría a una universidad diferente en el país
- Asistiría a una universidad en el extranjero
- Asistiría a la misma universidad**
- Buscaría empleo en lugar de ir a la universidad

• Si pudieras volver a empezar tus estudios, ¿qué harías?

# ¿Los estudiantes recomendarían su universidad?



• ¿Qué tan probable recomendarías tu universidad a un amigo o familiar?  
 (0 - poco probable, 10 - extremadamente probable)

# Los pilares de atractividad de la universidad

## Reputación



- Renombrada internacionalmente
- Excelencia educativa
- Estudiar con los mejores alumnos
- Investigación de excelencia
- Patrimonio y tradición
- Éxito de los egresados
- Exalumnos en puestos de liderazgo
- Impulsa la innovación y/o el emprendimiento
- Impulsa cambios en la sociedad
- Programas de estudio únicos

## Cultura



- Un ambiente dinámico y creativo
- Un ambiente cordial y abierto
- Estudiantes internacionales
- Igualdad de género
- Compromiso con la diversidad y la inclusión
- Buena ubicación del campus
- Ambiente seguro dentro del campus
- Amplia oferta de actividades extracurriculares
- Estudios económicamente asequibles
- Buenas cafeterías y selección de comidas

## Empleabilidad



- Universidad relevante entre empleadores de mi campo de estudio
- Buena referencia para una trayectoria profesional y/o educativa
- Buena preparación para una trayectoria profesional internacional
- Oportunidades para entrar en contacto con empleadores
- Fuertes lazos con la industria
- Enfoque al desarrollo profesional
- Apoya y desarrolla el emprendimiento
- Enseña habilidades que los empleadores están buscando
- Apoya y desarrolla la innovación
- Buenas oportunidades de empleo

## Oferta Educativa



- Proporción adecuada de profesor/alumno
- Disponibilidad de espacio de estudio
- Fácil acceso a los materiales de estudio
- Catedráticos/profesores excelentes
- Programas educativos de alta calidad
- Programas de alta calidad
- Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero
- Ambiente estimulante de aprendizaje
- Enseña habilidades relevantes
- Variedad de cursos

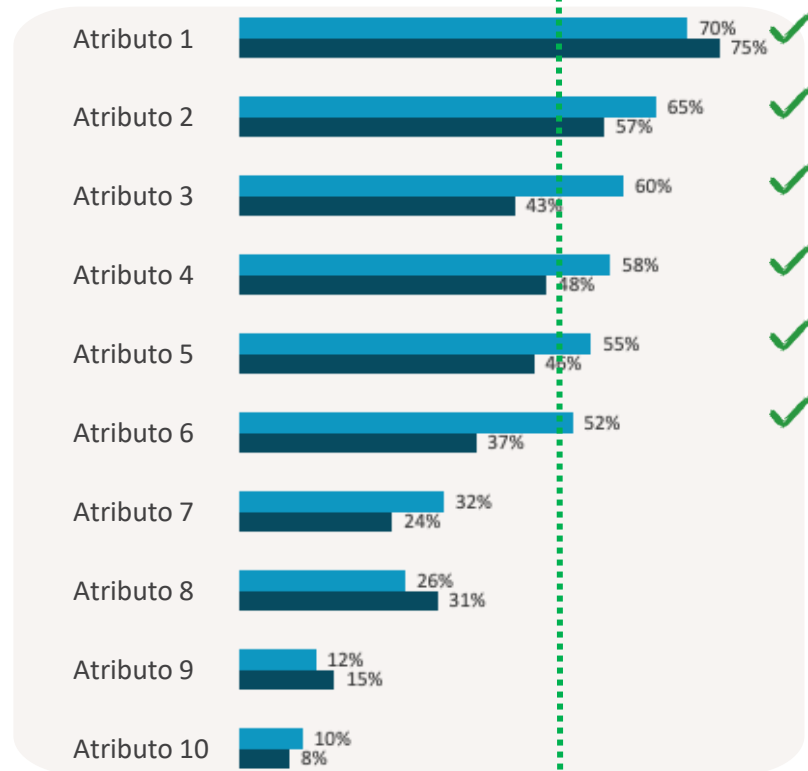
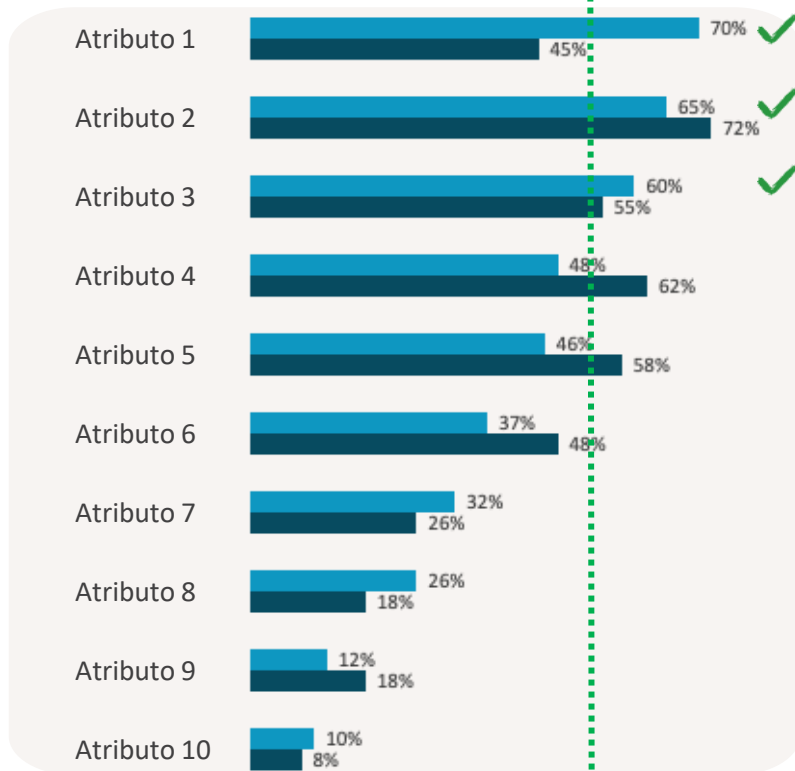
## Certificado de Reconocimiento de Experiencia de Estudiante Universitario

- El informe destaca tus logros y la evaluación de tus estudiantes de tu institución. Para reconocer y premiar el gran trabajo de nuestras instituciones asociadas, hemos desarrollado el **Certificado de Reconocimiento de Experiencia Estudiantil Universum**. Estos certificados, disponibles para los 4 impulsores del atractivo universitario, solo se presentan a los socios universitarios oficiales de Universum que han cumplido con el número mínimo de estudiantes encuestados y los requisitos de umbral de atributos.
- Los certificados son una gran oportunidad para comunicar tu extraordinario trabajo en varios canales, como las redes sociales o el sitio web de la universidad. También puedes hacer uso de los certificados como una herramienta para resaltar el gran trabajo de tu institución, para evaluaciones de calidad y proyectos de acreditación.
- Ten en cuenta que tu destacado trabajo será certificado oficialmente por nosotros si:
  - 200 de tus estudiantes participan en el CareerTest a través de los canales universitarios.
  - Tus estudiantes asocian su institución con al menos 5 atributos en un nivel superior al 50% en uno o múltiples de los 4 impulsores del atractivo universitario.
- Comunícate con tu representante de Universum si deseas obtener más información.



# Certificado de Reconocimiento de Universum

Una certificación requiere un mínimo de 5 atributos asociados contigo por más de un 50% de los estudiantes



Los estudiantes te asocian fuertemente con una variedad de atributos. ¡Bien hecho! Sin embargo, no hay certificación porque los requisitos no se cumplen.



Los estudiantes te asocian muy fuertemente con una variedad de atributos. ¡Fantástico trabajo! Se ha cumplido el requisito y se puede emitir un certificado.

Nota



Universum emitirá un certificado solo si un mínimo de 200 estudiantes han participado en el CareerTest a través de los canales de la universidad.

## Los atributos más importantes - Top 10

### Sus estudiantes

1. Estudios económicamente asequibles
2. Investigación de excelencia
3. Enfoque en desarrollo profesional
4. Excelencia educativa
5. Un ambiente dinámico y creativo
6. Ambiente estimulante de aprendizaje
7. Catedráticos/profesores excelentes
8. Programas de alta calidad
9. Ambiente seguro en el campus
10. Enseña habilidades que los empleadores están buscando

 Reputación

 Empleabilidad

### Todos los estudiantes

1. Estudios económicamente asequibles
2. Programas de alta calidad
3. Excelencia educativa
4. Catedráticos/profesores excelentes
5. Un ambiente dinámico y creativo
6. Investigación de excelencia
7. Éxito de los egresados
8. Enfoque en desarrollo profesional
9. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
10. Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero

 Cultura

 Oferta Educativa

• ¿Cuál de estos son más importantes para ti? (Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.)

# Los 10 principales atributos que sus estudiantes asocian con tu universidad

## Sus estudiantes

1. Investigación de excelencia
2. Enfoque en desarrollo profesional
3. Un ambiente dinámico y creativo
4. Estudios económicamente asequibles
5. Buenos planes de comidas/cafeterías
6. Excelencia educativa
7. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
8. Fácil acceso a los materiales de estudio
9. Impulsa cambios en la sociedad
10. Ambiente estimulante de aprendizaje

 Reputación

 Empleabilidad

## Todos los estudiantes

1. Estudios económicamente asequibles
2. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
3. Investigación de excelencia
4. Un ambiente dinámico y creativo
5. Fácil acceso a los materiales de estudio
6. Catedráticos/profesores excelentes
7. Excelencia educativa
8. Enfoque en desarrollo profesional
9. Variedad de cursos
10. Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero

 Cultura

 Oferta Educativa



• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocia con tu universidad o centro educativo? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)



# Los mayores cambios de 2022 a 2023 - Importancia

## Sus estudiantes

## Todos los estudiantes

Aumentado en importancia

Disminuído en importancia

| Rango |   | 2023 | 2022 |
|-------|---|------|------|
| 6     | Ambiente estimulante de aprendizaje   | 47%  | 27%  |
| 19    | Buena plataforma de lanzamiento de una carrera con proyección internacional | 28%  | 12%  |
| 3     | Enfoque en desarrollo profesional   | 50%  | 37%  |
| 21    | Egresados en posiciones de liderazgo  | 26%  | 13%  |
| 27    | Ubicación atractiva   | 22%  | 10%  |

| Rango |  | 2023 | 2022 |
|-------|--|------|------|
| 10    | Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero | 36%  | 29%  |
| 24    | Ubicación atractiva                                    | 22%  | 17%  |
| 1     | Estudios económicamente asequibles                     | 53%  | 48%  |
| 13    | Impulsa la innovación y/o el emprendimiento            | 35%  | 31%  |
| 38    | Buenos planes de comidas/cafeterías                    | 10%  | 7%   |

| Rango |   | 2023 | 2022 |
|-------|---|------|------|
| 14    | Enseña habilidades relevantes                         | 31%  | 44%  |
| 7     | Catedráticos/profesores excelentes                    | 44%  | 58%  |
| 4     | Excelencia educativa                                  | 49%  | 63%  |
| 20    | Apoya y desarrolla la innovación                      | 26%  | 43%  |
| 36    | Oportunidades para entrar en contacto con empleadores | 12%  | 35%  |

| Rango |  | 2023 | 2022 |
|-------|--|------|------|
| 17    | Buenas oportunidades de empleo               | 30%  | 35%  |
| 4     | Catedráticos/profesores excelentes           | 46%  | 51%  |
| 3     | Excelencia educativa                         | 46%  | 54%  |
| 12    | Amplia gama de actividades extracurriculares | 36%  | 44%  |
| 11    | Ambiente seguro en el campus                 | 36%  | 44%  |

Reputación

Empleabilidad

Cultura

Oferta Educativa

• ¿Cuál de estos son más importantes para ti? (Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.)

# Los mayores cambios de 2022 a 2023 - Asociación

## Sus estudiantes

## Todos los estudiantes

Incremento de las asociaciones

Decremento de las asociaciones

| Rango |                                      | 2023 | 2022 |
|-------|--------------------------------------|------|------|
| 30    | Ubicación atractiva                  | 40%  | 21%  |
| 2     | Enfoque en desarrollo profesional    | 72%  | 59%  |
| 12    | Programas de estudio únicos          | 59%  | 54%  |
| 17    | Disponibilidad de espacio de estudio | 55%  | 50%  |
| 31    | Patrimonio y tradición               | 35%  | 31%  |

| Rango |   | 2023 | 2022 |
|-------|---|------|------|
| 28    | Buenas oportunidades de empleo              | 33%  | 32%  |
| 19    | Impulsa la innovación y/o el emprendimiento | 41%  | 40%  |
| 30    | Programas de estudio únicos                 | 32%  | 32%  |
| 15    | Impulsa cambios en la sociedad              | 42%  | 42%  |
| 17    | Éxito de los egresados                      | 42%  | 42%  |

| Rango |  | 2023 | 2022 |
|-------|--|------|------|
| 18    | Entorno cordial y abierto                              | 54%  | 67%  |
| 1     | Investigación de excelencia                            | 78%  | 92%  |
| 25    | Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero | 47%  | 63%  |
| 21    | Enseña habilidades relevantes                          | 53%  | 71%  |
| 9     | Impulsa cambios en la sociedad                         | 62%  | 62%  |

| Rango |  | 2023 | 2022 |
|-------|--|------|------|
| 12    | Amplia gama de actividades extracurriculares | 46%  | 53%  |
| 23    | Renombre internacional                       | 39%  | 46%  |
| 13    | Entorno cordial y abierto                    | 42%  | 50%  |
| 9     | Variedad de cursos                           | 48%  | 57%  |
| 21    | Enseña habilidades relevantes                | 39%  | 48%  |

Reputación

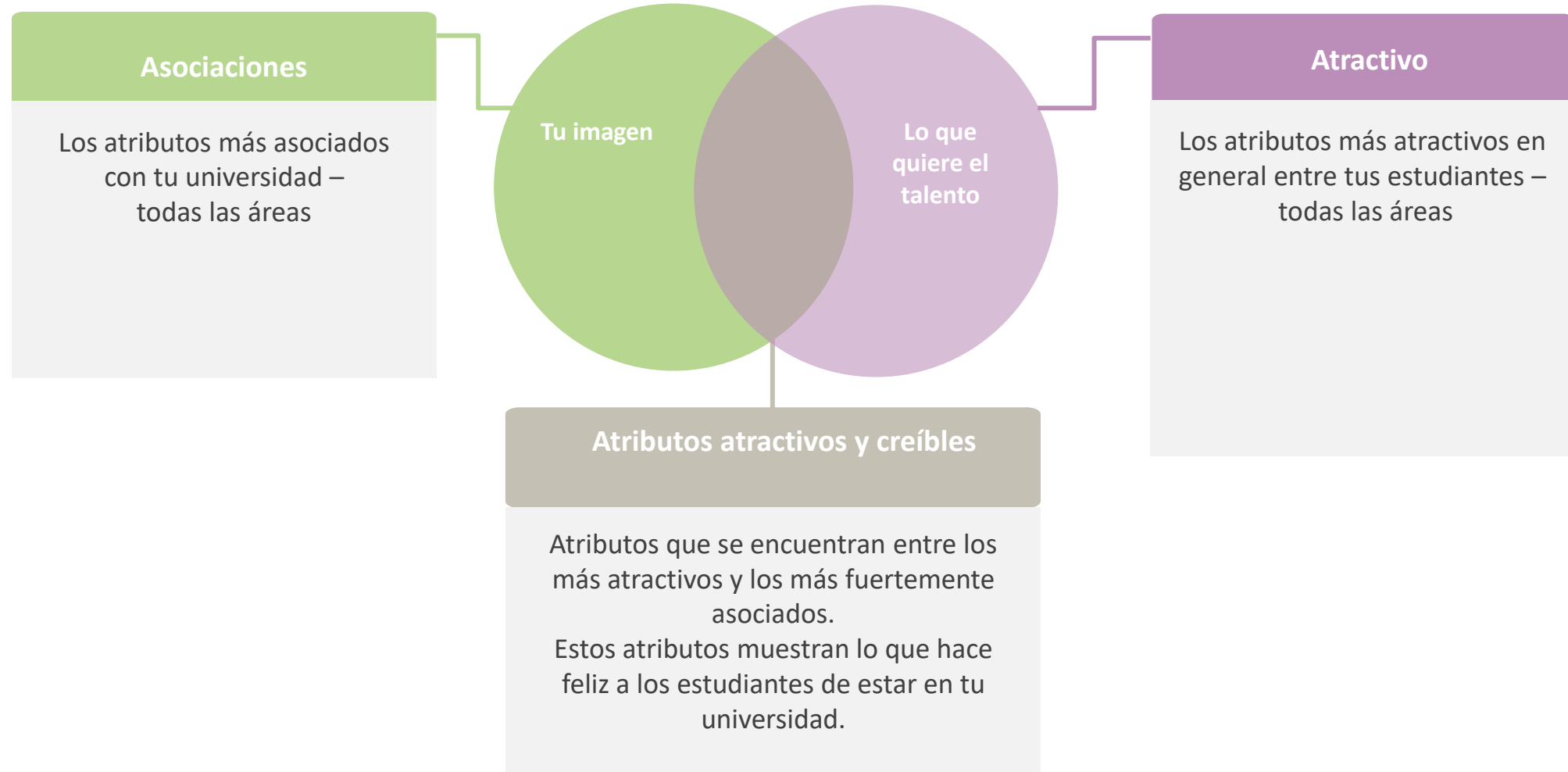
Empleabilidad

Cultura

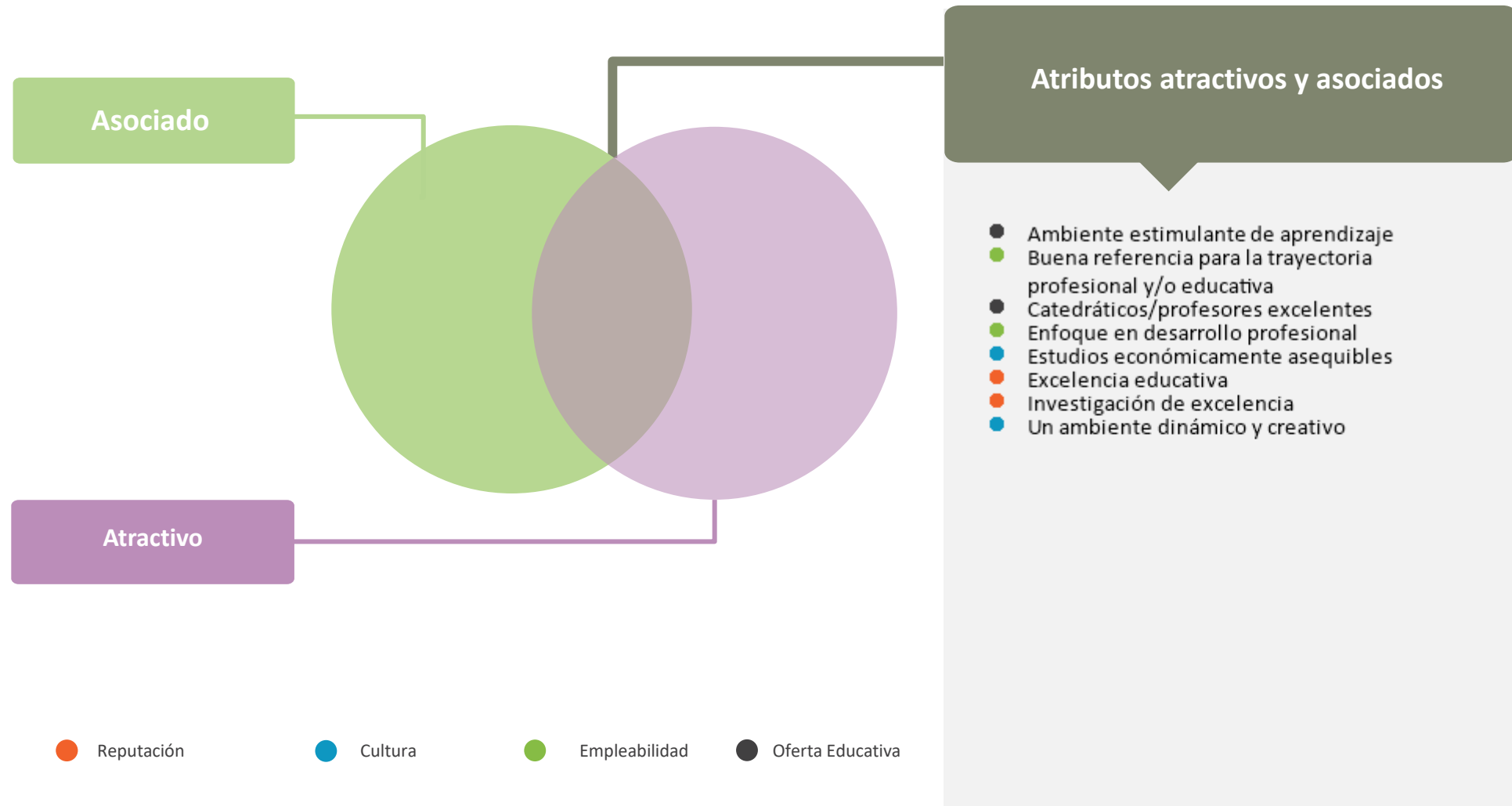
Oferta Educativa

• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad o centro educativo? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

## Las siguientes diapositivas presentan un análisis consolidado de los 40 atributos de los pilares de Atractivo de la Universidad



# ¿Qué es atractivo y lo que los estudiantes asocian contigo?

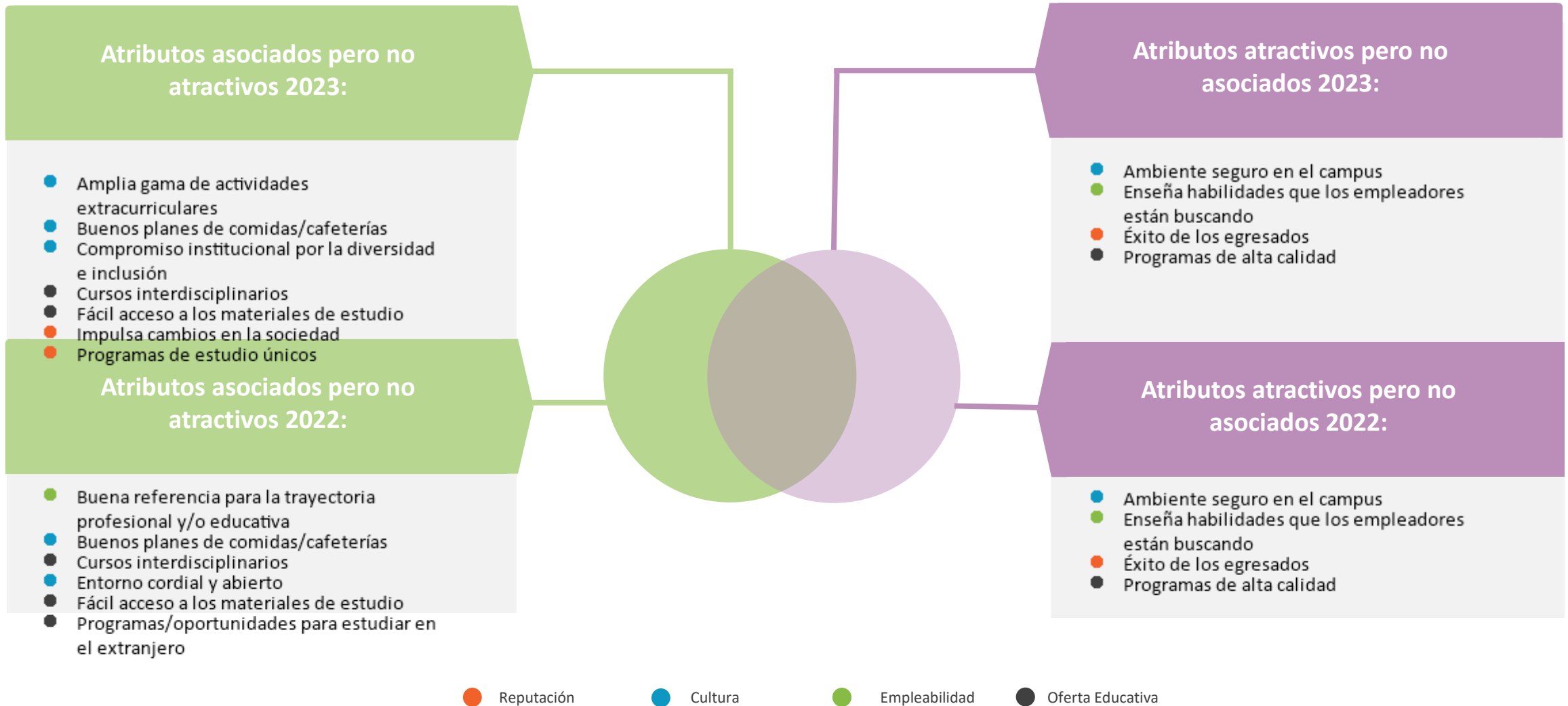


- ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad? Por favor, selecciona tantos como corresponda.)
- ¿Cuál de estos son más importantes para ti? (Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.)

## ¿Estos atributos pueden diferenciarte de tus competidores?



# ¿Las preferencias de tu grupo objetivo están alineadas con la percepción que éste tiene de ti?



## Diferencias por género en la importancia de los atributos

### Más atractivo para mujeres

| atributos                                    | Posición en la clasificación |        |
|--|------------------------------|--------|
|  | Mujeres                      | Hombre |
| Disponibilidad de espacio de estudio         | 21                           | 38     |
| Amplia gama de actividades extracurriculares | 15                           | 31     |
| Egresados en posiciones de liderazgo         | 13                           | 28     |
| Éxito de los egresados                       | 6                            | 16     |
| Fácil acceso a los materiales de estudio     | 15                           | 25     |

### Misma importancia

| atributos                        | Posición en la clasificación |        |
|----------------------------------|------------------------------|--------|
|                                  | Mujeres                      | Hombre |
| Estudiar con los mejores alumnos | 39                           | 39     |
| Un ambiente dinámico y creativo  | 4                            | 4      |

### Más atractivo para hombres

| atributos                           | Posición en la clasificación |        |
|-------------------------------------|------------------------------|--------|
|                                     | Mujeres                      | Hombre |
| Enseña habilidades relevantes       | 21                           | 10     |
| Programas de estudio únicos         | 27                           | 16     |
| Buenos planes de comidas/cafeterías | 38                           | 28     |
| Ubicación atractiva                 | 30                           | 21     |
| Impulsa cambios en la sociedad      | 21                           | 13     |

• ¿Cuáles de estos son más importantes para ti? (Selecciona un máximo de 3 alternativas).

• Las posiciones del 1 al 40 expresan el lugar que ocupa el atributo para sus alumnos.

## Diferencias por género en la percepción de la marca universitaria

### Más asociados por las mujeres

| atributos  | Posición en la clasificación |        |
|--|------------------------------|--------|
|  | Mujeres                      | Hombre |
| Disponibilidad de espacio de estudio                           | 7                            | 26     |
| Variedad de cursos   | 7                            | 24     |
| Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa | 2                            | 18     |
| Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero         | 17                           | 31     |
| Éxito de los egresados   | 18                           | 30     |

### Misma asociación

| atributos                          | Posición en la clasificación |        |
|------------------------------------|------------------------------|--------|
|                                    | Mujeres                      | Hombre |
| Estudios económicamente asequibles | 5                            | 5      |

### Más asociados por los hombres

| atributos                              | Posición en la clasificación |        |
|--|------------------------------|--------|
|  | Mujeres                      | Hombre |
| Impulsa cambios en la sociedad         | 23                           | 2      |
| Proporción adecuada de profesor/alumno | 29                           | 11     |
| Entorno cordial y abierto              | 23                           | 9      |
| Enseña habilidades relevantes          | 22                           | 11     |
| Patrimonio y tradición                 | 38                           | 27     |

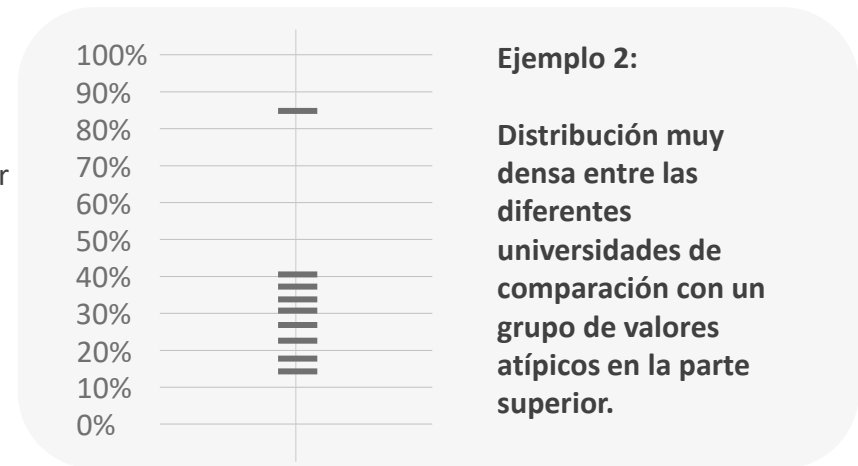
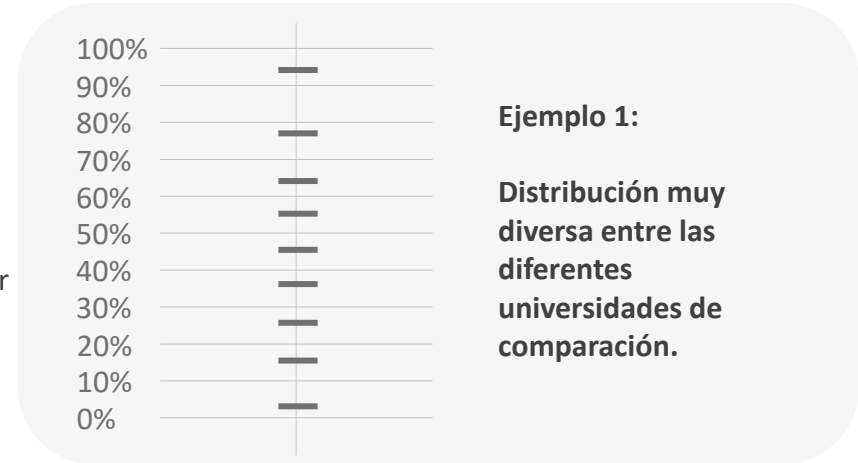
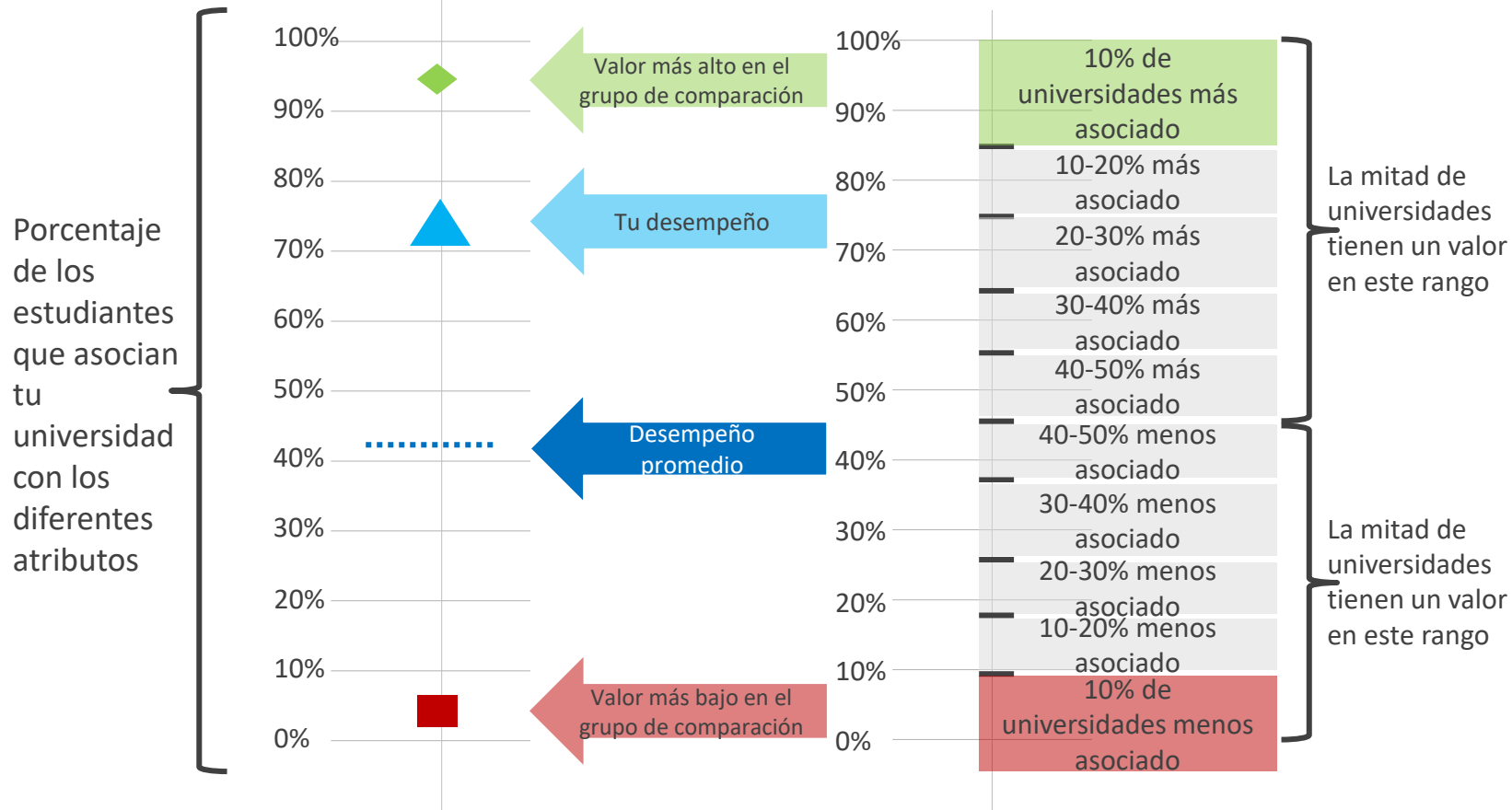
• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad o centro educativo? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

• Las posiciones del 1 al 40 expresan el lugar que ocupa el atributo para sus alumnos.



# Comparativa con tus competidores

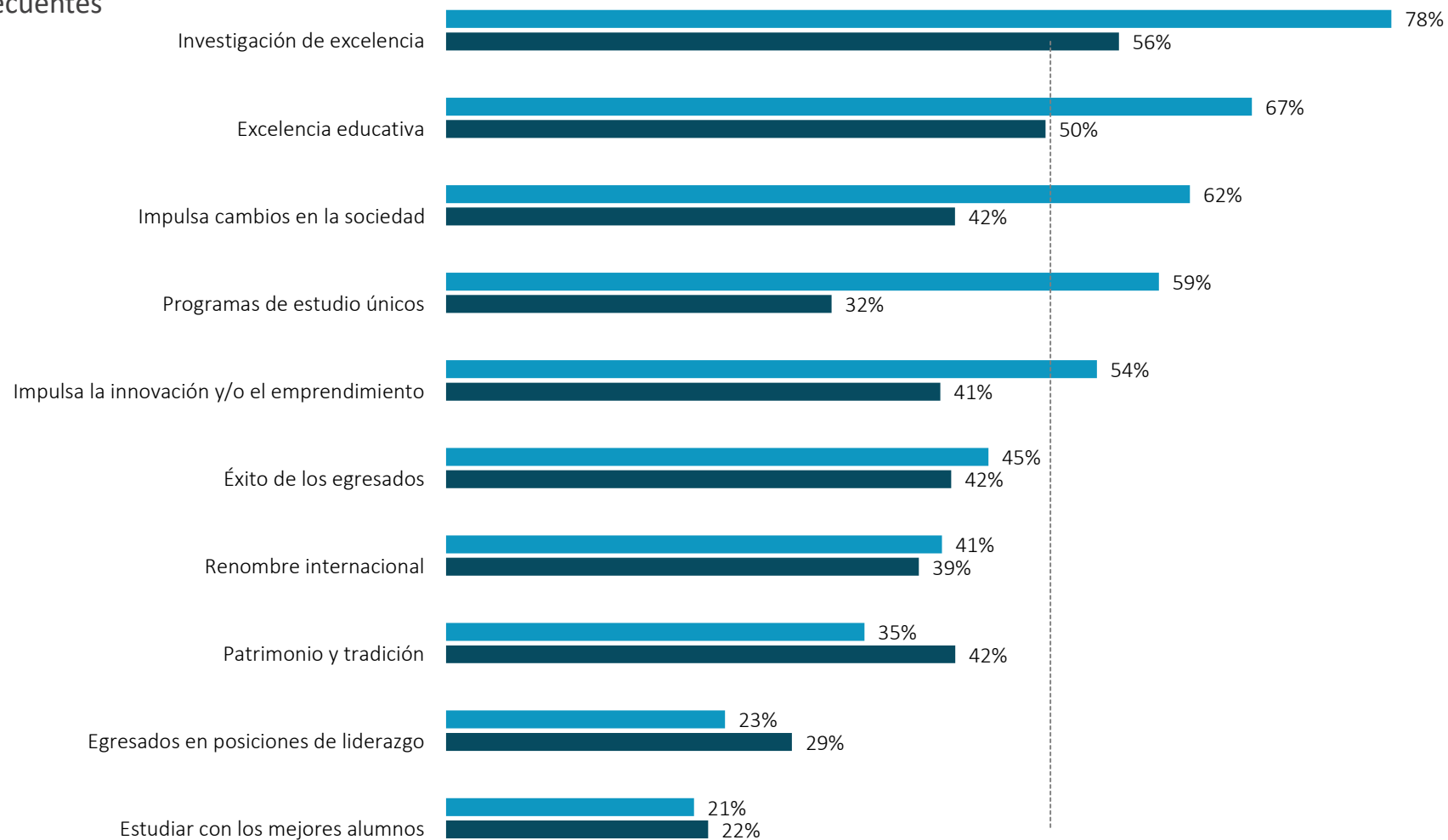
Comprender lo que tus estudiantes piensan sobre tu universidad comparando sus calificaciones con un contexto más amplio



# Reputación



## Asociaciones más frecuentes



● Sus estudiantes  
 ● Todos los estudiantes  
 - - - La línea representa el 50%

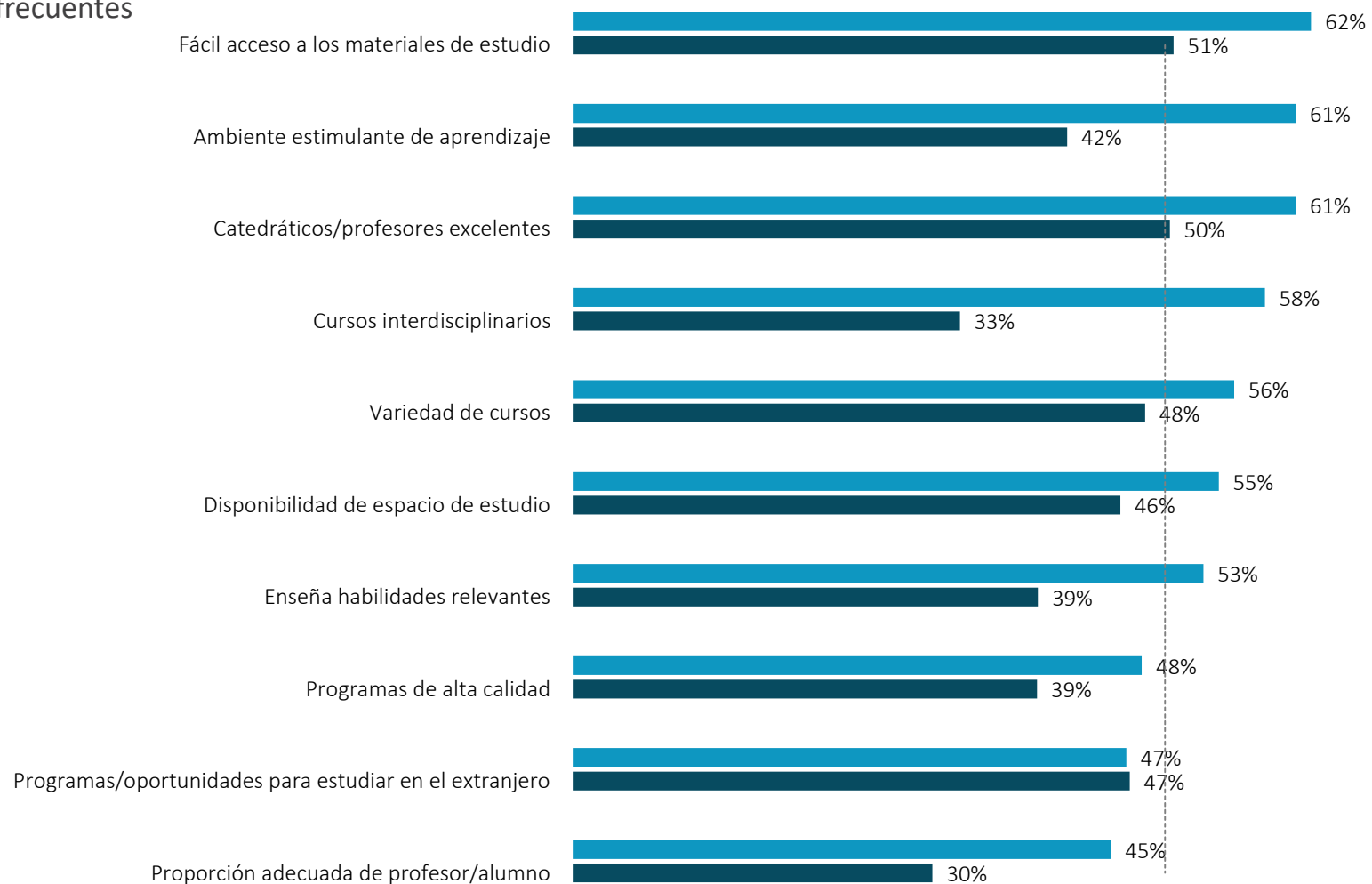


• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad o centro educativo? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

# Oferta Educativa



## Asociaciones más frecuentes



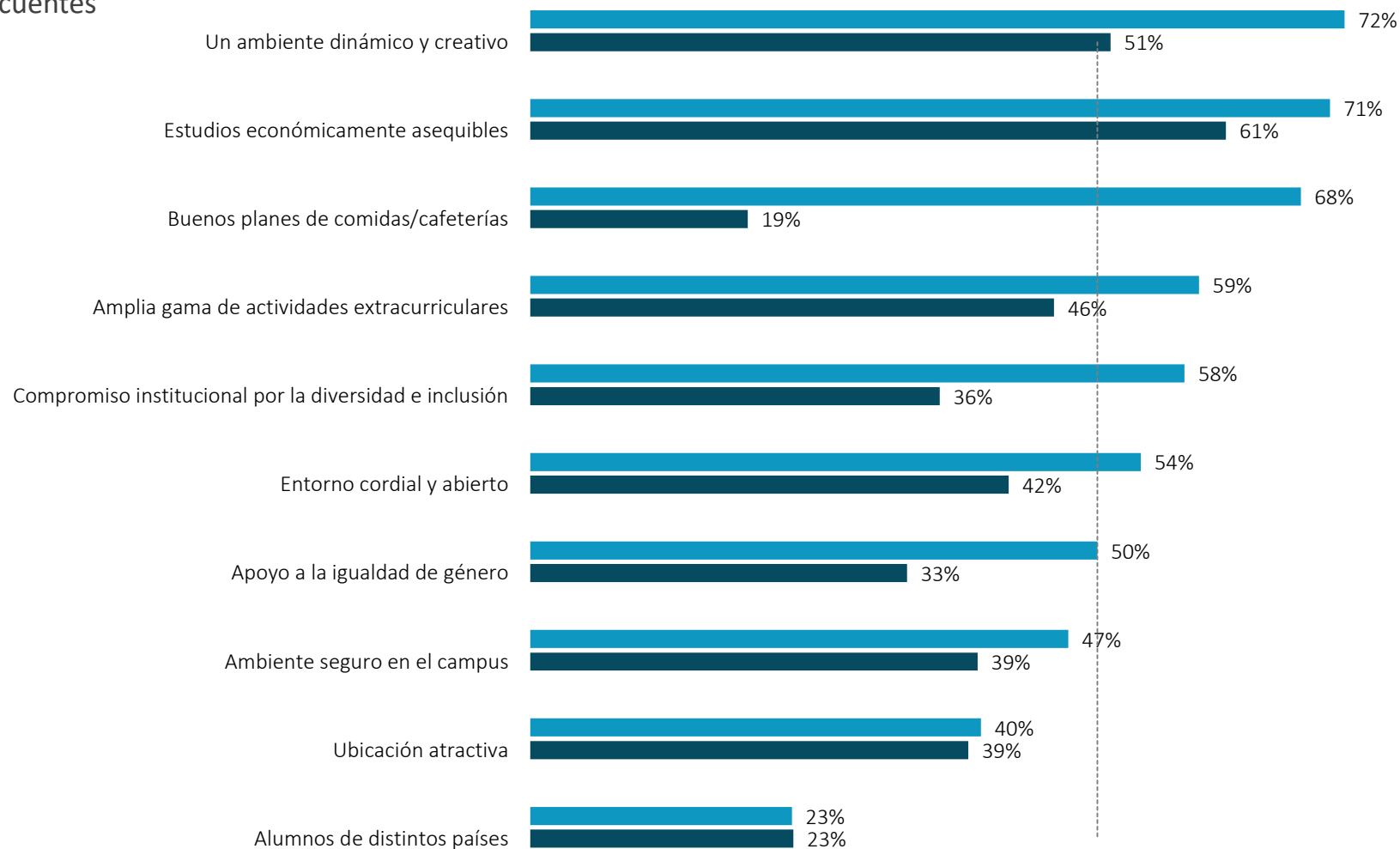
● Sus estudiantes  
 ● Todos los estudiantes  
 - - - La línea representa el 50%



• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad o centro educativo? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

# Cultura

## Asociaciones más frecuentes

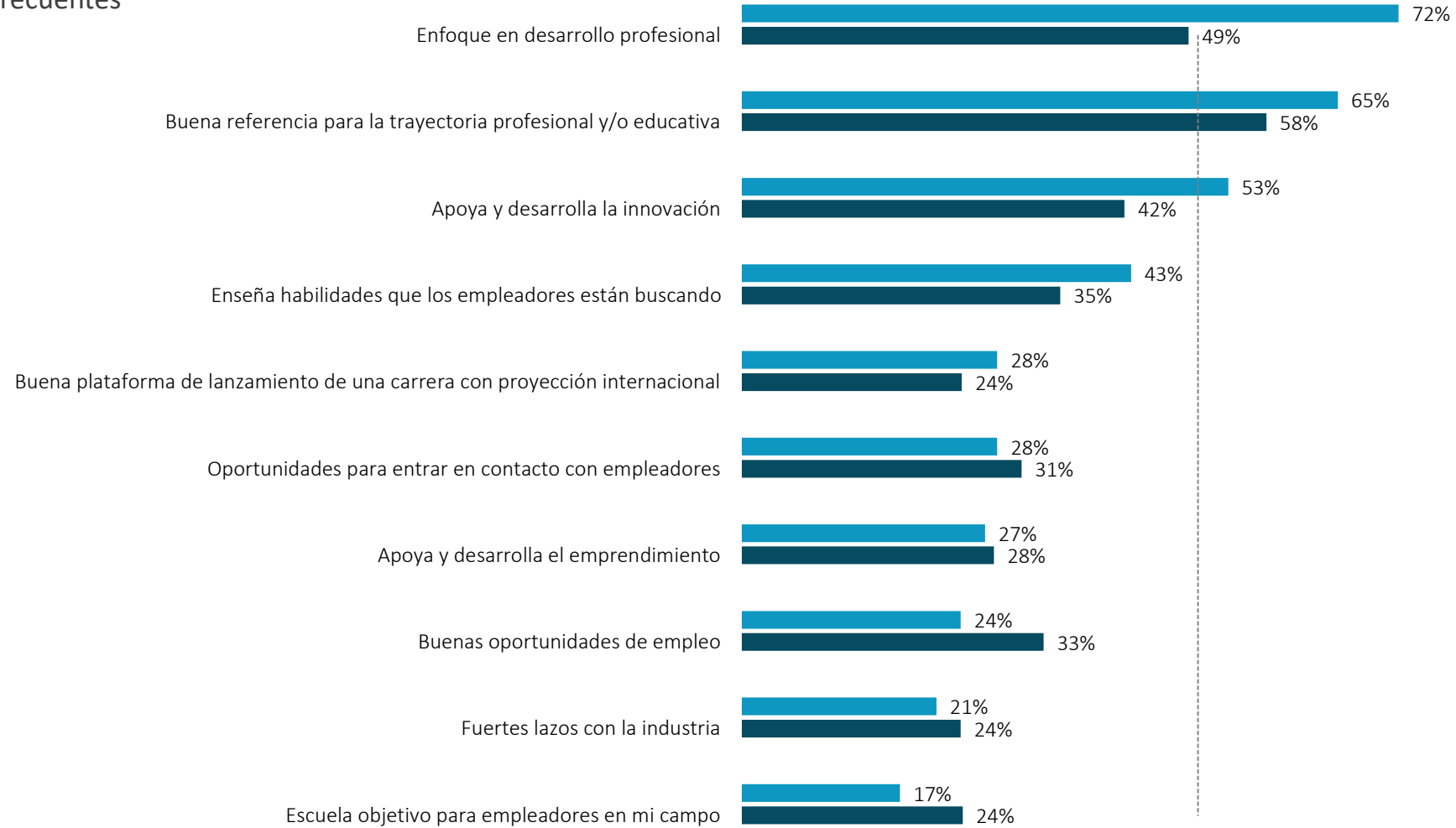


● Sus estudiantes  
 ● Todos los estudiantes  
 - - - La línea representa el 50%

• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad o centro educativo? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

# Empleabilidad

## Asociaciones más frecuentes



● Sus estudiantes  
 ● Todos los estudiantes  
 - - - La línea representa el 50%



• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad o centro educativo? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

# ¿A qué pilar se inclina tu marca según sus estudiantes?

**Reputación**

5 atributos

**Empleabilidad**

4 atributos



**Cultura**

5 atributos

**Oferta Educativa**

5 atributos

• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad o centro educativo? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

• Ten en cuenta que el listado de atributos que se muestra aquí corta los cuatro pilares de atraktividad en conjunto (es decir, los 40 atributos juntos y no cada grupo por separado).  
 • El círculo exterior muestra datos de Sus estudiantes.  
 • El círculo interior muestra datos de Todos los estudiantes.

# Aspectos del atractivo universitario 2022 a nivel mundial: todos los estudiantes (1/2)



| LOS 10 ATRIBUTOS MÁS ATRACTIVOS EN TODO EL MUNDO               | Argentina | Austria | Brasil | Canadá | Chile | China | Colombia | Chequia | Dinamarca | Egipto | Finlandia | Francia | Alemania | Hong Kong | India | Irlanda | Italia |
|--|-----------|---------|--------|--------|-------|-------|----------|---------|-----------|--------|-----------|---------|----------|-----------|-------|---------|--------|
| Excelencia educativa   | 1         | 1       | 1      | 1      | 1     | 7     | 2        | 5       | 3         | 3      | 1         | 7       | 1        | 2         | 1     | 1       | 1      |
| Catedráticos/profesores excelentes                             | 6         | 3       | 2      | 2      | 4     | 5     | 10       | 3       | 1         | 1      | 6         | 3       | 3        | 6         | 2     | 2       | 2      |
| Entorno cordial y abierto                                      | 4         | 2       | 8      | 6      | 10    | 4     | 14       | 1       | 2         | 8      | 2         | 4       | 2        | 1         | 5     | 3       | 7      |
| Buenas oportunidades de empleo                                 | 8         | 5       | 5      | 5      | 7     | 3     | 8        | 4       | 4         | 2      | 3         | 8       | 8        | 3         | 3     | 4       | 5      |
| Programas de alta calidad                                      | 5         | 9       | 13     | 3      | 6     | 8     | 1        | 6       | 5         | 10     | 9         | 2       | 13       | 4         | 6     | 5       | 4      |
| Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa | 13        | 8       | 3      | 8      | 9     | 2     | 7        | 8       | 6         | 20     | 8         | 6       | 7        | 5         | 9     | 9       | 11     |
| Un ambiente dinámico y creativo                                | 2         | 10      | 6      | 13     | 8     | 1     | 3        | 11      | 8         | 4      | 13        | 5       | 9        | 8         | 11    | 17      | 3      |
| Enseña habilidades relevantes                                  | 12        | 7       | 9      | 9      | 11    | 12    | 11       | 13      | 9         | 12     | 4         | 12      | 6        | 9         | 10    | 8       | 10     |
| Estudios económicamente asequibles                             | 9         | 4       | 22     | 4      | 15    | 27    | 6        | 7       | 31        | 11     | 16        | 14      | 5        | 10        | 4     | 7       | 6      |
| Ambiente seguro en el campus                                   | 14        | 26      | 12     | 7      | 3     | 11    | 5        | 19      | 24        | 7      | 10        | 27      | 25       | 16        | 8     | 6       | 12     |

? • ¿Cuál de estos es más importante para ti? (Selecciona un máximo de 3 alternativas).

! • Los números en la tabla demuestran dónde se clasifican individualmente los 10 atributos más atractivos globales en cada país.

## Aspectos del atractivo universitario 2022 a nivel mundial: todos los estudiantes (2/2)



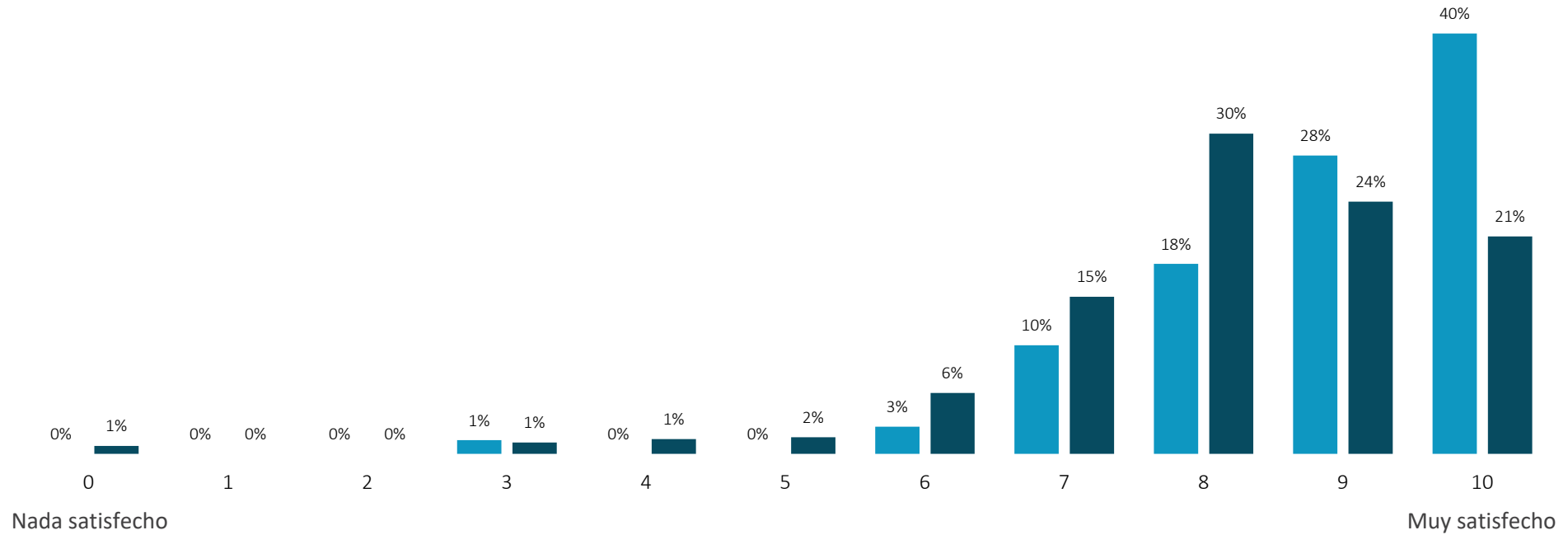
| LOS 10 ATRIBUTOS MÁS ATRACTIVOS EN TODO EL MUNDO               | México | Países Bajos | Noruega | Filipinas | Polonia | Arabia Saudita | Singapur | Sudáfrica | España | Suiza | Suiza | Taiwán | Tailandia | Turquía | EAU | Reino Unido | EE.UU |
|--|--------|--------------|---------|-----------|---------|----------------|----------|-----------|--------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----|-------------|-------|
| Excelencia educativa   | 1      | 1            | 3       | 1         | 1       | 3              | 1        | 1         | 2      | 1     | 1     | 5      | 2         | 2       | 1   | 1           | 1     |
| Catedráticos/profesores excelentes                             | 5      | 9            | 1       | 2         | 4       | 1              | 3        | 3         | 1      | 2     | 2     | 3      | 3         | 10      | 3   | 2           | 2     |
| Entorno cordial y abierto                                      | 16     | 2            | 2       | 4         | 6       | 5              | 4        | 7         | 8      | 3     | 3     | 9      | 5         | 7       | 6   | 3           | 5     |
| Buenas oportunidades de empleo                                 | 7      | 4            | 8       | 5         | 7       | 2              | 2        | 4         | 6      | 7     | 7     | 1      | 1         | 8       | 4   | 4           | 6     |
| Programas de alta calidad                                      | 2      | 3            | 6       | 7         | 9       | 6              | 7        | 6         | 3      | 5     | 4     | 19     | 28        | 3       | 5   | 5           | 3     |
| Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa | 12     | 8            | 9       | 9         | 5       | 21             | 10       | 8         | 15     | 4     | 8     | 6      | 16        | 6       | 9   | 7           | 7     |
| Un ambiente dinámico y creativo                                | 4      | 5            | 16      | 11        | 8       | 8              | 11       | 15        | 4      | 9     | 10    | 2      | 15        | 5       | 13  | 12          | 11    |
| Enseña habilidades relevantes                                  | 9      | 15           | 5       | 10        | 3       | 16             | 6        | 10        | 21     | 10    | 6     | 17     | 4         | 15      | 14  | 9           | 9     |
| Estudios económicamente asequibles                             | 10     | 18           | 18      | 3         | 25      | 20             | 9        | 5         | 5      | 6     | 34    | 4      | 18        | 29      | 16  | 17          | 4     |
| Ambiente seguro en el campus                                   | 6      | 7            | 4       | 6         | 31      | 7              | 5        | 2         | 20     | 27    | 5     | 18     | 14        | 14      | 2   | 6           | 8     |

? • ¿Cuál de estos es más importante para ti? (Selecciona un máximo de 3 alternativas).

! • Los números en la tabla demuestran dónde se clasifican individualmente los 10 atributos más atractivos globales en cada país.

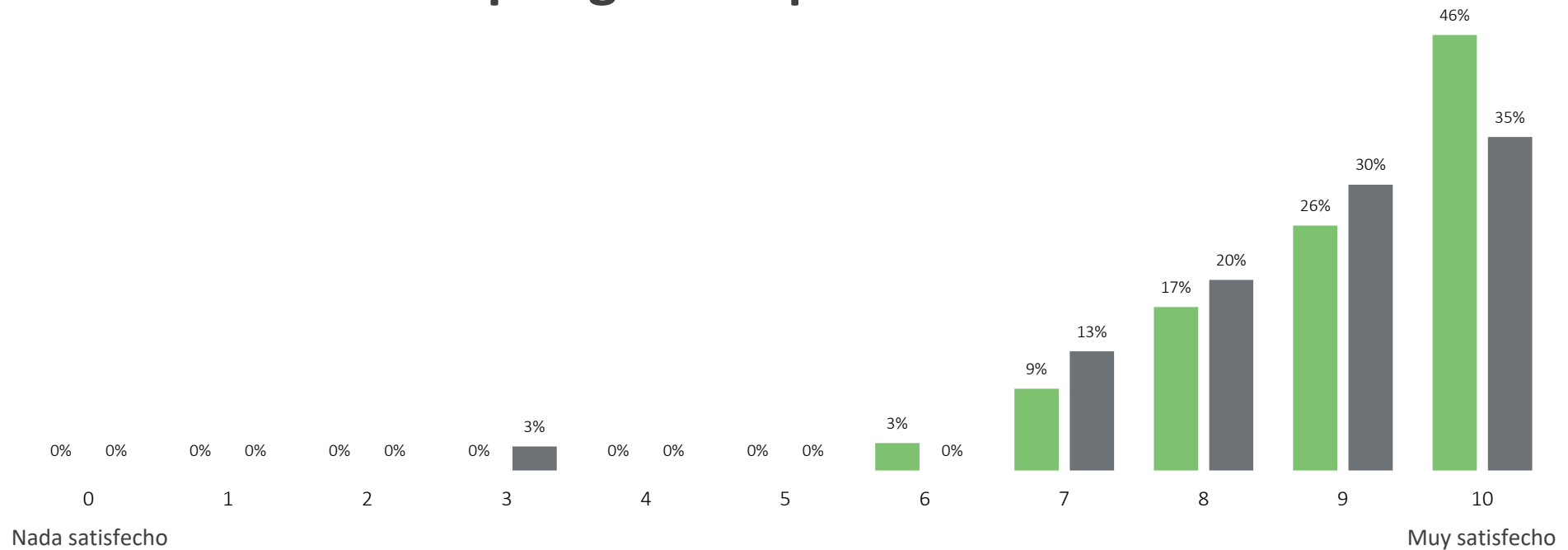


# Satisfacción con la universidad



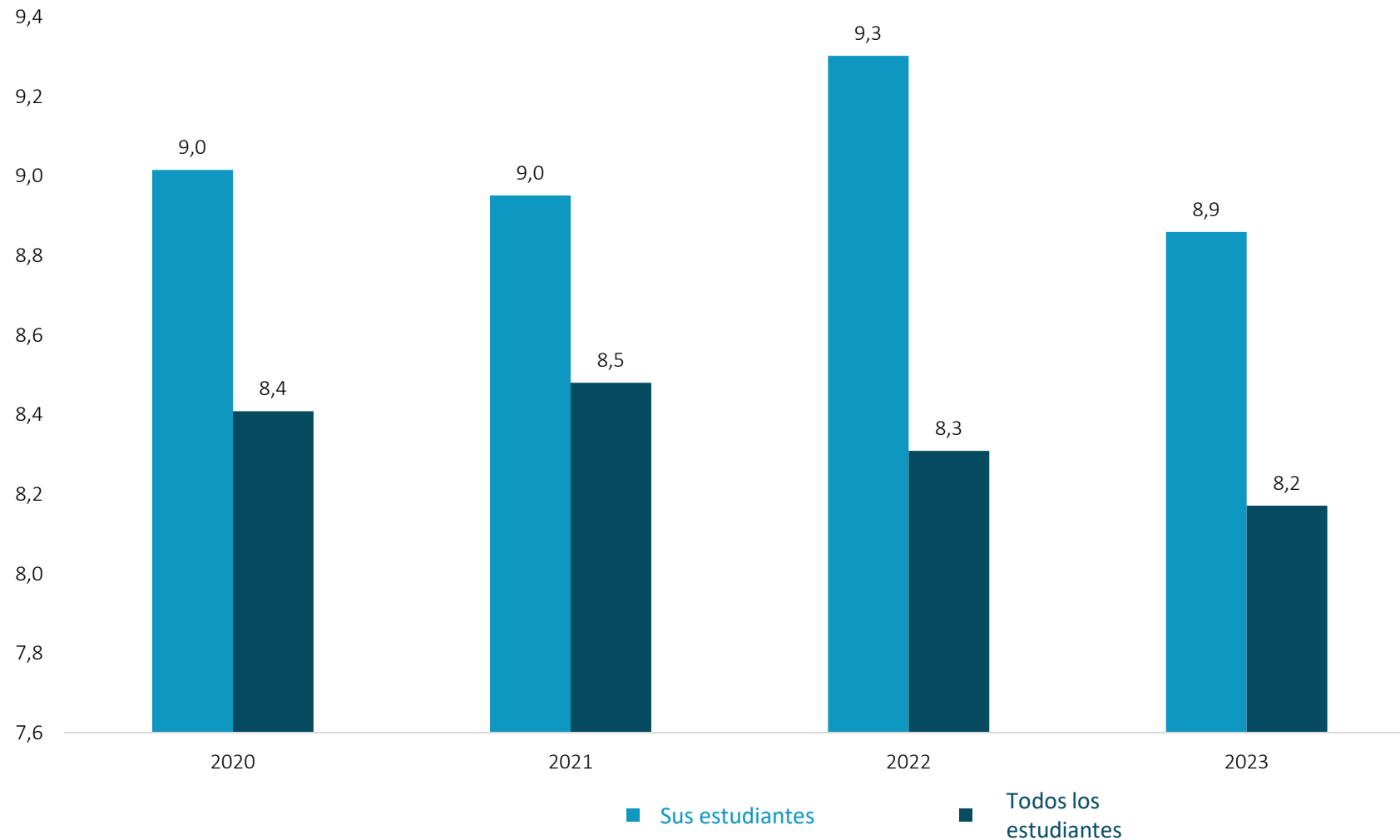
• ¿Cuán satisfecho/a estás con tu universidad o centro de estudios?

# Satisfacción universitaria por género | Tus estudiantes



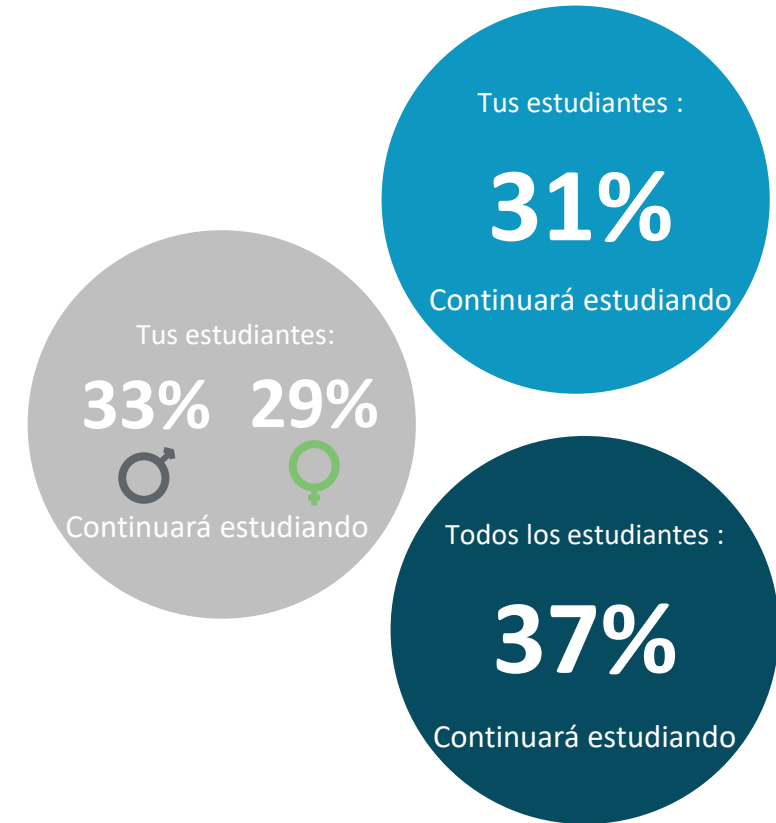
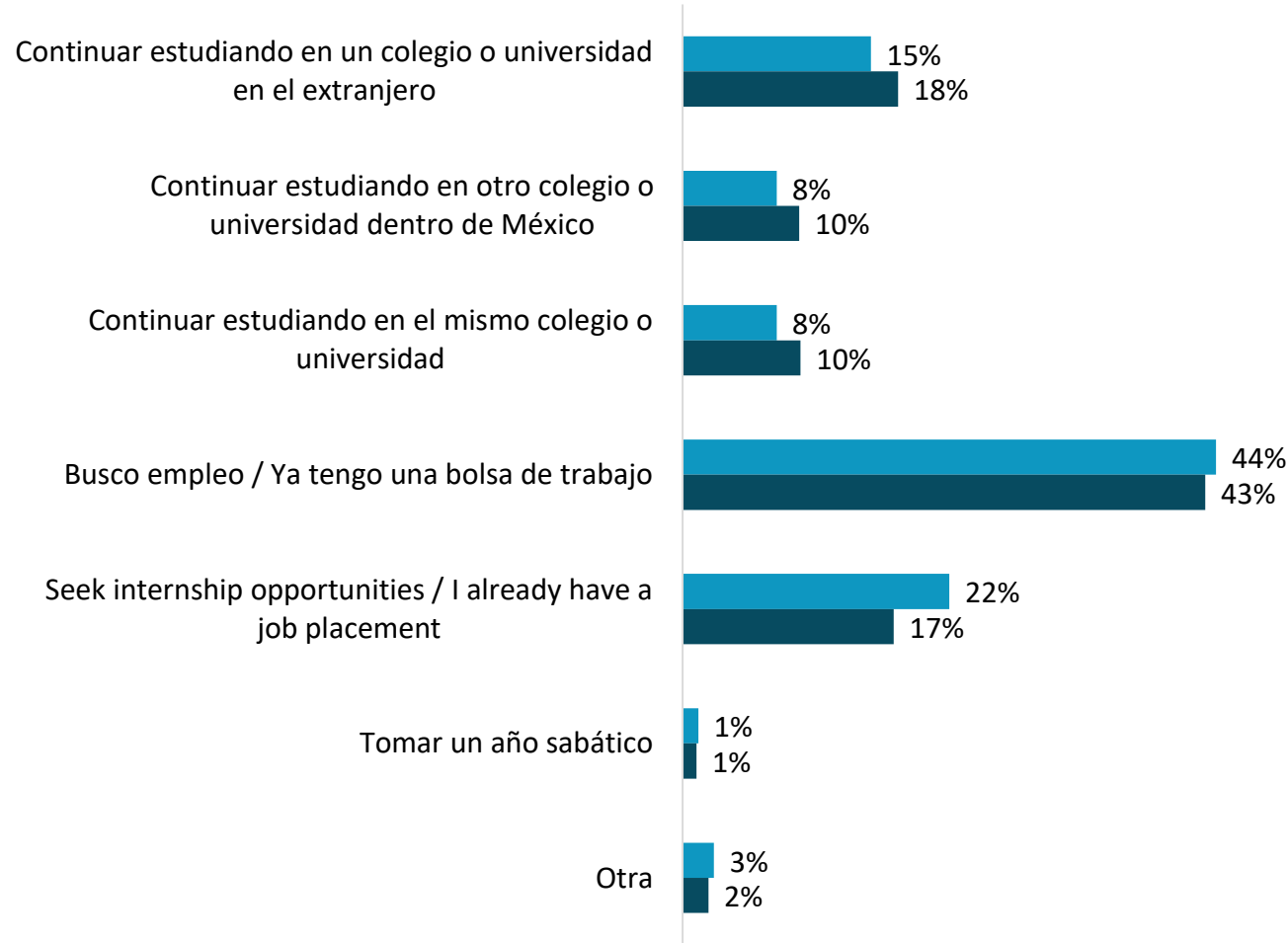
• ¿Cuán satisfecho/a estás con tu universidad o centro de estudios?

## Satisfacción universitaria con el tiempo



• ¿Cuán satisfecho/a estás con tu universidad o centro de estudios?

# Los planes de sus alumnos después de la graduación



- ¿Cuál de las siguientes opciones preferirías para tu primer trabajo después de la graduación?
- ¿Planeas continuar estudiando después de obtener tu título actual?

# Índice de contenidos

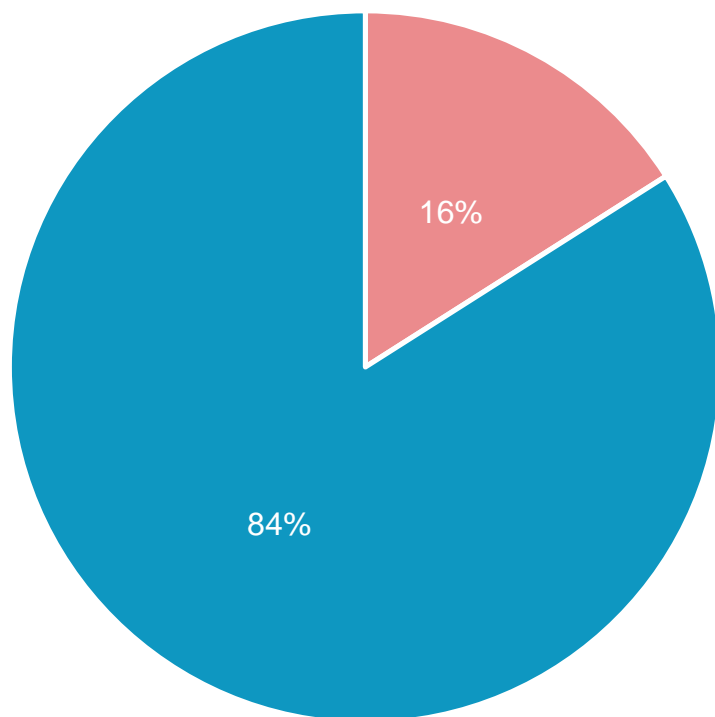
1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEL TALENTO
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
- 4. SERVICIOS DE CARRERA**
5. COMUNICACIÓN
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DEL EMPLEADOR
7. RESUMEN
8. APÉNDICE

Este capítulo ilustra qué servicios de carrera utiliza tu talento, qué servicios consideran importantes y qué tan satisfechos están con los servicios ofrecidos actualmente.

Te ayudará a enfocarte tácticamente en los servicios de carrera que tienen mayor demanda y son los más efectivos para tu talento.

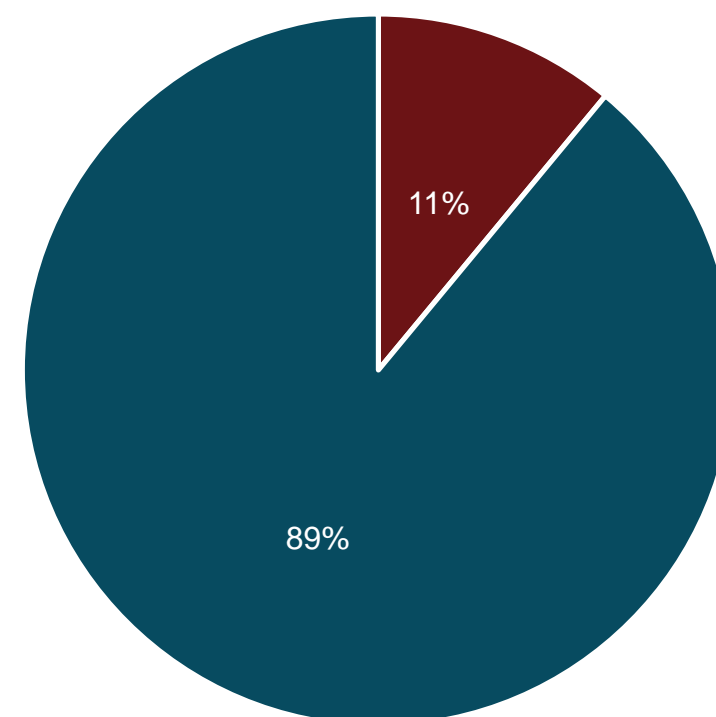
# Uso general de los servicios de carrera/orientación profesional

Sus estudiantes



- Parte de los estudiantes que usan uno o más servicios profesionales en su universidad
- Parte de los estudiantes que no usan ningún servicio profesional en su universidad

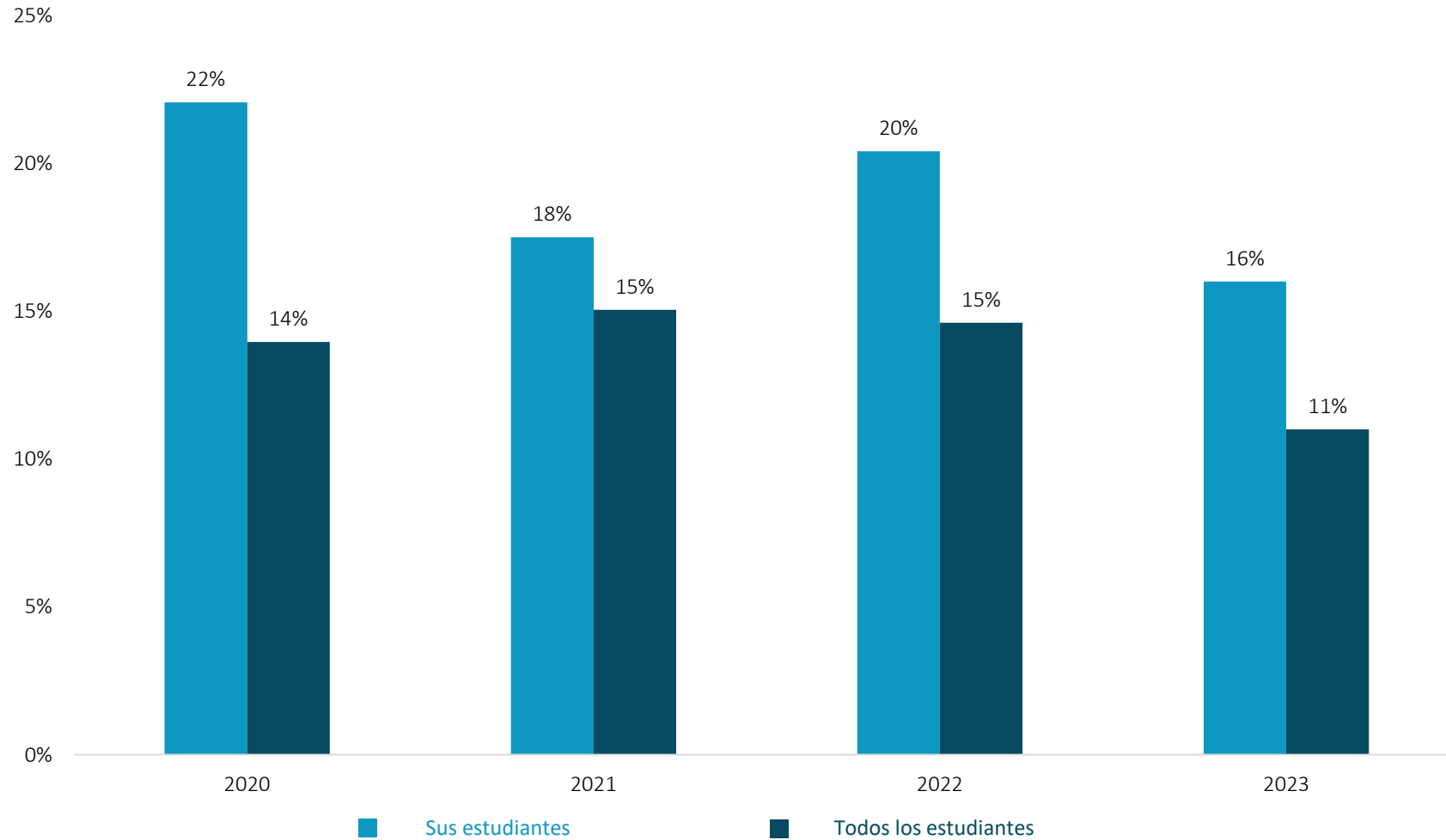
Todos los estudiantes



- Participación de estudiantes que usan uno o más servicios profesionales en su universidad
- Parte de los estudiantes que no usan ningún servicio profesional en su universidad

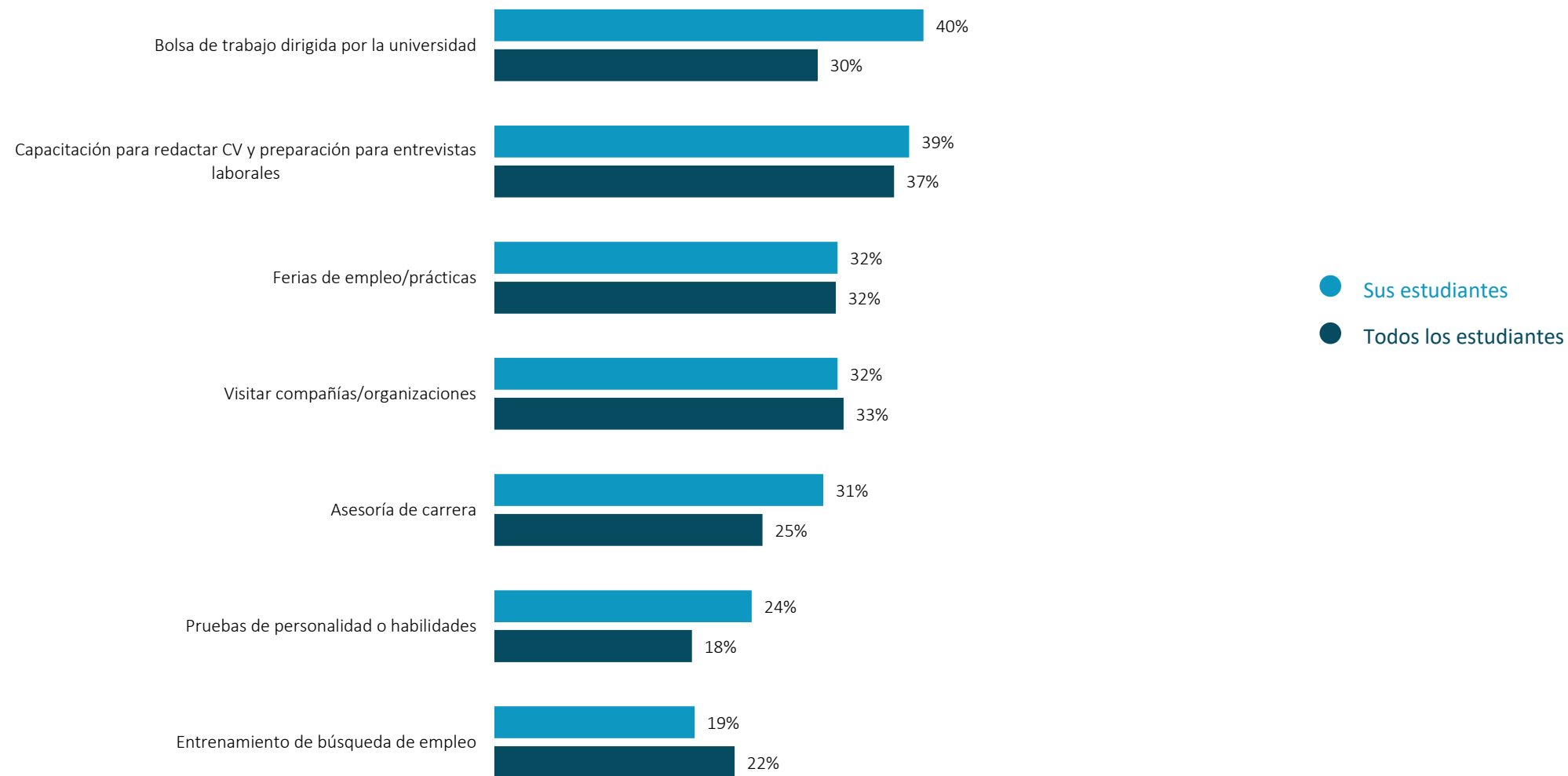
• ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional de tu universidad has utilizado?(Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

## % de estudiantes que no utiliza ningún servicio a la carrera



• ¿Cuál de estos servicios profesionales te parece más útil? (Por favor, selecciona un máximo de 3 alternativas).

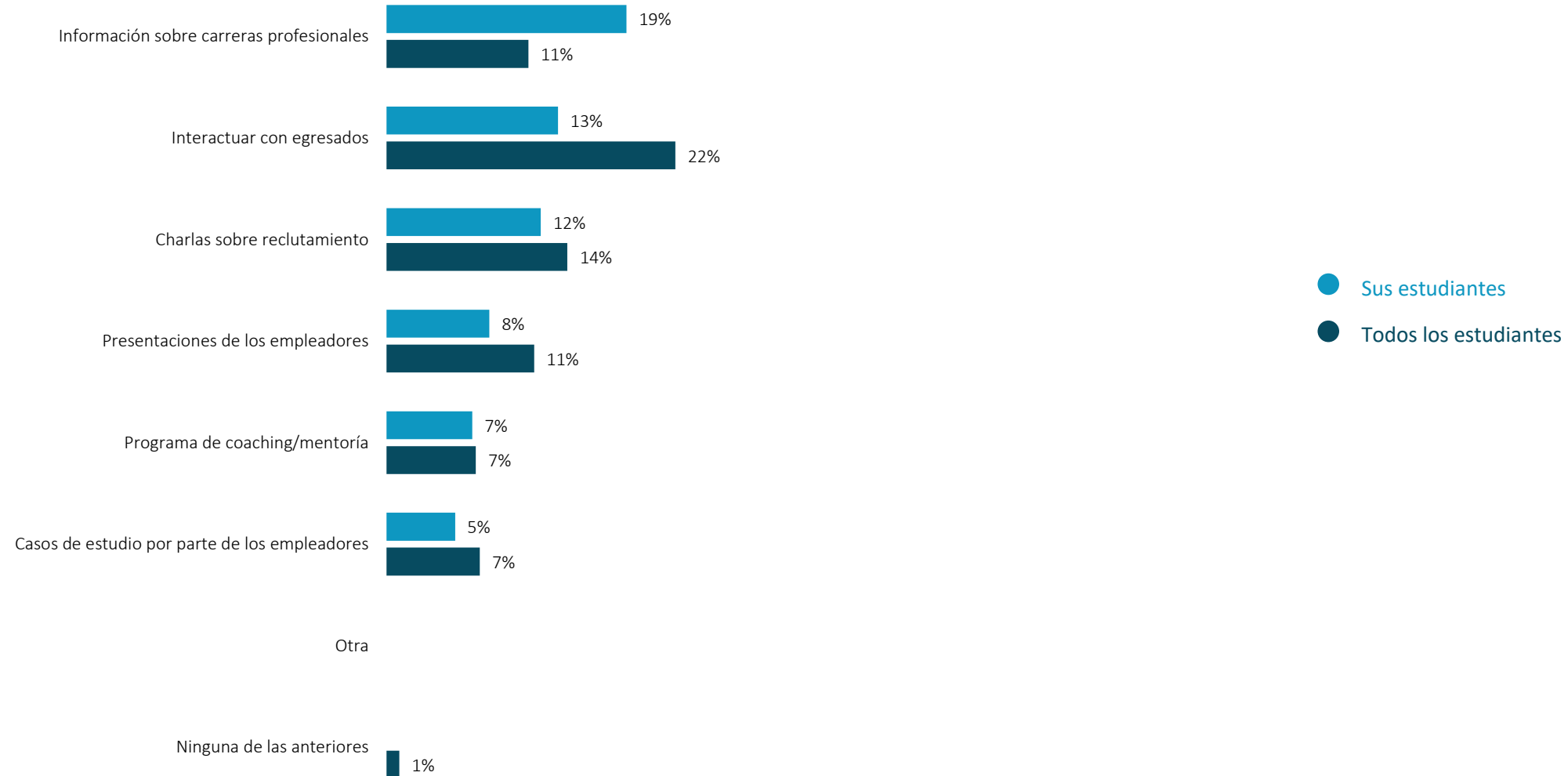
## Los servicios de carrera más útiles (1/2)



¿Cuál de estos servicios profesionales te parece más útil? (Por favor, selecciona un máximo de 3 alternativas).

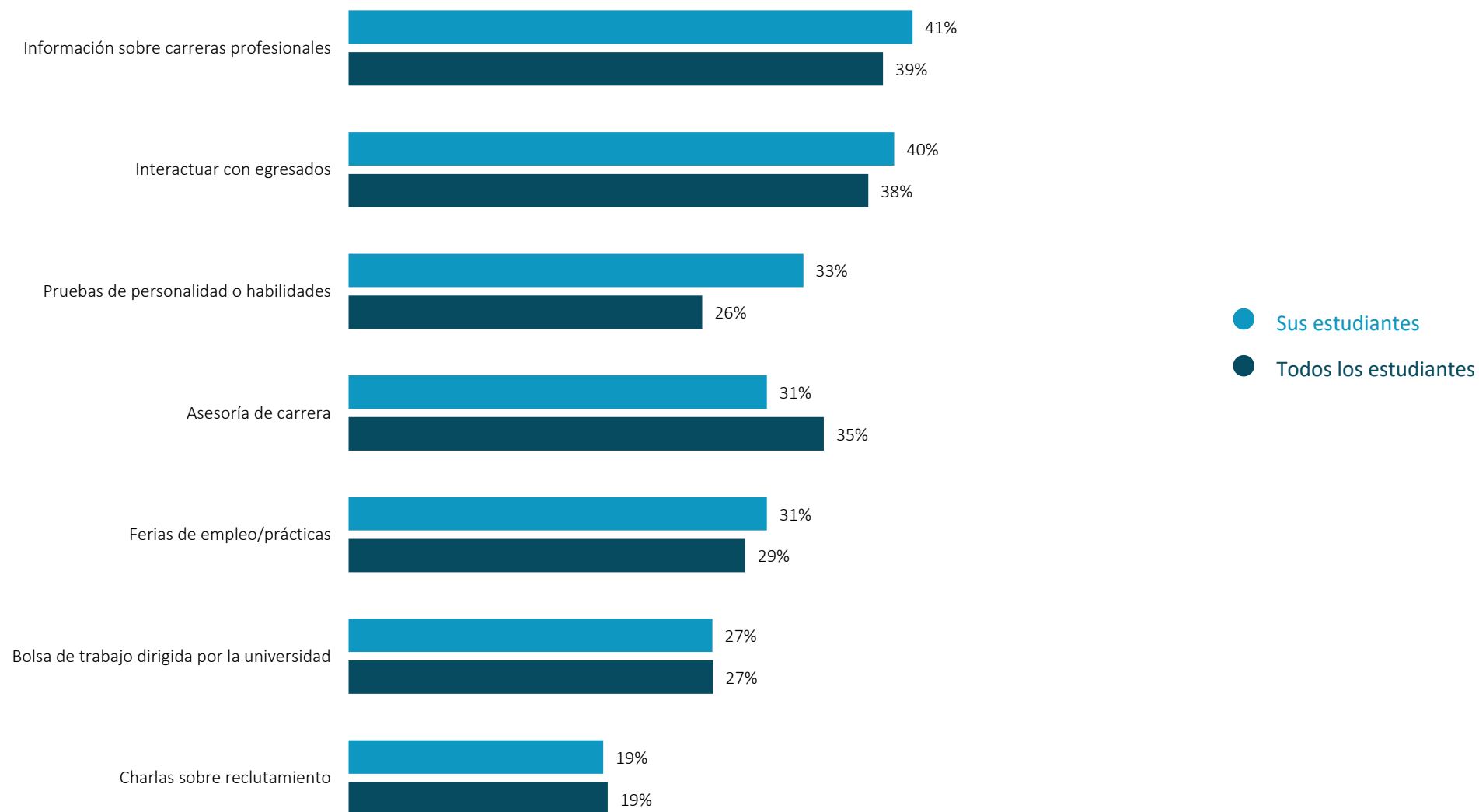


## Los servicios de carrera más útiles (2/2)



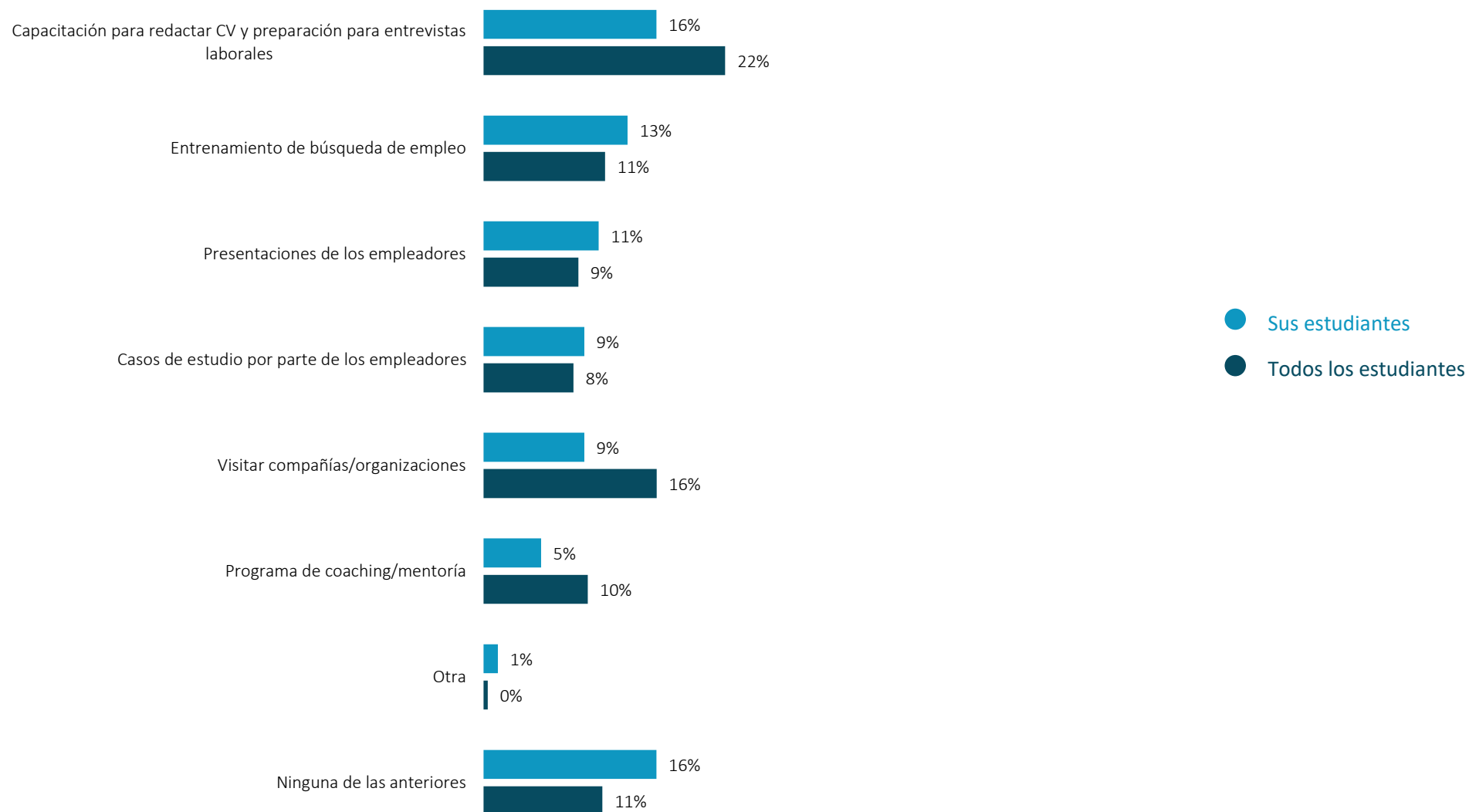
¿Cuál de estos servicios profesionales te parece más útil? (Por favor, selecciona un máximo de 3 alternativas).

## Los servicios de carrera más utilizados (1/2)



• ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional de tu universidad has utilizado?(Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

## Los servicios de carrera más utilizados (2/2)



• ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional de tu universidad has utilizado?(Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

## Los mayores cambios de 2022 a 2023: Uso del Servicio de Carrera

### Sus estudiantes

1. Pruebas de personalidad o habilidades 33% (20%)
2. Información sobre carreras profesionales 41% (31%)
3. Entrenamiento de búsqueda de empleo 13% (6%)

### Todos los estudiantes

1. Información sobre carreras profesionales 39% (35%)
2. Pruebas de personalidad o habilidades 26% (24%)
3. Visitar compañías/organizaciones 16% (15%)

Aumentado en el uso

Disminuído en el uso

1. Programa de coaching/mentoría 5% (12%)
2. Visitar compañías/organizaciones 9% (18%)
3. Bolsa de trabajo dirigida por la universidad 27% (51%)

1. Charlas sobre reclutamiento 19% (23%)
2. Presentaciones de los empleadores 9% (14%)
3. Bolsa de trabajo dirigida por la universidad 27% (32%)

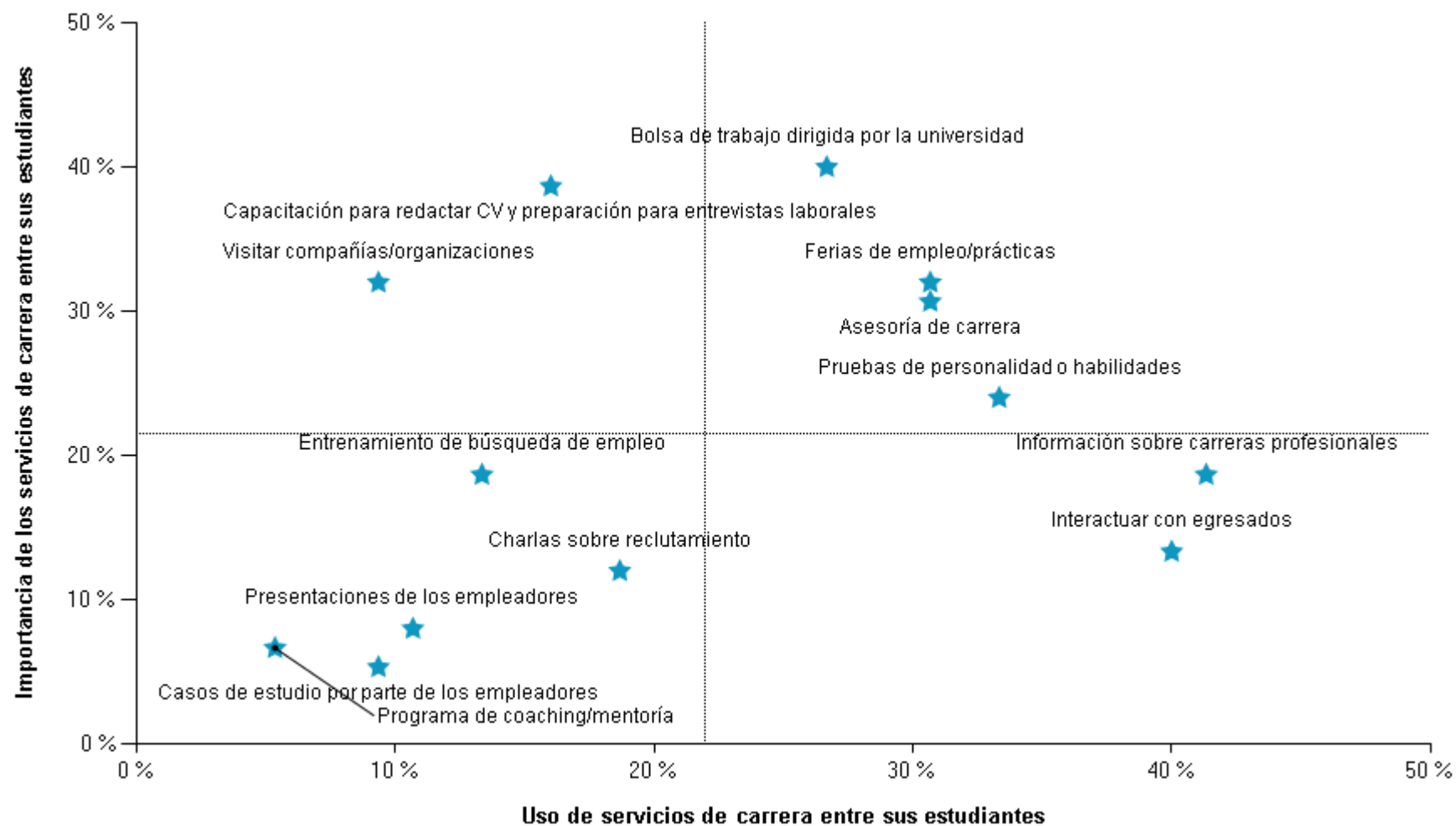
• ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional de tu universidad has utilizado?(Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

• Los números junto a los servicios profesionales muestran el porcentaje de 2023 con el porcentaje de 2022 en ().

# ¿Tus estudiantes están utilizando los servicios que consideran importantes?



# Demanda de servicios profesionales versus uso



- ¿Cuál de estos servicios de carrera te parece más útil? (Por favor, selecciona un máximo de 3 alternativas.)
- ¿Cuál de estos servicios de carrera ha utilizado en su colegio o universidad? (Por favor, selecciona todos los que sean aplicables.)

! Las líneas punteadas representan la importancia promedio de los servicios y el uso promedio entre sus alumnos.

## Desglose para la demanda y el uso de los servicios profesionales por título

### Los servicios profesionales más buscados para estudiantes de licenciatura

1. Bolsa de trabajo dirigida por la universidad
2. Capacitación para redactar CV y preparación para entrevistas laborales
3. Ferias de empleo/prácticas



### Los servicios de orientación más buscados por los estudiantes de licenciatura



### Los servicios de orientación más utilizados por los estudiantes de licenciatura

1. Información sobre carreras profesionales
2. Interactuar con egresados
3. Pruebas de personalidad o habilidades

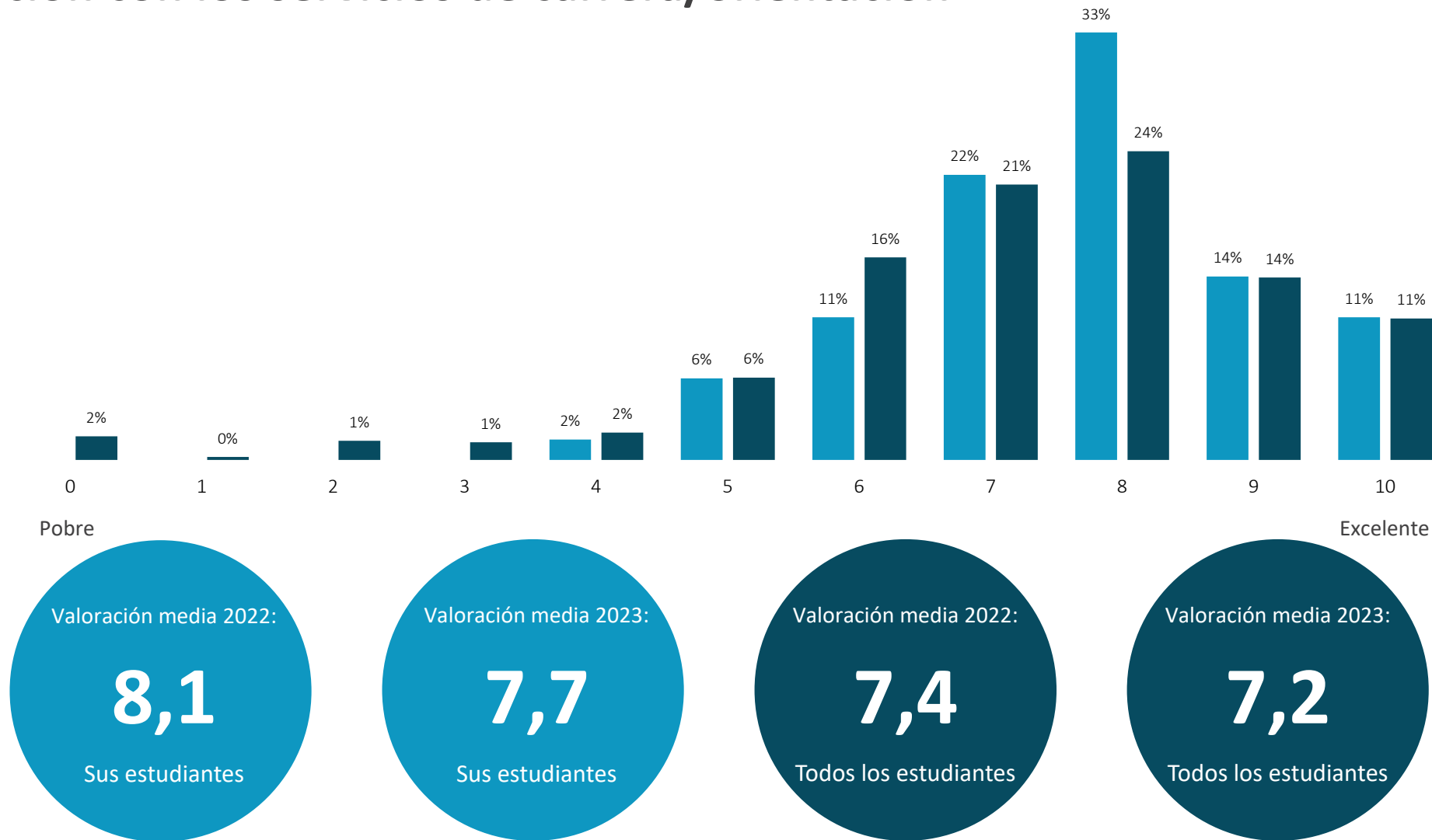


### Los servicios de orientación más buscados por los estudiantes de maestría



- ¿Cuál de estos servicios profesionales encuentra los más útiles? (Seleccione un máximo de 3 alternativas).
- ¿Cuál de estos servicios profesionales ha utilizado en su universidad o universidad? Seleccione tantos como corresponda

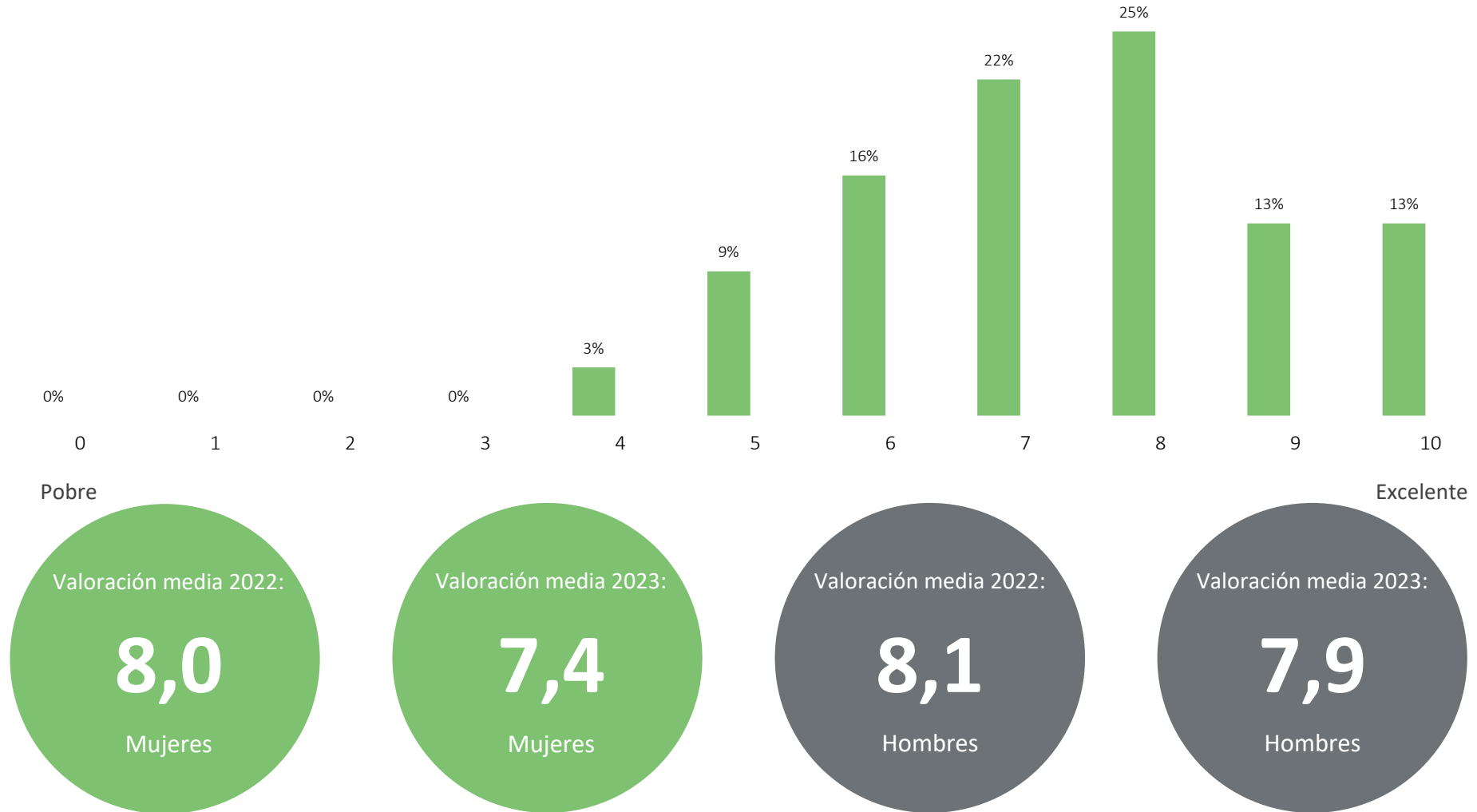
# Satisfacción con los servicios de carrera/orientación



• ¿Cómo calificarías los servicios de orientación profesional ofrecidos en tu universidad? (0 - Pobre, 10 - Excelente)

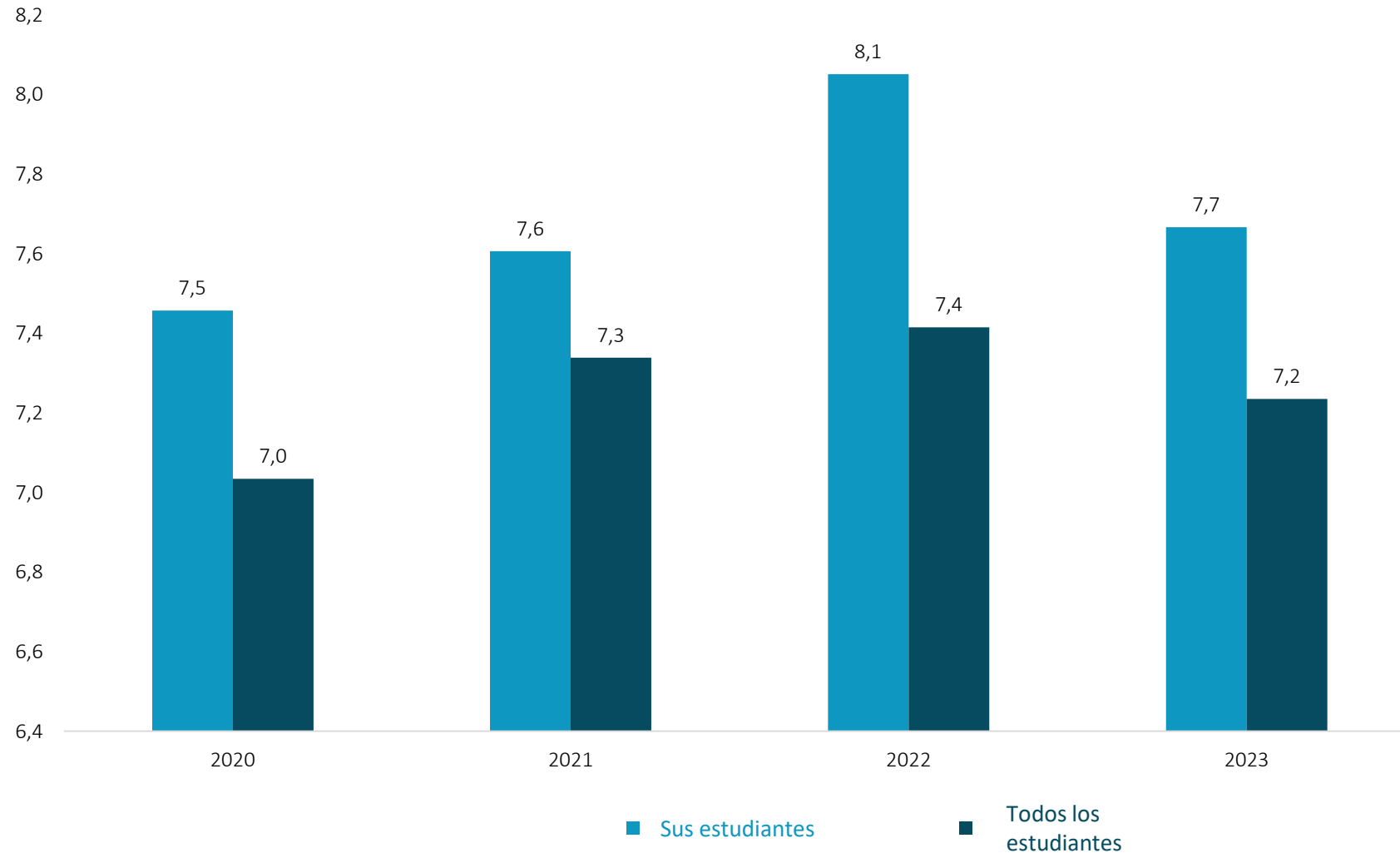


# Satisfacción con los servicios profesionales por género | Tus estudiantes



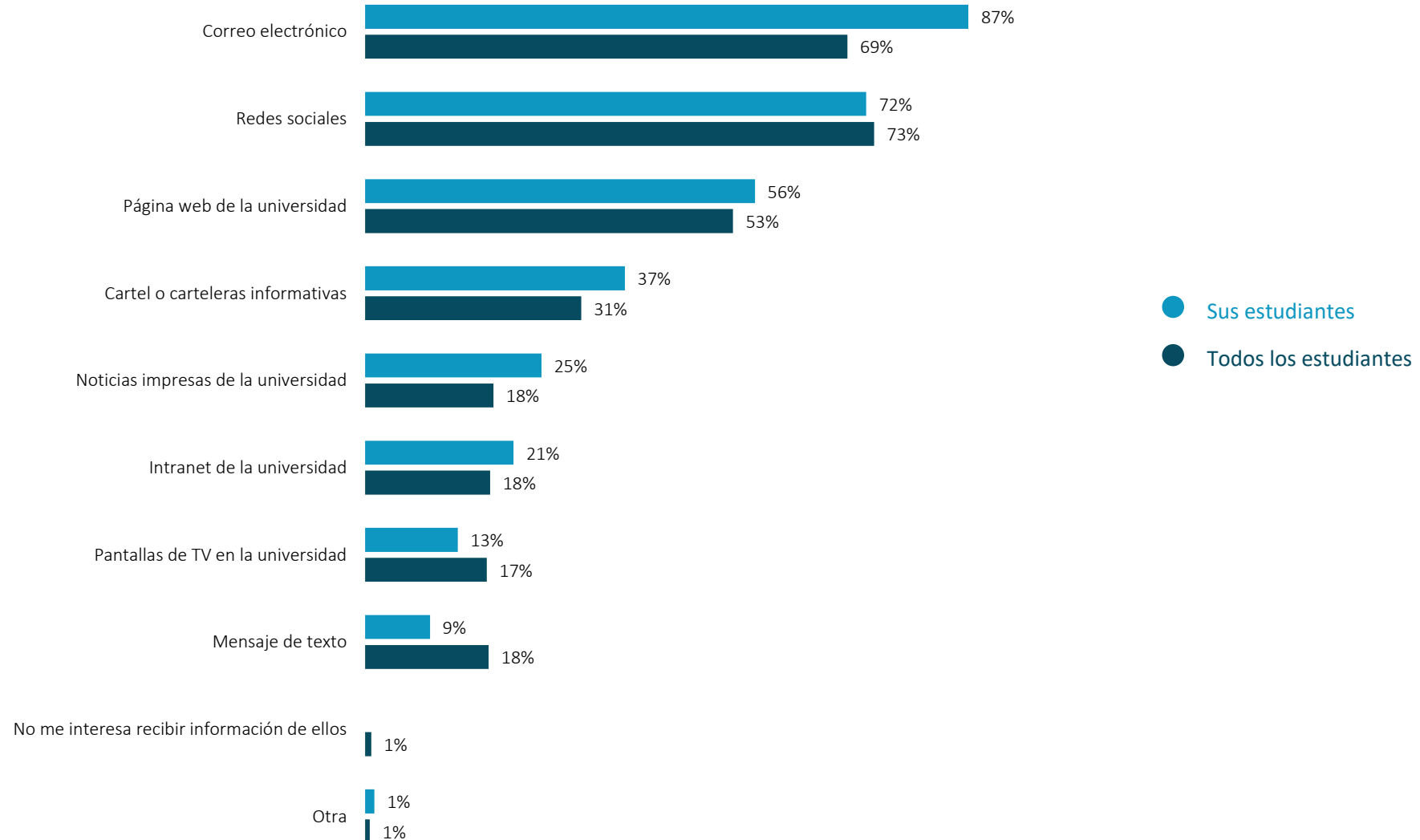
¿Cuán satisfecho/a estás con tu universidad o centro de estudios?

## Satisfacción de servicios de orientación profesional en el tiempo



¿Cómo calificarías los servicios de orientación profesional ofrecidos en tu universidad? (0 - Pobre, 10 - Excelente)

# Canales favoritos para obtener información sobre el servicio a la carrera



• ¿Qué canales te gustaría que utilizara el departamento de servicios de orientación profesional para comunicarse contigo? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

# Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEL TALENTO
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
4. SERVICIOS DE CARRERA
- 5. COMUNICACIÓN**
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DEL EMPLEADOR
7. RESUMEN
8. APÉNDICE

Este capítulo cubre cómo tu talento prefiere comunicarse e interactuar con los empleadores.

Revelará dónde los empleadores son comunicadores exitosos.

Además, educará a los empleadores sobre las plataformas que deberían usar para interactuar con su talento.

# Mejores actividades de reclutamiento

Sus estudiantes



Todos los estudiantes

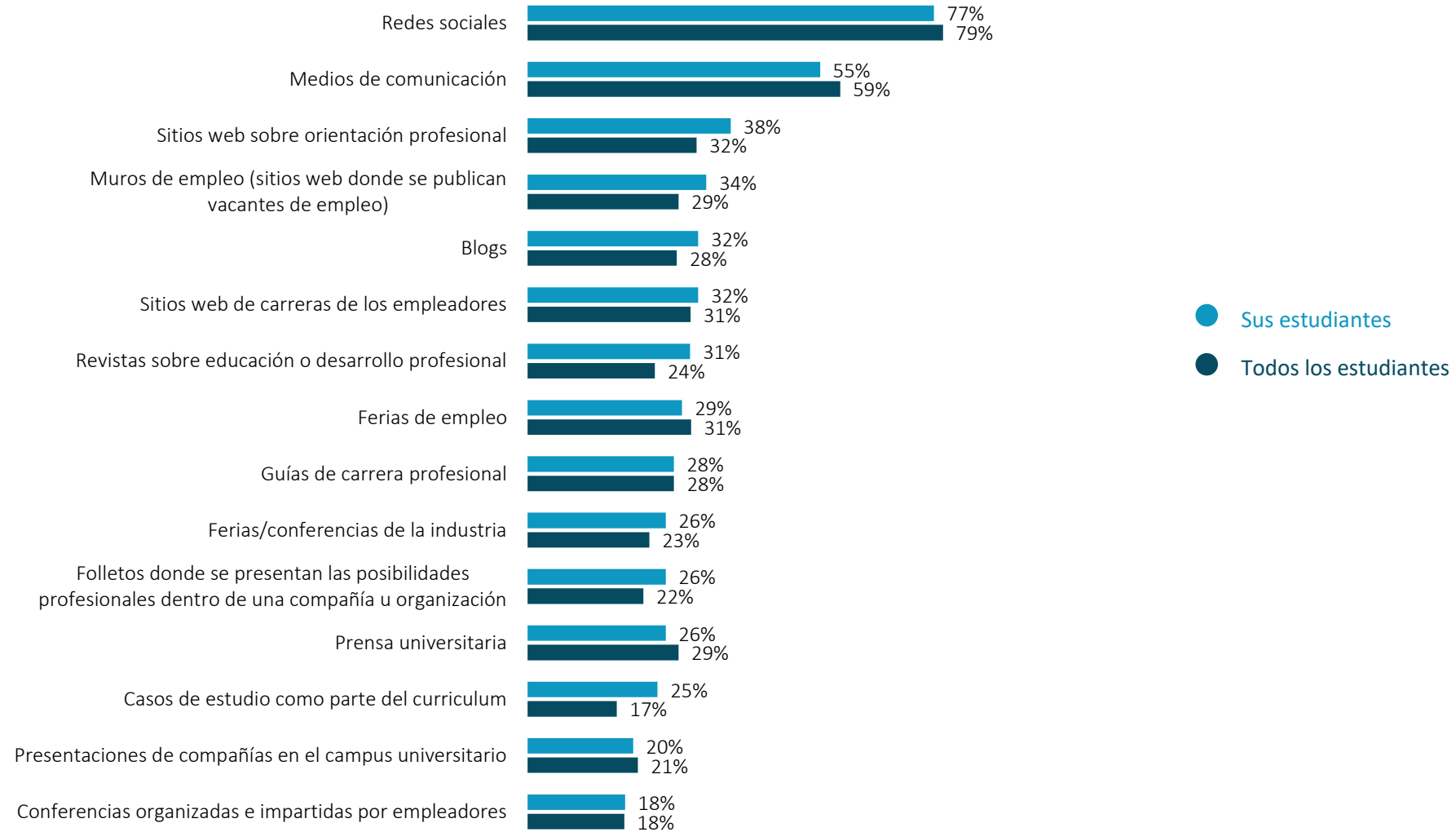


¿Qué empleador te ha impresionado más con sus actividades de reclutamiento/captación del talento a través de tu universidad en los últimos 12 meses?

# Nuestra categorización para los canales de comunicación

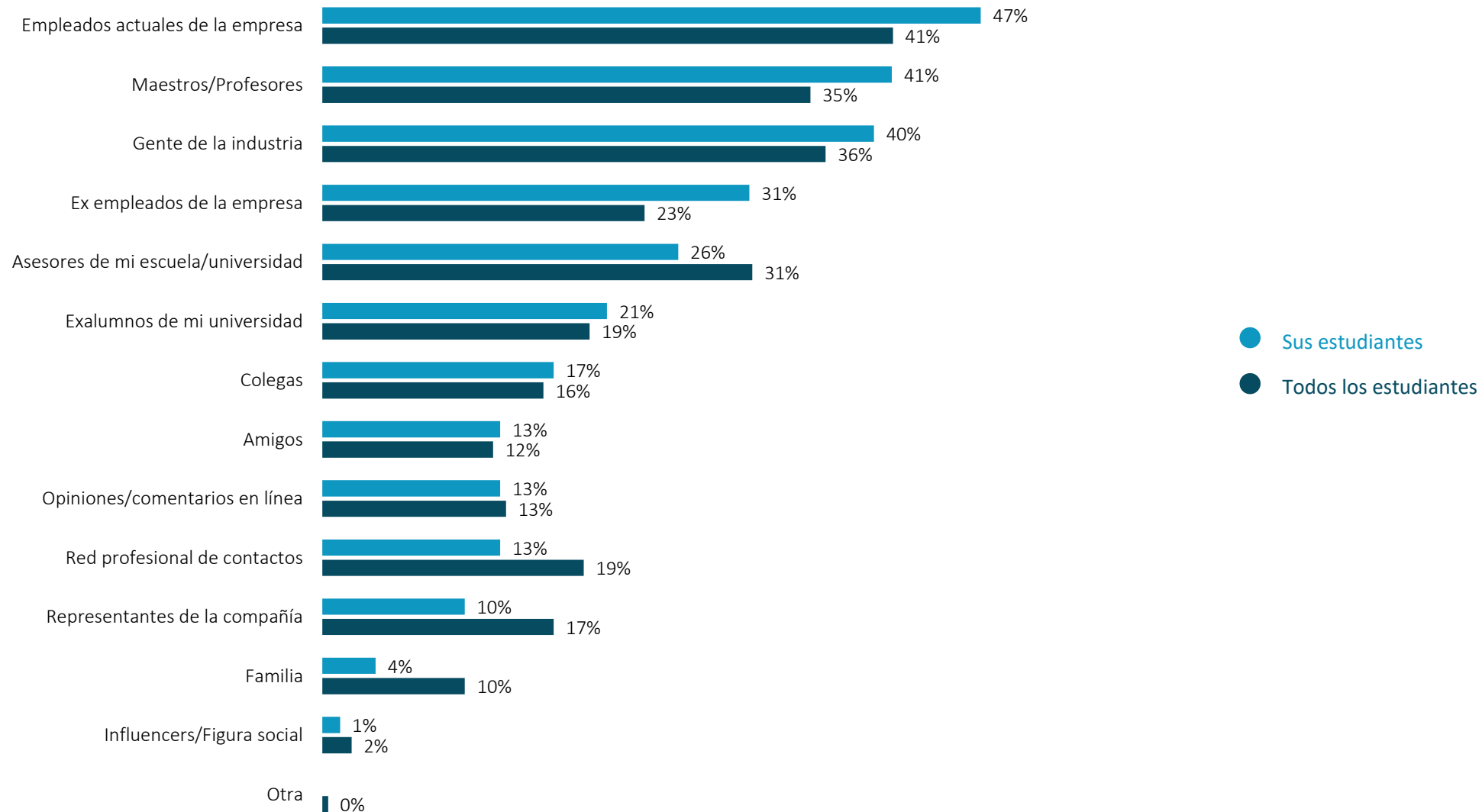


# Canales de comunicación - Top 15



¿A través de qué medios de comunicación te has informado sobre estos empleadores en los últimos 12 meses? Por favor selecciona todas las alternativas que consideres convenientes.

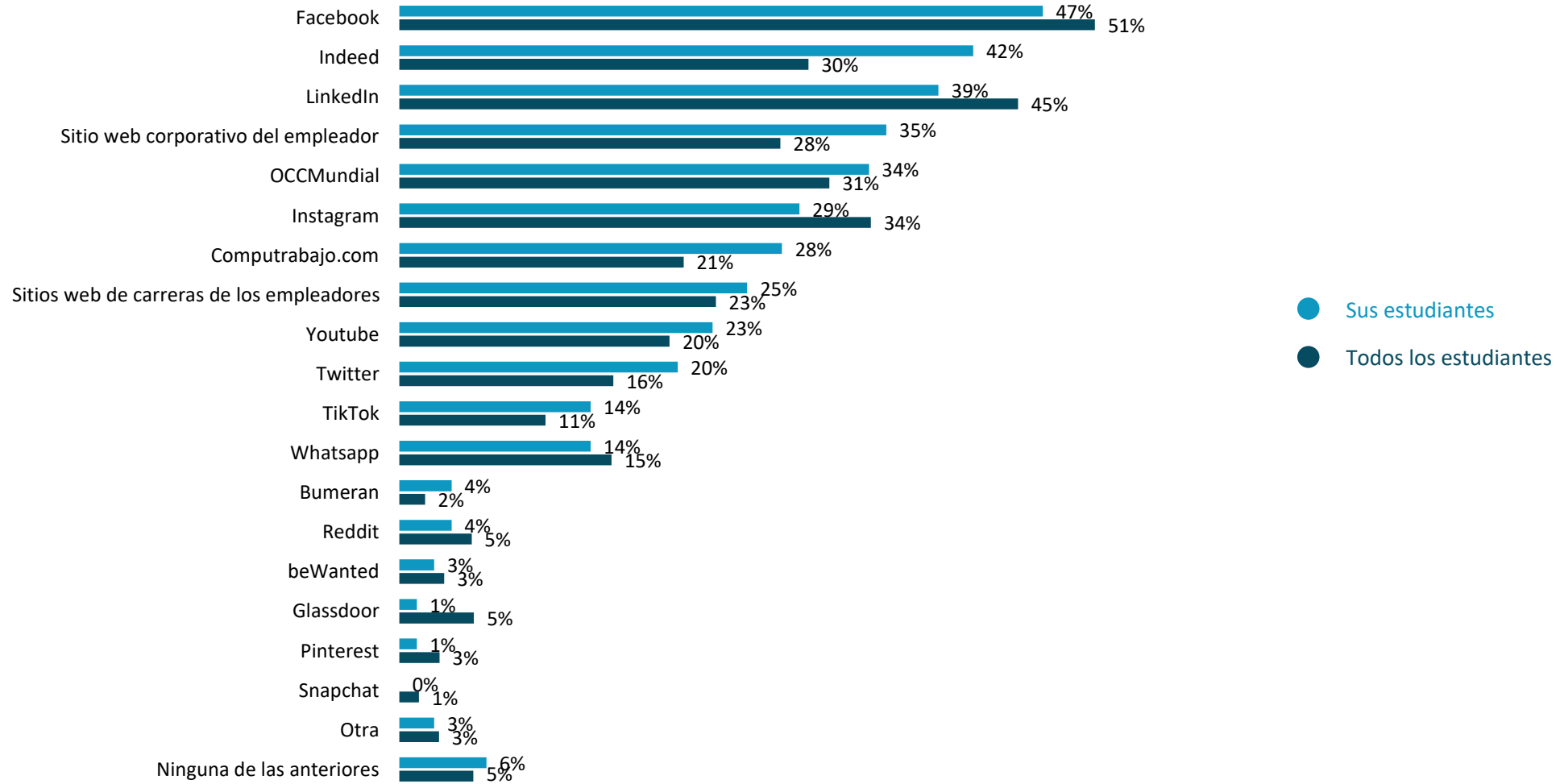
## Fuentes en las que confían los estudiantes al seleccionar un empleador



En general, ¿en qué fuentes confías más a la hora de seleccionar un empleador para trabajar? (Por favor, selecciona un máximo de 3 alternativas).

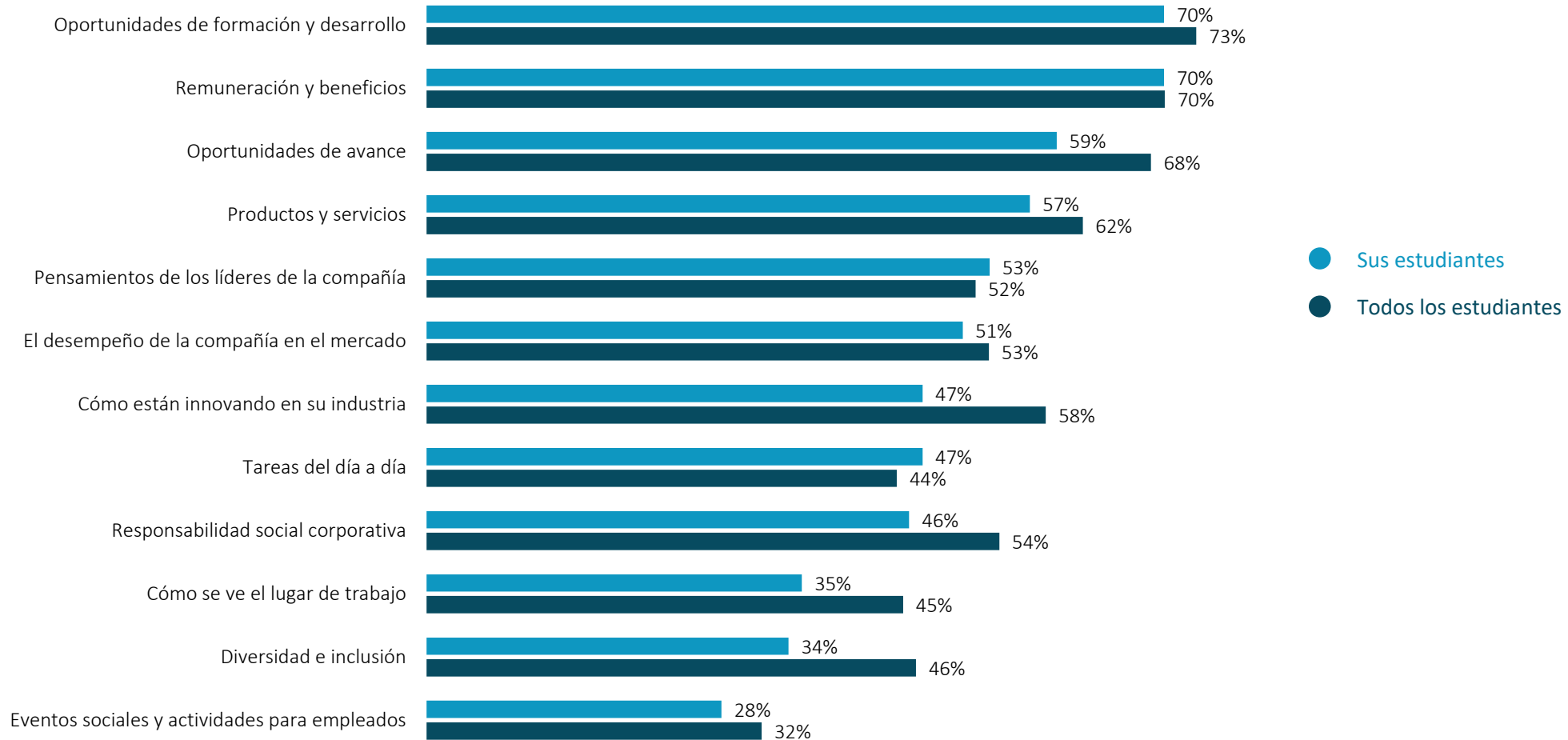


# Plataformas digitales más utilizadas para aprender sobre empleadores



¿Cuál de estas plataformas utilizas para informarte sobre los empleadores? (Por favor, elije tantas como corresponda).

# Temas importantes en los canales

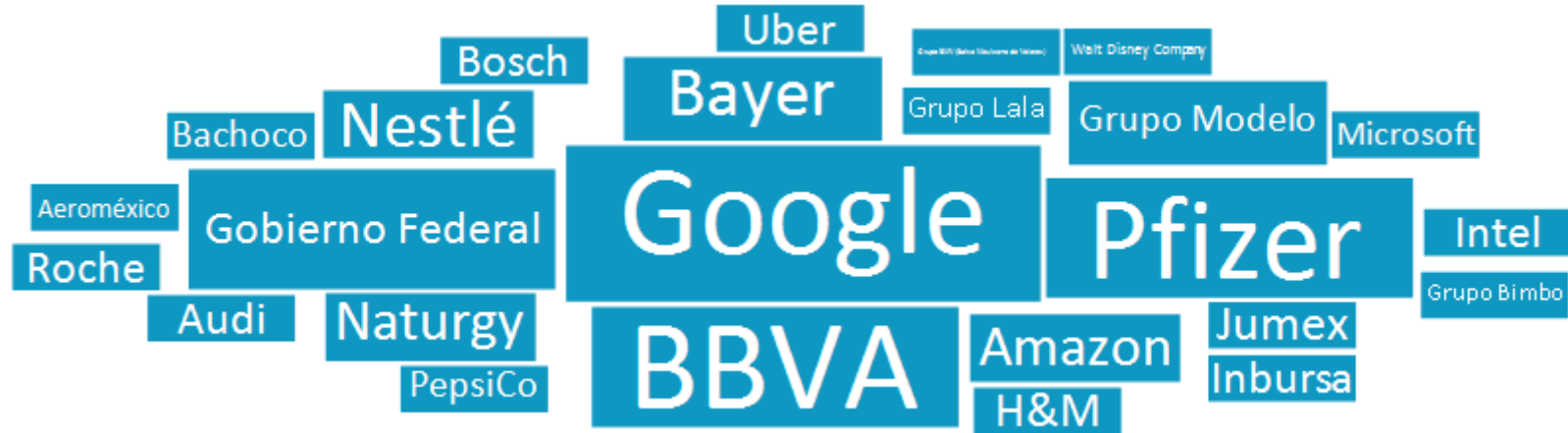


• ¿Cuán importante es para ti que las empresas/empleadores muestren este tipo de información en tus plataformas digitales?

• Este gráfico muestra el porcentaje de encuestados que respondieron "Muy importante" en una escala de 4 puntos de "Muy importante" a "Nada importante".

# Los empleadores con mayor presencia en las redes sociales

Sus estudiantes



Todos los estudiantes

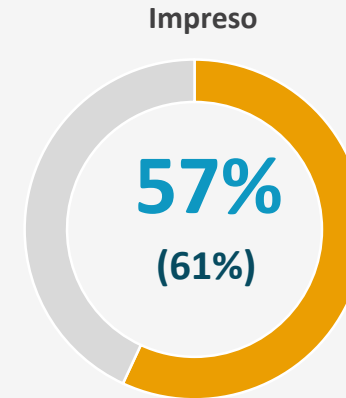
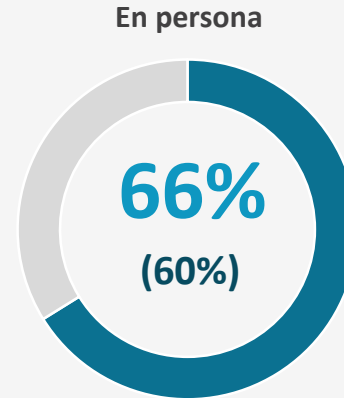
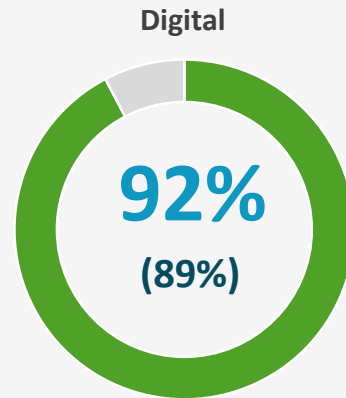


• ¿Qué empleador te ha impresionado más con sus actividades en las redes sociales en los últimos 12 meses?

# Canales de comunicación - Síntesis

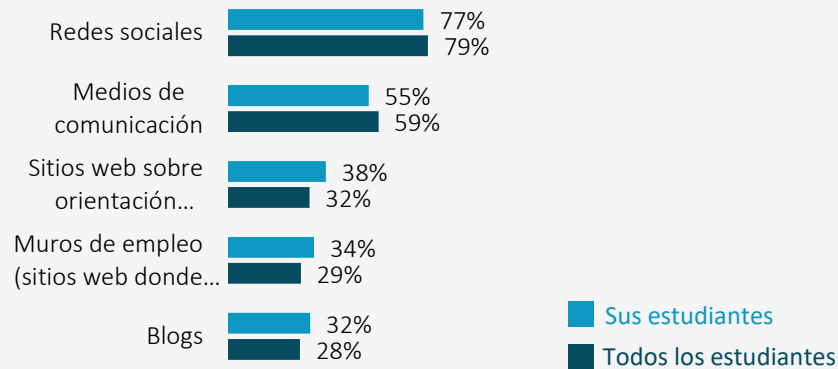
# 5,6

es la cantidad de canales que usan los estudiantes en promedio para obtener información sobre los empleadores (en comparación a 5,5 por Todos los estudiantes)

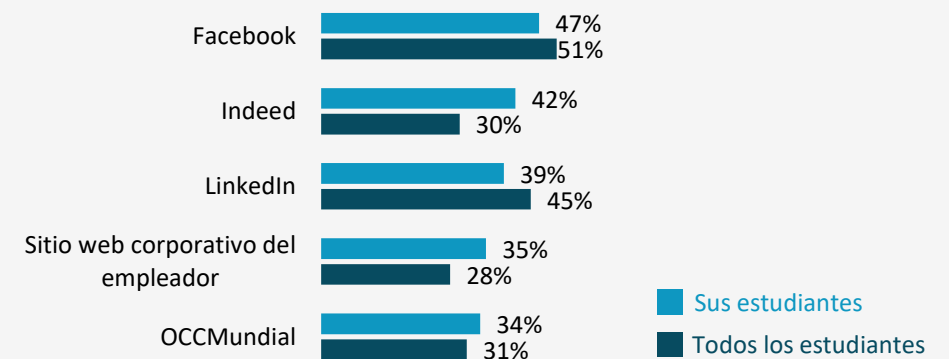


Porcentaje que utiliza los **diferentes tipos** de canales de comunicación

## Canales de comunicación más utilizados



## Plataformas en línea más utilizadas para aprender sobre Empleadores



# Índice de contenidos

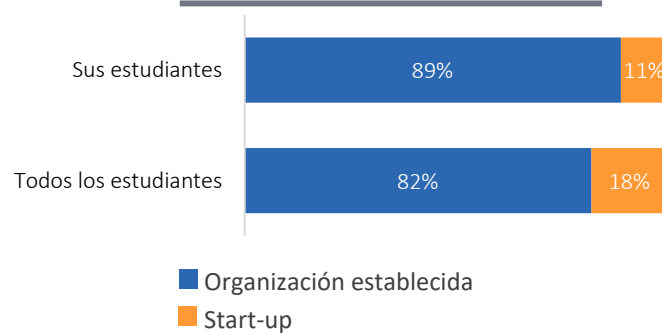
1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEL TALENTO
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
4. SERVICIOS DE CARRERA
5. COMUNICACIÓN
- 6. CARRERA Y PREFERENCIAS DEL EMPLEADOR**
7. RESUMEN
8. APÉNDICE

Este capítulo se centra en los atributos del empleador que son más atractivos para tu talento y cubre la elección preferida de empleadores de tu talento, incluidos sus empleadores ideales.

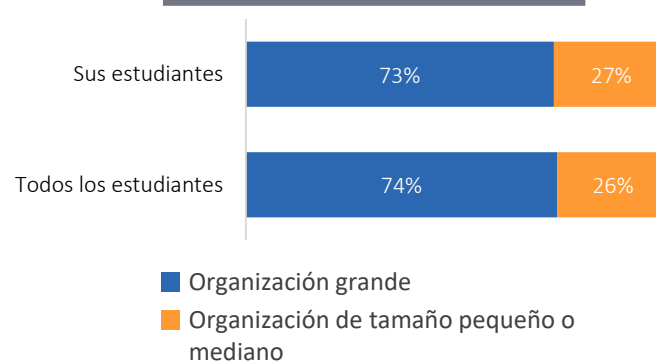
descubrirás qué tan bien alineadas son las preferencias de tu talento con la realidad del mercado laboral. También identificarás qué empleadores son lo más importante para tu talento y cuáles no tienen éxito actualmente para atraerlos.

# Preferencias de tipo de organización | Sus estudiantes vs. Todos los estudiantes

## Madurez de la organización



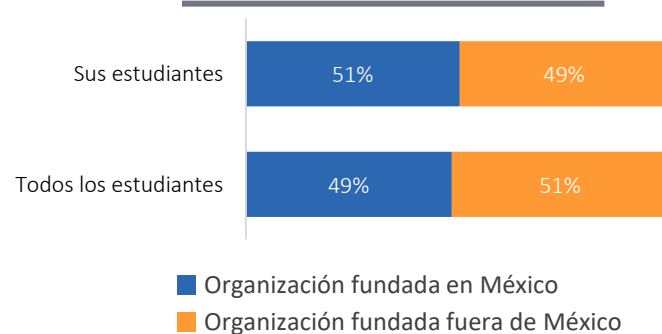
## Tamaño



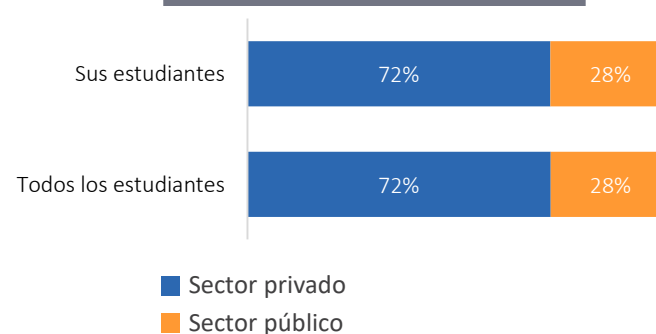
## Operaciones



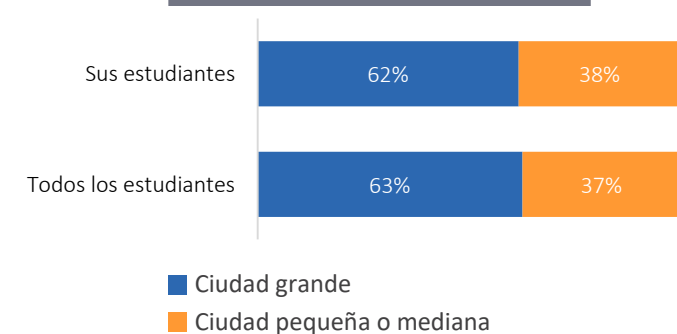
## Origen



## Sector



## Localización



• Elije una de las dos opciones: ¿Donde preferirías trabajar?

# Las opiniones de tus estudiantes sobre el trabajo remoto

84%

de tus estudiantes **están interesados** en oportunidades de trabajo remoto (en comparación con 89% de todos los estudiantes)

16%

de tus estudiantes **no están interesados** en oportunidades de trabajo remoto (en comparación con 11% de todos los estudiantes)



● Sus estudiantes  
● Todos los estudiantes

• Estoy interesado en oportunidades de trabajo remoto.  
• ¿Cuál de las siguientes opciones te preocuparía con respecto a las oportunidades de trabajo remoto?

• Los datos representan las opiniones de todos los encuestados, tanto interesados como no interesados en oportunidades de trabajo remoto.

# Preocupaciones con respecto al trabajo remoto - Comparación de género

## Sus estudiantes



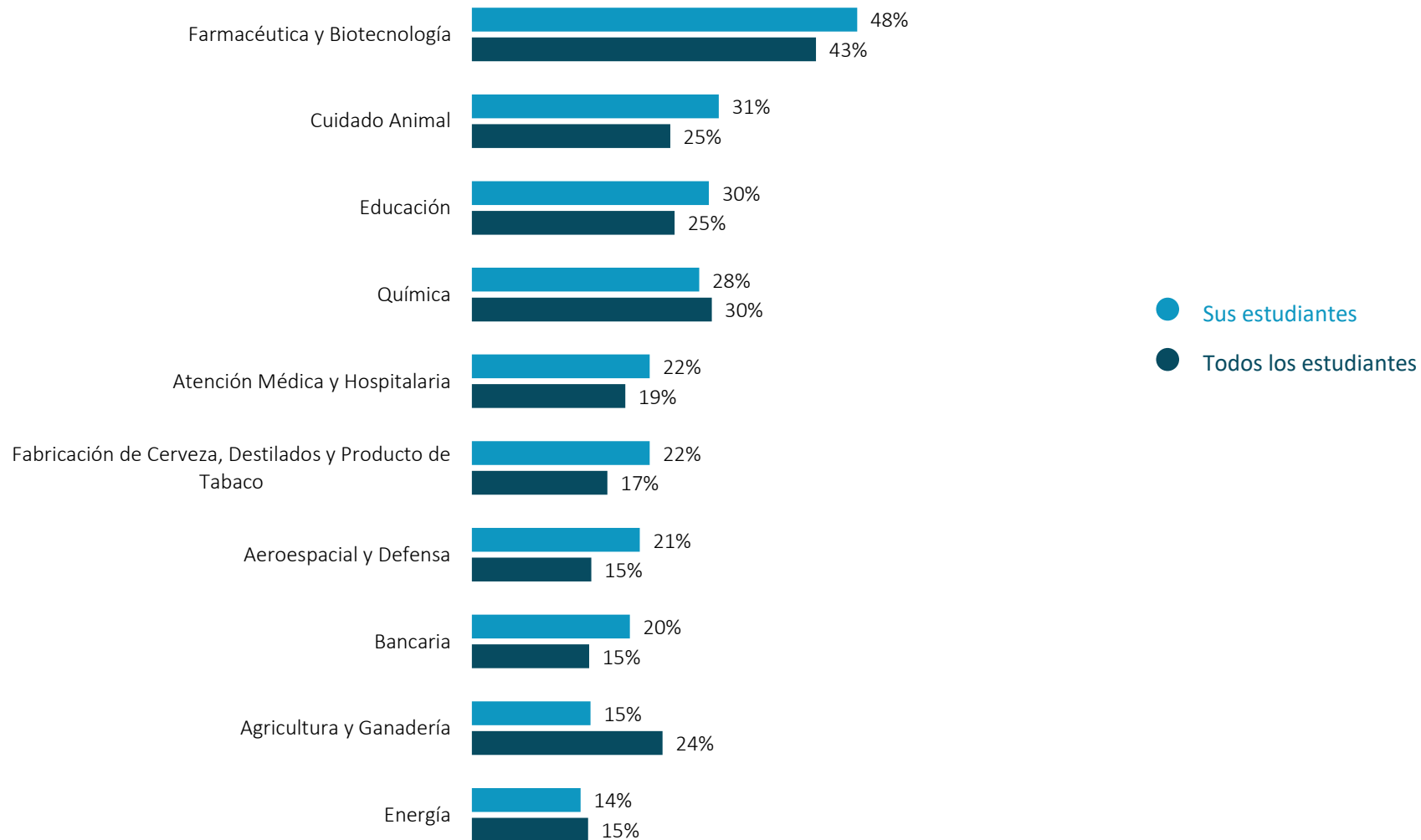
¿Cuál de los siguientes te preocuparía con respecto a las oportunidades de trabajo remoto?



Los datos representan las opiniones de todos los encuestados, tanto interesados como no interesados en oportunidades de trabajo remoto.



# Industrias favoritas

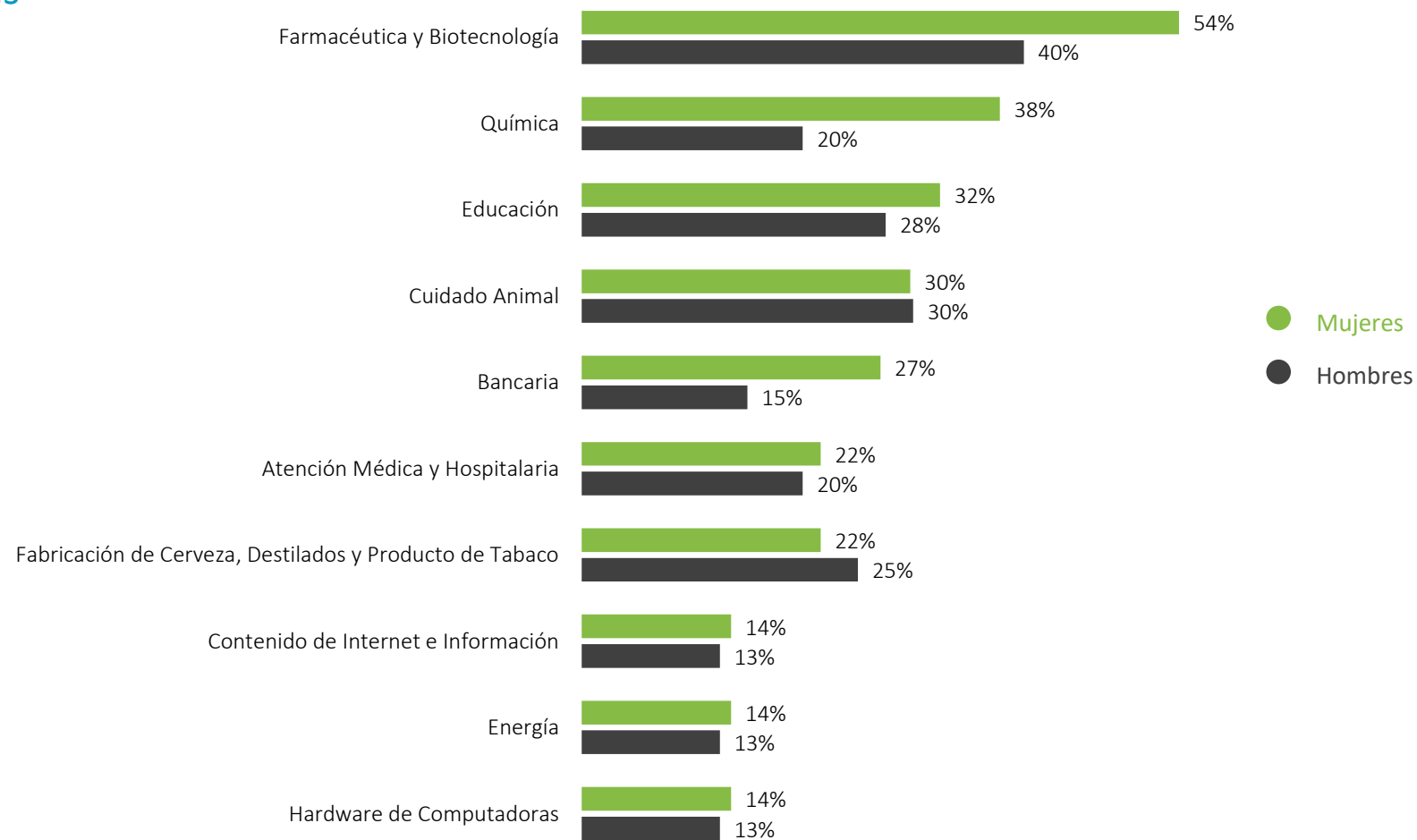


¿En qué industrias te interesa trabajar después de graduarte? (Selecciona tantas como corresponda).

Éstas son las Industrias favoritas de tus estudiantes

# Industrias preferidas - Comparación de género

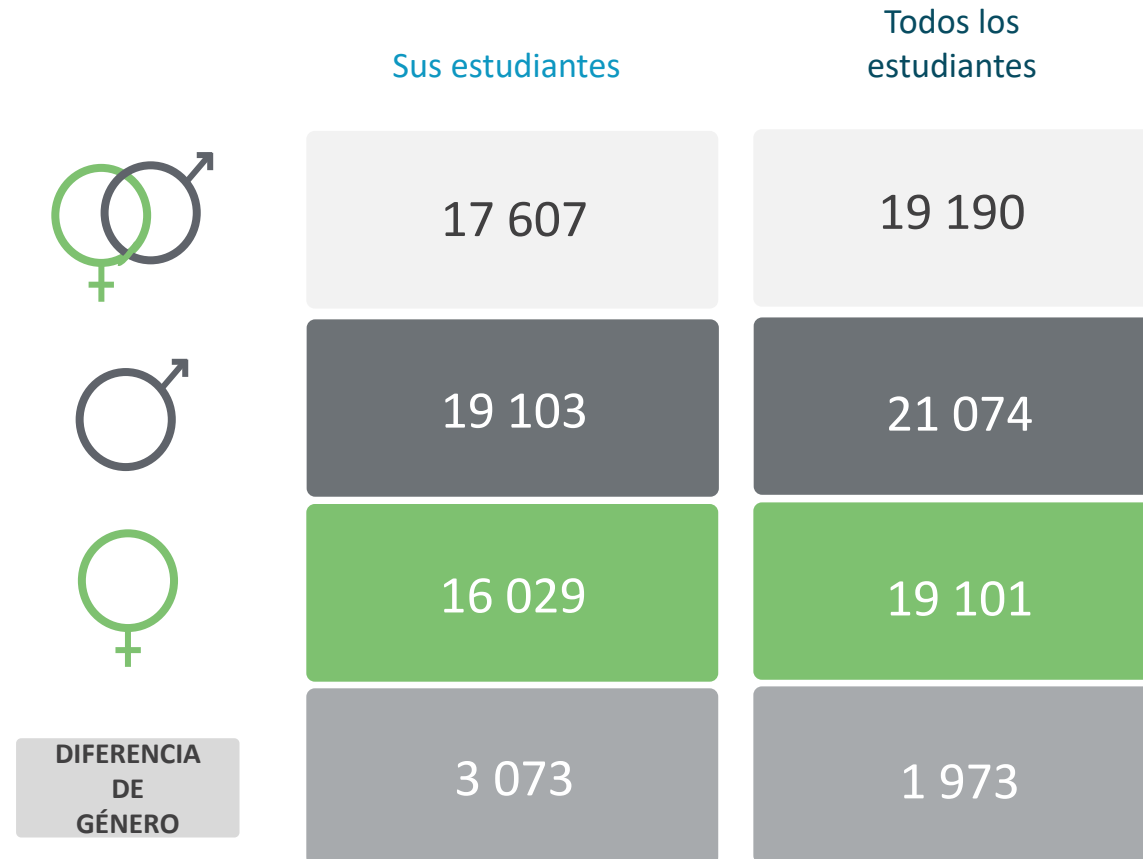
## Sus estudiantes



¿En qué industrias te interesa trabajar después de graduarte? (Selecciona tantas como corresponda).

# Salario esperado por género | Sus estudiantes frente a Todos los estudiantes

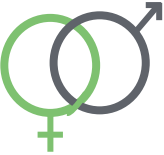


Sueldo mensual esperado (MXN)



¿Qué salario esperas ganar en tu primer trabajo de tiempo completo después de graduarte? (Proporciona un salario antes de impuestos, excluyendo comisiones y bonificaciones).

# Salario esperado por género | Sus estudiantes 2023 frente a Sus estudiantes 2022

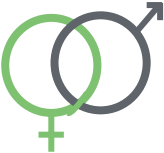

Sueldo mensual esperado (MXN)

|  | Sus estudiantes<br>2023 | Sus estudiantes<br>2022 |
|--|-------------------------|-------------------------|
|   | 17 607                  | 17 658                  |
|   | 19 103                  | -                       |
|  | 16 029                  | 15 917                  |
| <b>DIFERENCIA<br/>DE<br/>GÉNERO</b>  | 3 073                   | -                       |



¿Qué salario esperas ganar en tu primer trabajo de tiempo completo después de graduarte? (Proporciona un salario antes de impuestos, excluyendo comisiones y bonificaciones).

## Salario mensual esperado (MXN) | Todos los estudiantes

|  | Ciencias Naturales | Ingeniería/TI | Ciencias de la Salud | Todos los estudiantes 2023 |
|--|--------------------|---------------|----------------------|----------------------------|
|   | 19 190             | 21 050        | 19 096               | 19 953                     |
|   | 21 074             | 23 444        | 21 415               | 23 117                     |
|  | 19 101             | 22 150        | 20 487               | 20 722                     |
| <b>DIFERENCIA DE GÉNERO</b>  | 1 973              | 1 294         | 928                  | 2 395                      |



¿Qué salario esperas ganar en tu primer trabajo a tiempo completo después de la graduación? (Por favor, indica un salario antes de impuestos, sin incluir comisiones ni bonificaciones)

# Los pilares de atractividad según Universum

## IMAGEN Y REPUTACIÓN DEL EMPLEADOR

*Atributos del empleador como organización*

- › Productos y servicios atractivos e interesantes
- › Responsabilidad Social Corporativa
- › Abierto a las nuevas tecnologías
- › Estándares éticos
- › Compañía en crecimiento/emprendedora
- › Innovación
- › Liderazgo inspirador
- › Propósitos inspiradores
- › Éxito en el mercado
- › Prestigio



## GENTE Y CULTURA

*El ambiente social del lugar de trabajo*

- › Un ambiente de trabajo dinámico y creativo
- › Un ambiente de trabajo amigable
- › Comprometidos con la diversidad y la inclusión
- › Promueve un balance entre la vida privada y la profesional
- › Interacción con compañeros y/o clientes internacionales
- › Jefes que apoyarán mi desarrollo
- › Oportunidades para poder dejar huella en la empresa
- › Reconocimiento del rendimiento (meritocracia)
- › Contratan solo al mejor talento
- › Respeto hacia sus empleados



## REMUNERACIÓN Y OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO

*Compensación económica y otros beneficios, ahora y en el futuro.*

- › Ruta clara para el crecimiento
- › Salario base competitivo
- › Beneficios competitivos
- › Buenas referencias para el futuro profesional
- › Altos ingresos en el futuro
- › Oportunidades de liderazgo
- › Incentivos por objetivos
- › Rápido ascenso
- › Financiación/Patrocinio de futura formación
- › Equidad de género



## CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO

*Los contenidos y requisitos del trabajo*

- › Trabajo que propone retos
- › Enfoque en el cliente
- › Condiciones laborales flexibles
- › Alto nivel de responsabilidad
- › Enfoque a un alto rendimiento
- › Seguridad laboral
- › Oportunidades de viajes/traslados al extranjero
- › Formación y desarrollo profesional
- › Orientado al trabajo en equipo
- › Variedad de tareas



# ¿Qué es lo más importante para tus estudiantes?

## Sus estudiantes

### Imagen y Reputación del Empleador

1. Abierto a nuevas tecnologías
2. Innovación
3. Prestigio

### Remuneración y Oportunidades de Crecimiento

1. Ruta clara para el crecimiento profesional
2. Salario base competitivo
3. Ingresos futuros elevados



### Gente y Cultura

1. Fomenta el equilibrio entre la vida personal y profesional
2. Un entorno de trabajo amigable
2. Un entorno de trabajo creativo y dinámico

### Características del Trabajo

1. Empleo estable
1. Formación y desarrollo profesional
3. Oportunidades de viajes/traslados al extranjero



• ¿Cuáles de los siguientes aspectos son más importantes para ti? (Por favor, selecciona un máximo de 3 alternativas).

# Los 10 atributos más importantes

## Sus estudiantes

- 1. Formación y desarrollo profesional
- 2. Empleo estable
- 3. Ruta clara para el crecimiento profesional
- 4. Salario base competitivo
- 5. Fomenta el equilibrio entre la vida personal y profesional
- 6. Ingresos futuros elevados
- 7. Rápido ascenso
- 8. Oportunidades de viajes/traslados al extranjero
- 9. Abierto a nuevas tecnologías
- 10. Condiciones laborales flexibles

- Imagen y Reputación del Empleador
- Remuneración y Oportunidades de Crecimiento

## Todos los estudiantes

- 1. Formación y desarrollo profesional
- 2. Empleo estable
- 3. Rápido ascenso
- 4. Ingresos futuros elevados
- 5. Salario base competitivo
- 6. Fomenta el equilibrio entre la vida personal y profesional
- 7. Ruta clara para el crecimiento profesional
- 8. Oportunidades de viajes/traslados al extranjero
- 9. Innovación
- 10. Condiciones laborales flexibles

- Gente y Cultura
- Características del Trabajo

• ¿Qué importancia tiene cada uno de estos aspectos para ti?  
 • ¿Cuál de los siguientes es el más importante para ti? (selecciona un máximo de 3 alternativas).

• Este es el atractivo de los 40 atributos en relación a que tan importante es cada atributo para los encuestados. Este análisis ofrece una visión resumida de 360 grados de lo que influye en la capacidad de atracción del empleador.



# Los mayores cambios de 2022 a 2023

## Sus estudiantes

## Todos los estudiantes

Aumentado en importancia

Disminuido en importancia

| Rango |  | 2023 | 2022 |
|-------|--|------|------|
| 5     | Fomenta el equilibrio entre la vida personal y profesional | 52%  | 39%  |
| 18    | Respeto a su gente   | 30%  | 17%  |
| 10    | Condiciones laborales flexibles                            | 43%  | 33%  |
| 25    | Alto nivel de responsabilidad                              | 23%  | 14%  |
| 13    | Un entorno de trabajo amigable                             | 36%  | 27%  |

| Rango |  | 2023 | 2022 |
|-------|--|------|------|
| 10    | Condiciones laborales flexibles                            | 39%  | 33%  |
| 6     | Fomenta el equilibrio entre la vida personal y profesional | 49%  | 43%  |
| 5     | Salario base competitivo                                   | 52%  | 48%  |
| 24    | Productos y servicios atractivos/emocionantes              | 24%  | 21%  |
| 12    | Estándares éticos  | 37%  | 34%  |

| Rango |   | 2023 | 2022 |
|-------|---|------|------|
| 2     | Empleo estable                              | 61%  | 73%  |
| 27    | Buena referencia para el futuro profesional | 22%  | 35%  |
| 1     | Formación y desarrollo profesional          | 62%  | 75%  |
| 23    | Patrocinio de educación futura              | 27%  | 43%  |
| 16    | Líderes que apoyarán mi desarrollo          | 31%  | 49%  |

| Rango |                                | 2023 | 2022 |
|-------|--------------------------------|------|------|
| 33    | Apoyo a la igualdad de género  | 15%  | 18%  |
| 38    | Crece rápido/emprendedora      | 12%  | 15%  |
| 18    | Un entorno de trabajo amigable | 29%  | 33%  |
| 22    | Patrocinio de educación futura | 26%  | 29%  |
| 30    | Trabajo retador                | 18%  | 22%  |

- Imagen y Reputación del Empleador
- Remuneración y Oportunidades de Crecimiento

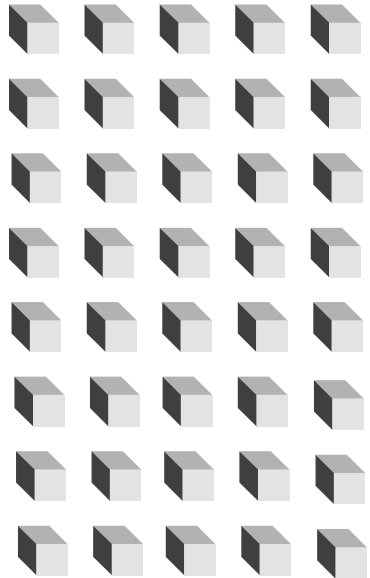
- Gente y Cultura
- Características del Trabajo

• ¿Cuáles de los siguientes aspectos son más importantes para ti? (Por favor, selecciona un máximo de 3 alternativas).

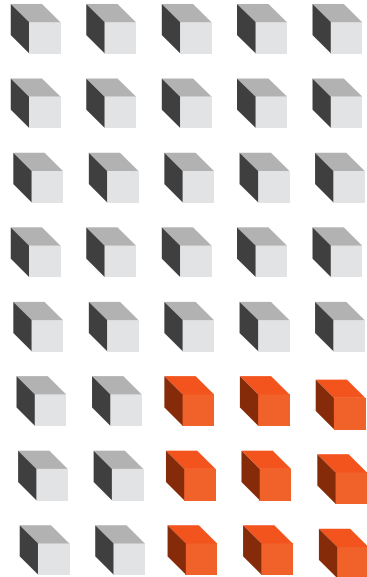
# Las clasificaciones de Universum

## LISTADO COMPLETO DE LAS EMPRESAS

(121 empleadores por cada área de estudio)

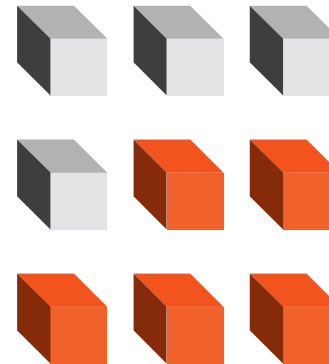


## LA CLASIFICACIÓN DE LOS EMPLEADORES CONSIDERADOS (Todas las que quieren)



"A continuación encontrarás una lista de empresas y organizaciones. ¿Para cuáles de estas considerarías trabajar?"

## CLASIFICACIÓN DEL EMPLEADOR IDEAL (Máximo cinco)



"A continuación selecciona los 5 empleadores para los que más te gustaría trabajar; es decir, tus empleadores ideales."

## CLASIFICACIÓN DE LOS CANDIDATOS POTENCIALES



"¿Has solicitado o vas a solicitar empleo en estas empresas?"  
(Sí, he solicitado / Sí, voy a solicitar)

• Los nombres de los empleadores pueden estar acortados por razones de formato

# Clasificación del Empleador Considerado | Top 20

Sus estudiantes | Ciencias Naturales

| Empleador         | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio | Empleador             | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio |
|-------------------|--------------|-----------------|--------|-----------------------|--------------|-----------------|--------|
| Pfizer            | 1            | 50,85%          | → 0    | Grupo Modelo          | 10           | 26,27%          | → 0    |
| Gobierno Federal  | 2            | 39,83%          | ↑ 2    | HEINEKEN              | 10           | 26,27%          | ↑ 2    |
| Bayer             | 3            | 35,59%          | ↓ -1   | L'Oréal Group         | 13           | 25,42%          | ↓ -5   |
| Johnson & Johnson | 4            | 34,75%          | ↓ -1   | Aeroméxico            | 14           | 24,58%          | ↑ 7    |
| Nestlé            | 5            | 30,51%          | ↑ 1    | Danone                | 14           | 24,58%          | ↓ -3   |
| Pemex             | 5            | 30,51%          | → 0    | Colgate-Palmolive     | 16           | 23,73%          | ↓ -4   |
| Google            | 7            | 29,66%          | ↑ 1    | BBVA                  | 17           | 22,88%          | ↑ 16   |
| PepsiCo           | 7            | 29,66%          | ↑ 8    | Amazon                | 18           | 22,03%          | ↑ 7    |
| Grupo Lala        | 9            | 27,12%          | ↑ 16   | Microsoft             | 18           | 22,03%          | ↓ -6   |
| Grupo Bimbo       | 10           | 26,27%          | ↓ -4   | The Coca-Cola Company | 20           | 20,34%          | ↓ -5   |

Todos los estudiantes | Ciencias Naturales

| Empleador         | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio | Empleador             | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio |
|-------------------|--------------|-----------------|--------|-----------------------|--------------|-----------------|--------|
| Pfizer            | 1            | 43,70%          | → 0    | L'Oréal Group         | 11           | 24,27%          | ↑ 4    |
| Gobierno Federal  | 2            | 32,23%          | → 0    | The Coca-Cola Company | 12           | 23,54%          | ↓ -2   |
| Nestlé            | 3            | 31,60%          | ↑ 1    | Grupo Modelo          | 13           | 23,10%          | ↓ -2   |
| Pemex             | 4            | 30,58%          | ↑ 2    | Bachoco               | 14           | 22,57%          | ↑ 8    |
| Johnson & Johnson | 5            | 30,32%          | ↓ -2   | PepsiCo               | 15           | 22,53%          | ↓ -1   |
| Google            | 6            | 28,54%          | ↑ 1    | BBVA                  | 16           | 20,90%          | ↑ 2    |
| Bayer             | 7            | 28,38%          | ↓ -2   | Amazon                | 17           | 20,42%          | ↓ -1   |
| Grupo Bimbo       | 8            | 26,20%          | → 0    | Microsoft             | 18           | 20,12%          | ↓ -5   |
| Grupo Lala        | 9            | 25,69%          | ↑ 3    | Colgate-Palmolive     | 19           | 19,63%          | ↑ 2    |
| HEINEKEN          | 10           | 24,95%          | ↓ -1   | Danone                | 20           | 19,08%          | ↓ -3   |



A continuación se muestra una lista de empleadores. Selecciona para qué empleadores considerarías trabajar. (Elige tantos como corresponda).

# Clasificación del Empleador Ideal | Top 20

Sus estudiantes | Ciencias Naturales

| Empleador                              | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio | Empleador             | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio |
|--|--------------|-----------------|--------|-----------------------|--------------|-----------------|--------|
| Pfizer                                 | 1            | 31,62%          | → 0    | Grupo Bimbo           | 10           | 7,69%           | → 0    |
| Gobierno Federal                       | 2            | 28,21%          | → 0    | Grupo Modelo          | 10           | 7,69%           | ↓ -3   |
| Bayer                                  | 3            | 20,51%          | → 0    | Netflix               | 13           | 6,84%           | ↑ 10   |
| Google                                 | 4            | 16,24%          | ↑ 2    | The Coca-Cola Company | 13           | 6,84%           | ↑ 14   |
| Pemex                                  | 4            | 16,24%          | ↑ 1    | Walt Disney Company   | 13           | 6,84%           | ↑ 14   |
| Nestlé                                 | 6            | 15,38%          | ↑ 4    | Aeroméxico            | 16           | 5,98%           | → 0    |
| Johnson & Johnson                      | 7            | 13,68%          | ↓ -4   | Bachoco               | 16           | 5,98%           | ↑ 11   |
| BBVA                                   | 8            | 8,55%           | ↑ 5    | Colgate-Palmolive     | 16           | 5,98%           | ↑ 21   |
| Microsoft                              | 8            | 8,55%           | ↓ -1   | HEINEKEN              | 16           | 5,98%           | ↑ 7    |
| CFE (Comisión Federal de Electricidad) | 10           | 7,69%           | ↑ 4    | Inbursa               | 16           | 5,98%           | ↑ 27   |

Todos los estudiantes | Ciencias Naturales

| Empleador         | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio | Empleador                              | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio |
|-------------------|--------------|-----------------|--------|--|--------------|-----------------|--------|
| Pfizer            | 1            | 29,17%          | → 0    | Grupo Lala                             | 11           | 7,52%           | ↑ 6    |
| Gobierno Federal  | 2            | 19,21%          | → 0    | Grupo Modelo                           | 12           | 7,23%           | ↓ -3   |
| Bayer             | 3            | 16,51%          | ↑ 1    | HEINEKEN                               | 13           | 6,82%           | ↑ 1    |
| Google            | 4            | 15,00%          | ↓ -1   | Amazon                                 | 14           | 6,76%           | ↓ -3   |
| Pemex             | 5            | 14,62%          | ↑ 1    | Bachoco                                | 15           | 6,73%           | ↑ 8    |
| Johnson & Johnson | 6            | 13,00%          | ↓ -1   | Monsanto                               | 16           | 6,72%           | ↑ 4    |
| Nestlé            | 7            | 11,89%          | → 0    | Grupo Bimbo                            | 17           | 6,48%           | ↓ -5   |
| Microsoft         | 8            | 10,26%          | → 0    | CFE (Comisión Federal de Electricidad) | 18           | 6,46%           | ↑ 1    |
| L'Oréal Group     | 9            | 10,06%          | ↑ 4    | The Coca-Cola Company                  | 19           | 5,97%           | ↓ -3   |
| BBVA              | 10           | 9,19%           | → 0    | Grupo BMV (Bolsa Mexicana de Valores)  | 20           | 5,91%           | ↑ 1    |



Ahora selecciona los empleadores para los que más te gustaría trabajar; es decir, tus Empleadores Ideales

# Clasificación del Empleador Ideal | Comparación de los primeros 20

## Ciencias Naturales

| Empleador                              | Sus estudiantes |                 |        |    | Difference | Todos los estudiantes |                 |        |    |
|--|-----------------|-----------------|--------|----|------------|-----------------------|-----------------|--------|----|
|  | Ranking 2023    | Porcentaje 2023 | Cambio |    |            | Ranking 2023          | Porcentaje 2023 | Cambio |    |
| Pfizer                                 | 1               | 31,62%          | →      | 0  | -          | 1                     | 29,17%          | →      | 0  |
| Gobierno Federal                       | 2               | 28,21%          | →      | 0  | -          | 2                     | 19,21%          | →      | 0  |
| Bayer                                  | 3               | 20,51%          | →      | 0  | -          | 3                     | 16,51%          | ↑      | 1  |
| Google                                 | 4               | 16,24%          | ↑      | 2  | -          | 4                     | 15,00%          | ↓      | -1 |
| Pemex                                  | 4               | 16,24%          | ↑      | 1  | 1          | 5                     | 14,62%          | ↑      | 1  |
| Nestlé                                 | 6               | 15,38%          | ↑      | 4  | 1          | 7                     | 11,89%          | →      | 0  |
| Johnson & Johnson                      | 7               | 13,68%          | ↓      | -4 | -1         | 6                     | 13,00%          | ↓      | -1 |
| BBVA                                   | 8               | 8,55%           | ↑      | 5  | 2          | 10                    | 9,19%           | →      | 0  |
| Microsoft                              | 8               | 8,55%           | ↓      | -1 | -          | 8                     | 10,26%          | →      | 0  |
| CFE (Comisión Federal de Electricidad) | 10              | 7,69%           | ↑      | 4  | 8          | 18                    | 6,46%           | ↑      | 1  |
| Grupo Bimbo                            | 10              | 7,69%           | →      | 0  | 7          | 17                    | 6,48%           | ↓      | -5 |
| Grupo Modelo                           | 10              | 7,69%           | ↓      | -3 | 2          | 12                    | 7,23%           | ↓      | -3 |
| Netflix                                | 13              | 6,84%           | ↑      | 10 | 10         | 23                    | 4,17%           | ↓      | -8 |
| The Coca-Cola Company                  | 13              | 6,84%           | ↑      | 14 | 6          | 19                    | 5,97%           | ↓      | -3 |
| Walt Disney Company                    | 13              | 6,84%           | ↑      | 14 | 8          | 21                    | 5,29%           | ↑      | 3  |
| Aeroméxico                             | 16              | 5,98%           | →      | 0  | 13         | 29                    | 3,42%           | →      | 0  |
| Bachoco                                | 16              | 5,98%           | ↑      | 11 | -1         | 15                    | 6,73%           | ↑      | 8  |
| Colgate-Palmolive                      | 16              | 5,98%           | ↑      | 21 | 8          | 24                    | 4,14%           | ↑      | 8  |
| HEINEKEN                               | 16              | 5,98%           | ↑      | 7  | -3         | 13                    | 6,82%           | ↑      | 1  |
| Inbursa                                | 16              | 5,98%           | ↑      | 27 | 36         | 52                    | 1,82%           | →      | 0  |



A continuación selecciona los 5 empleadores para los que más te gustaría trabajar; es decir, tus empleadores ideales.

# Clasificación de las Candidaturas Potenciales | Top 20

Sus estudiantes | Ciencias Naturales

| Empleador                              | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio | Empleador           | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio |
|--|--------------|-----------------|--------|---------------------|--------------|-----------------|--------|
| Pfizer                                 | 1            | 10,00%          | ↑ 1    | Grupo Modelo        | 8            | 3,00%           | ↓ -3   |
| Bayer                                  | 2            | 7,00%           | ↑ 1    | Mercedes-Benz Group | 8            | 3,00%           | ↑ 0    |
| Pemex                                  | 2            | 7,00%           | ↑ 6    | Roche               | 8            | 3,00%           | ↑ 0    |
| Google                                 | 4            | 5,00%           | ↓ -1   | BBVA                | 14           | 2,00%           | ↓ -9   |
| Gobierno Federal                       | 5            | 4,00%           | ↓ -4   | Dell Technologies   | 14           | 2,00%           | ↑ 0    |
| Johnson & Johnson                      | 5            | 4,00%           | → 0    | Grupo Carso         | 14           | 2,00%           | ↑ 11   |
| Nestlé                                 | 5            | 4,00%           | ↑ 3    | Grupo México        | 14           | 2,00%           | ↑ 0    |
| CFE (Comisión Federal de Electricidad) | 8            | 3,00%           | ↑ 8    | IBM                 | 14           | 2,00%           | ↑ 2    |
| Grupo Bimbo                            | 8            | 3,00%           | → 0    | Netflix             | 14           | 2,00%           | ↑ 11   |
| Grupo BMV (Bolsa Mexicana de Valores)  | 8            | 3,00%           | ↑ 8    | Volkswagen          | 14           | 2,00%           | ↑ 11   |

Todos los estudiantes | Ciencias Naturales

| Empleador                             | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio | Empleador             | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio |
|---------------------------------------|--------------|-----------------|--------|-----------------------|--------------|-----------------|--------|
| Pfizer                                | 1            | 6,37%           | → 0    | Nestlé                | 11           | 2,84%           | ↓ -3   |
| Gobierno Federal                      | 2            | 5,44%           | → 0    | L'Oréal Group         | 12           | 2,56%           | ↑ 4    |
| BBVA                                  | 3            | 4,72%           | ↑ 4    | Grupo Bimbo           | 13           | 1,96%           | ↓ -3   |
| Bayer                                 | 4            | 4,32%           | ↑ 1    | AXA Seguros           | 14           | 1,80%           | ↑ 28   |
| Pemex                                 | 5            | 4,17%           | ↑ 1    | Unilever              | 15           | 1,78%           | ↑ 13   |
| Google                                | 6            | 3,27%           | ↓ -3   | Grupo Carso           | 16           | 1,76%           | ↑ 45   |
| Grupo Modelo                          | 7            | 3,16%           | ↑ 2    | Grupo Lala            | 17           | 1,70%           | ↑ 4    |
| Johnson & Johnson                     | 8            | 3,15%           | ↓ -4   | The Coca-Cola Company | 18           | 1,70%           | ↑ 4    |
| PepsiCo                               | 9            | 2,90%           | ↑ 11   | IBM                   | 19           | 1,59%           | ↓ -2   |
| Grupo BMV (Bolsa Mexicana de Valores) | 10           | 2,86%           | ↑ 1    | HEINEKEN              | 20           | 1,55%           | ↓ -7   |

• ¿Has solicitado o vas a solicitar empleo a estas empresas? (Sí, he solicitado / Sí, voy a solicitar)

# Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEL TALENTO
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
4. SERVICIOS DE CARRERA
5. COMUNICACIÓN
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DEL EMPLEADOR
- 7. RESUMEN**
8. APÉNDICE

Te ofrece una resumen con las principales conclusiones del informe.

# Resumen general - Sus estudiantes

Proporción de Género



51% 49%

Principales Experiencias



1. Cursos, certificaciones y/o carreras técnicas
2. Trabajo de tiempo parcial durante los estudios
3. Prácticas o pasantías

Tipo de carrera dominante



1. Balance-Seeker
2. Globe-Trotter
3. Go-Getter

Canales de comunicación para servicios profesionales



1. Correo electrónico
2. Redes sociales
3. Página web de la universidad

Salario mensual esperado



2022 - 2023  
MXN 19 103 MXN

2023  
MXN 17 607  
2022  
MXN 17 658

2023 2022  
MXN 16 029 MXN 15 917

Percepción de La Marca Universitaria



- El grupo de atributos más asociado: **Reputación Cultural Oferta**
- El **51%** de los estudiantes volvería a estudiar en tu universidad
- Satisfacción universitaria: 8,9 (-0,4)

Servicios de Orientación Profesional



- El **84%** de tus estudiantes utilizan servicios de carrera
- Servicios profesionales importantes que sus estudiantes utilizan menos: **Visitar compañías/organizaciones**
- Satisfacción con los servicios de carrera/orientación: 7,7 (-0,4)

Preferencias de Carrera



- Las mujeres esperan **16%** menos salario que los hombres
- Tus estudiantes prefieren: **National Companies**
- El atributo más importante en un Empleador: **Formación y desarrollo profesional**



# Perspectiva del talento general | Sus estudiantes vs. Todos los estudiantes

**Sus estudiantes**
51% 49%

**Top Perfiles de Carrera**

- Balance-Seeker
- Globe-Trotter
- Go-Getter

**Atributos más importantes**

- 1. Estudios económicamente asequibles
- 2. Investigación de excelencia
- 3. Enfoque en desarrollo profesional
- 4. Excelencia educativa
- 5. Un ambiente dinámico y creativo

**Atributos menos importantes**

- 36. Oportunidades para entrar en contacto con empleadores
- 37. Proporción adecuada de profesor/alumno
- 38. Apoyo a la igualdad de género
- 38. Patrimonio y tradición
- 40. Estudiar con los mejores alumnos

**Experiencias principales**

- Cursos, certificaciones y/o carreras técnicas
- Trabajo de tiempo parcial durante los estudios
- Prácticas o pasantías

**Expectativas salariales mensuales**

17 607  
 MXN

**Sectores preferidos**

- Farmacéutica y Biotecnología
- Cuidado Animal
- Educación

**Todos los estudiantes**
47% 53%

**Top Perfiles de Carrera**

- Globe-Trotter
- Balance-Seeker
- Go-Getter

**Atributos más importantes**

- 1. Estudios económicamente asequibles
- 2. Programas de alta calidad
- 3. Excelencia educativa
- 4. Catedráticos/profesores excelentes
- 5. Un ambiente dinámico y creativo

**Atributos menos importantes**

- 36. Alumnos de distintos países
- 37. Disponibilidad de espacio de estudio
- 38. Buenos planes de comidas/cafeterías
- 39. Estudiar con los mejores alumnos
- 40. Patrimonio y tradición

**Experiencias principales**

- Cursos, certificaciones y/o carreras técnicas
- Trabajo de tiempo parcial durante los estudios
- Prácticas o pasantías

**Expectativas salariales mensuales**

19 190  
 MXN

**Sectores preferidos**

- Farmacéutica y Biotecnología
- Química
- Educación

# Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEL TALENTO
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
4. SERVICIOS DE CARRERA
5. COMUNICACIÓN
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DEL EMPLEADOR
7. RESUMEN
- 8. APÉNDICE**

Donde se pueden encontrar las vistas detalladas de los datos.

# Los atributos más importantes por grupo de Atractivo Universitario

## Sus estudiantes

### REPUTACIÓN

#### 2023:

1. Investigación de excelencia
2. Excelencia educativa
3. Éxito de los egresados

#### 2022:

1. Excelencia educativa
2. Investigación de excelencia
3. Éxito de los egresados

### CULTURA

#### 2023:

1. Estudios económicamente asequibles
2. Un ambiente dinámico y creativo
3. Ambiente seguro en el campus

#### 2022:

1. Estudios económicamente asequibles
2. Un ambiente dinámico y creativo
3. Ambiente seguro en el campus

### EMPLEABILIDAD

#### 2023:

1. Enfoque en desarrollo profesional
2. Enseña habilidades que los empleadores están buscando
3. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa

#### 2022:

1. Apoya y desarrolla la innovación
1. Enseña habilidades que los empleadores están buscando
3. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa

### OFERTA EDUCATIVA

#### 2023:

1. Ambiente estimulante de aprendizaje
2. Catedráticos/profesores excelentes
3. Programas de alta calidad

#### 2022:

1. Catedráticos/profesores excelentes
2. Programas de alta calidad
3. Enseña habilidades relevantes



• ¿Cuál de estos son más importantes para ti? (Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.)

# Los atributos más asociados

## Sus estudiantes

### REPUTACIÓN

#### 2023:

1. Investigación de excelencia
2. Excelencia educativa
3. Impulsa cambios en la sociedad

#### 2022:

1. Investigación de excelencia
2. Excelencia educativa
3. Impulsa cambios en la sociedad

### CULTURA

#### 2023:

1. Un ambiente dinámico y creativo
2. Estudios económicamente asequibles
3. Buenos planes de comidas/cafeterías

#### 2022:

1. Estudios económicamente asequibles
2. Un ambiente dinámico y creativo
3. Buenos planes de comidas/cafeterías

### EMPLEABILIDAD

#### 2023:

1. Enfoque en desarrollo profesional
2. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
3. Apoya y desarrolla la innovación

#### 2022:

1. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
2. Apoya y desarrolla la innovación
3. Enfoque en desarrollo profesional

### OFERTA EDUCATIVA

#### 2023:

1. Fácil acceso a los materiales de estudio
2. Ambiente estimulante de aprendizaje
2. Catedráticos/profesores excelentes

#### 2022:

1. Catedráticos/profesores excelentes
1. Enseña habilidades relevantes
1. Fácil acceso a los materiales de estudio



• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad o centro educativo? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

# Los atributos más importantes por grupo de Atractivo Universitario

Todos los estudiantes

## REPUTACIÓN

**2023:**

1. Excelencia educativa
2. Investigación de excelencia
3. Éxito de los egresados

**2022:**

1. Excelencia educativa
2. Investigación de excelencia
3. Éxito de los egresados

## CULTURA

**2023:**

1. Estudios económicamente asequibles
2. Un ambiente dinámico y creativo
3. Ambiente seguro en el campus

**2022:**

1. Estudios económicamente asequibles
2. Ambiente seguro en el campus
3. Amplia gama de actividades extracurriculares

## EMPLEABILIDAD

**2023:**

1. Enfoque en desarrollo profesional
2. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
3. Enseña habilidades que los empleadores están buscando

**2022:**

1. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
2. Enfoque en desarrollo profesional
3. Buenas oportunidades de empleo

## OFERTA EDUCATIVA

**2023:**

1. Programas de alta calidad
2. Catedráticos/profesores excelentes
3. Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero

**2022:**

1. Programas de alta calidad
2. Catedráticos/profesores excelentes
3. Enseña habilidades relevantes



• ¿Cuál de estos son más importantes para ti? (Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.)

# Los atributos más asociados

Todos los estudiantes

## REPUTACIÓN

**2023:**

1. Investigación de excelencia
2. Excelencia educativa
3. Patrimonio y tradición

**2022:**

1. Investigación de excelencia
2. Excelencia educativa
3. Renombre internacional

## CULTURA

**2023:**

1. Estudios económicamente asequibles
2. Un ambiente dinámico y creativo
3. Amplia gama de actividades extracurriculares

**2022:**

1. Estudios económicamente asequibles
2. Amplia gama de actividades extracurriculares
3. Un ambiente dinámico y creativo

## EMPLEABILIDAD

**2023:**

1. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
2. Enfoque en desarrollo profesional
3. Apoya y desarrolla la innovación

**2022:**

1. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
2. Enfoque en desarrollo profesional
3. Apoya y desarrolla la innovación

## OFERTA EDUCATIVA

**2023:**

1. Fácil acceso a los materiales de estudio
2. Catedráticos/profesores excelentes
3. Variedad de cursos

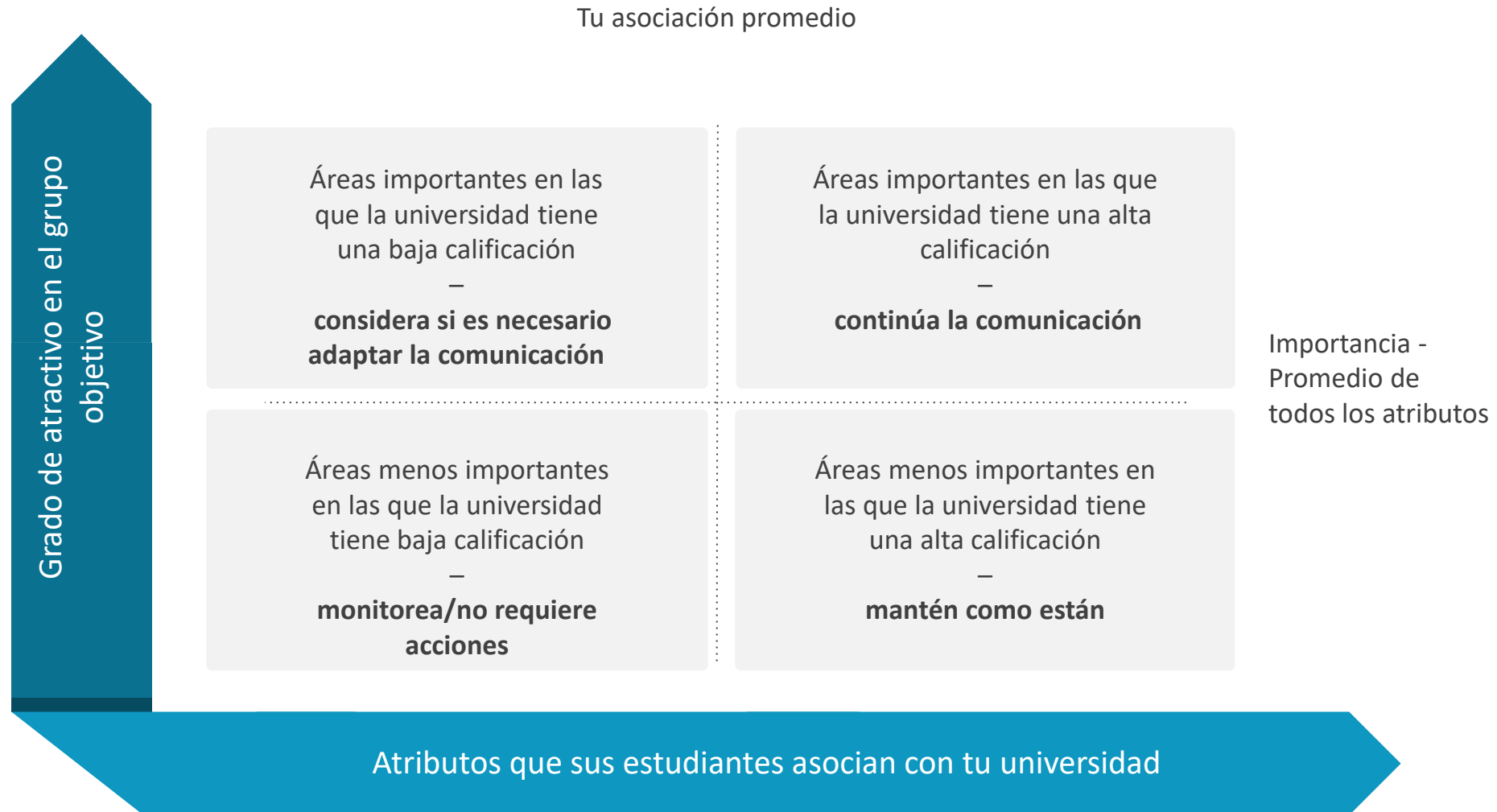
**2022:**

1. Variedad de cursos
2. Fácil acceso a los materiales de estudio
3. Catedráticos/profesores excelentes



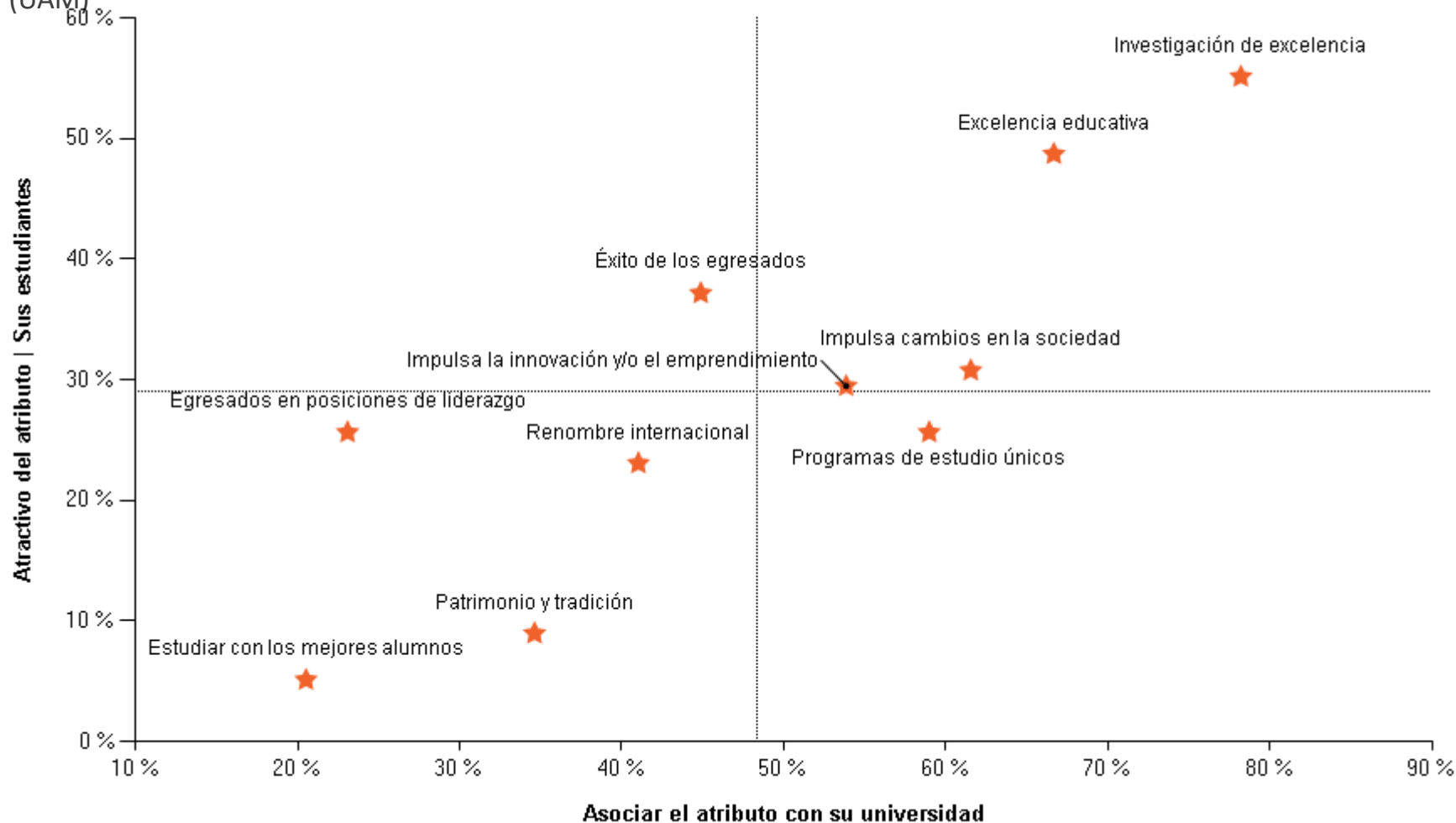
• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad o centro educativo? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

# ¿Estás asociado con lo que es importante para tus estudiantes?



# Reputación

Atractivo vs. Asociación con Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)



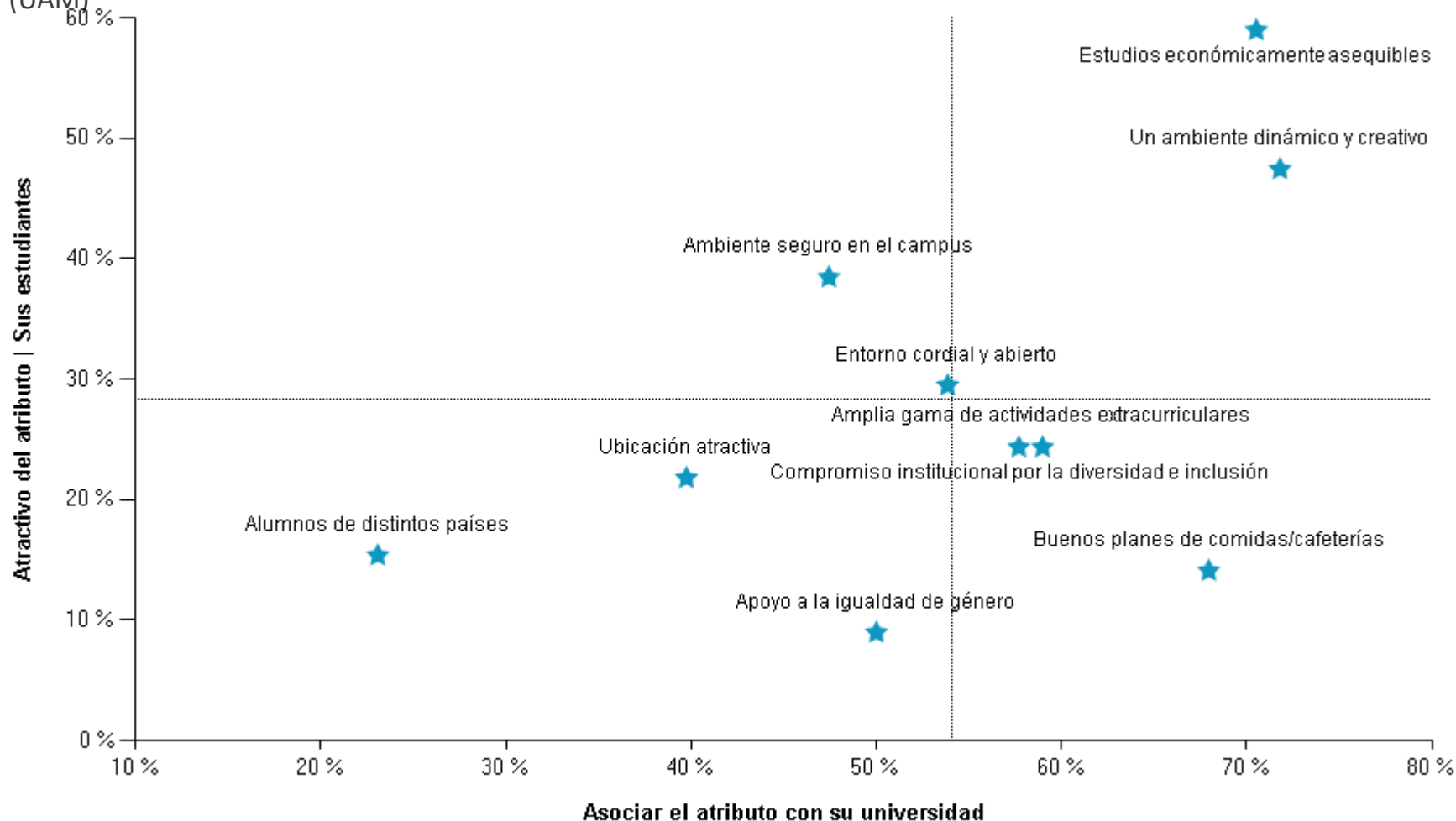
- ¿Cuáles de éstos son más importantes para ti? (Selecciona un máximo de 3 alternativas).
- ¿Cuál de los siguientes atributos asocias con tu colegio o universidad? (Selecciona tantos como corresponda).





# Cultura

Atractivo vs. Asociación con Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)

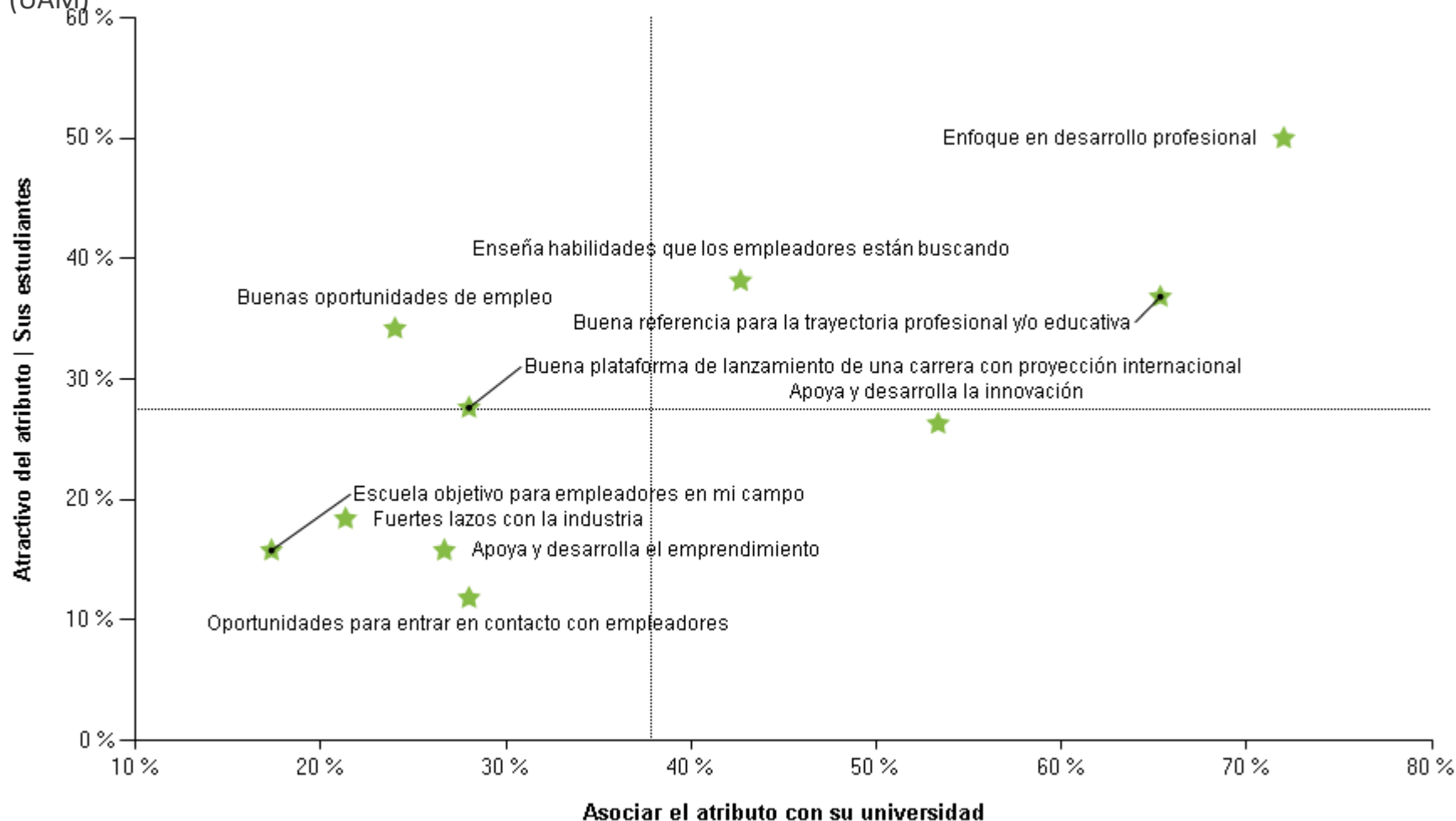


- ¿Cuáles de éstos son más importantes para usted? (Selecciona un máximo de 3 alternativas).
- ¿Cuál de los siguientes atributos asocias con tu colegio o universidad? (Selecciona tantos como corresponda).



# Empleabilidad

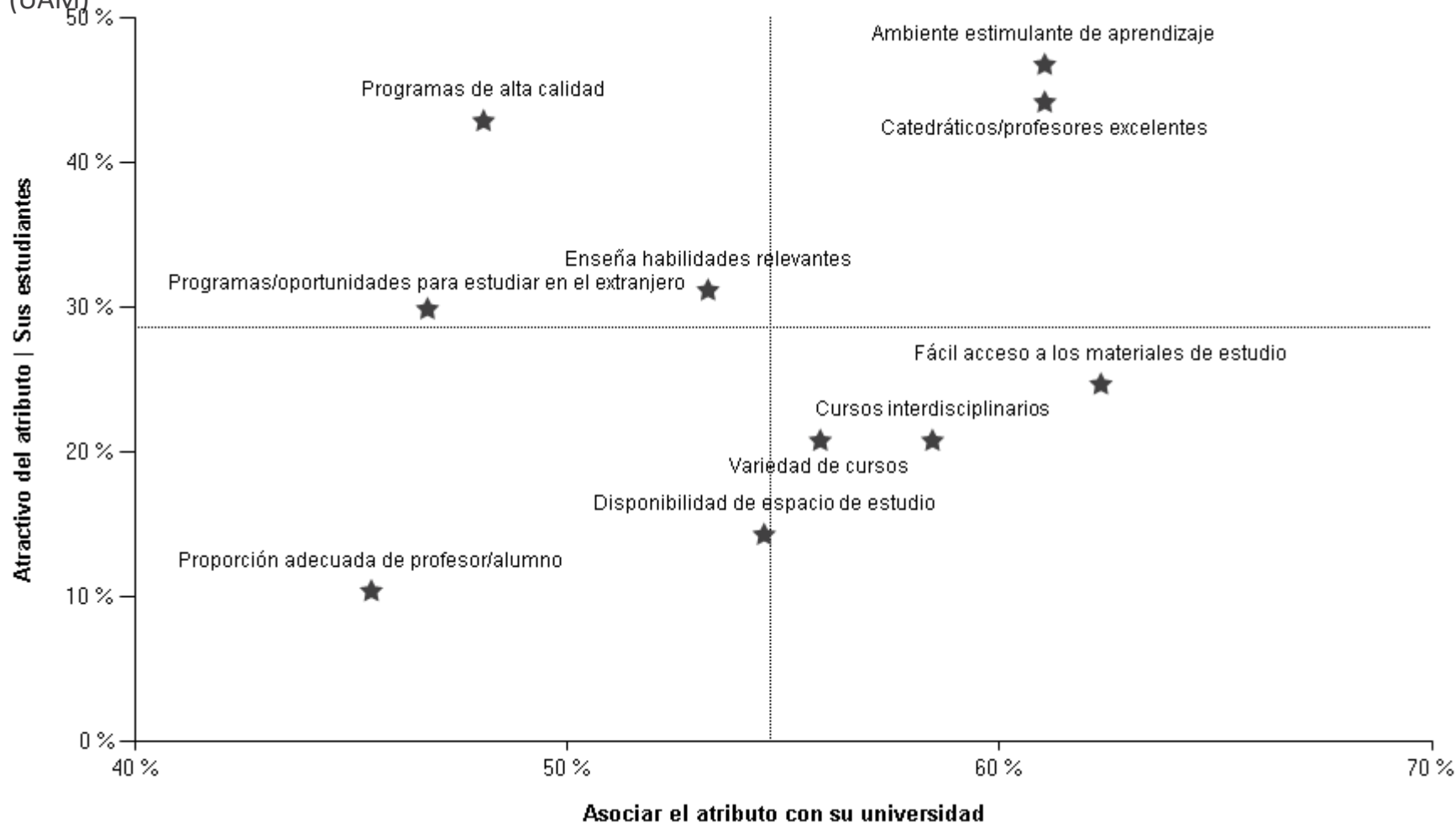
Atractivo vs. Asociación con Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)



- ¿Cuáles de éstos son más importantes para usted? (Selecciona un máximo de 3 alternativas).
- ¿Cuál de los siguientes atributos asocia con tu colegio o universidad? (Selecciona tantos como corresponda).

# Oferta Educativa

Atractivo vs. Asociación con Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)



- ¿Cuáles de éstos son más importantes para usted? (Selecciona un máximo de 3 alternativas).
- ¿Cuál de los siguientes atributos asocias con tu colegio o universidad? (Selecciona tantos como corresponda).

# Áreas de estudio

Sus estudiantes: Ciencias Naturales (1/1)

| Área de estudio      | Sus estudiantes | Área de estudio                | Sus estudiantes |
|----------------------|-----------------|--------------------------------|-----------------|
| Biología             | 47%             | Estadística                    | 13%             |
| Química              | 27%             | Ciencias Físicas               | 11%             |
| Ciencias Biológicas  | 25%             | Geología/Ciencias de la Tierra | 8%              |
| Bioquímica           | 21%             | Veterinaria                    | 8%              |
| Física               | 21%             | Zootecnia                      | 7%              |
| Matemáticas          | 21%             | Astronomía                     | 6%              |
| Microbiología        | 18%             | Ciencias Humanas               | 4%              |
| Ciencias Ambientales | 17%             | Meteorología                   | 4%              |
| Farmacía             | 15%             | Otra (Ciencias Naturales)      | 8%              |
| Biotecnología        | 14%             |                                |                 |



• Por favor selecciona las alternativas que mejor correspondan a tu principal (es) área (s) de estudio.

# Áreas de estudio

Todos los estudiantes: Ciencias Naturales (1/1)

| Área de estudio      | Todos los estudiantes | Área de estudio                | Todos los estudiantes |
|----------------------|-----------------------|--------------------------------|-----------------------|
| Biología             | 38%                   | Farmacia                       | 13%                   |
| Química              | 31%                   | Veterinaria                    | 11%                   |
| Ciencias Biológicas  | 27%                   | Zootecnia                      | 11%                   |
| Bioquímica           | 25%                   | Ciencias Físicas               | 10%                   |
| Matemáticas          | 25%                   | Geología/Ciencias de la Tierra | 9%                    |
| Microbiología        | 24%                   | Ciencias Humanas               | 6%                    |
| Biotecnología        | 22%                   | Astronomía                     | 4%                    |
| Estadística          | 20%                   | Meteorología                   | 4%                    |
| Ciencias Ambientales | 19%                   | Otra (Ciencias Naturales)      | 6%                    |
| Física               | 17%                   |                                |                       |



• Por favor selecciona las alternativas que mejor correspondan a tu principal (es) área (s) de estudio.

# Clasificación del Empleador Considerado | Top 30

Todos los estudiantes | Ciencias Naturales

| Empleador             | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio | Empleador                              | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio |
|-----------------------|--------------|-----------------|--------|--|--------------|-----------------|--------|
| Pfizer                | 1            | 43,70%          | → 0    | BBVA                                   | 16           | 20,90%          | ↑ 2    |
| Gobierno Federal      | 2            | 32,23%          | → 0    | Amazon                                 | 17           | 20,42%          | ↓ -1   |
| Nestlé                | 3            | 31,60%          | ↑ 1    | Microsoft                              | 18           | 20,12%          | ↓ -5   |
| Pemex                 | 4            | 30,58%          | ↑ 2    | Colgate-Palmolive                      | 19           | 19,63%          | ↑ 2    |
| Johnson & Johnson     | 5            | 30,32%          | ↓ -2   | Danone                                 | 20           | 19,08%          | ↓ -3   |
| Google                | 6            | 28,54%          | ↑ 1    | Samsung                                | 21           | 16,44%          | ↑ 2    |
| Bayer                 | 7            | 28,38%          | ↓ -2   | Kellogg                                | 22           | 16,34%          | ↑ 9    |
| Grupo Bimbo           | 8            | 26,20%          | → 0    | Monsanto                               | 23           | 16,24%          | ↑ 19   |
| Grupo Lala            | 9            | 25,69%          | ↑ 3    | FEMSA                                  | 24           | 15,81%          | ↓ -4   |
| HEINEKEN              | 10           | 24,95%          | ↓ -1   | Netflix                                | 25           | 15,75%          | ↓ -6   |
| L'Oréal Group         | 11           | 24,27%          | ↑ 4    | Citibanamex                            | 26           | 15,71%          | ↑ 7    |
| The Coca-Cola Company | 12           | 23,54%          | ↓ -2   | Ferrero                                | 27           | 15,36%          | ↓ -2   |
| Grupo Modelo          | 13           | 23,10%          | ↓ -2   | CFE (Comisión Federal de Electricidad) | 28           | 15,01%          | ↓ -4   |
| Bachoco               | 14           | 22,57%          | ↑ 8    | Aeroméxico                             | 29           | 14,79%          | ↓ -2   |
| PepsiCo               | 15           | 22,53%          | ↓ -1   | Walt Disney Company                    | 30           | 14,68%          | → 0    |



A continuación se muestra una lista de empleadores. Selecciona para cuales considerarías trabajar. (Elije tantos como corresponda).

# La Clasificación del Empleador Ideal | Top 30

Todos los estudiantes | Ciencias Naturales

| Empleador         | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio | Empleador                              | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio |
|-------------------|--------------|-----------------|--------|--|--------------|-----------------|--------|
| Pfizer            | 1            | 29,17%          | → 0    | Monsanto                               | 16           | 6,72%           | ↑ 4    |
| Gobierno Federal  | 2            | 19,21%          | → 0    | Grupo Bimbo                            | 17           | 6,48%           | ↓ -5   |
| Bayer             | 3            | 16,51%          | ↑ 1    | CFE (Comisión Federal de Electricidad) | 18           | 6,46%           | ↑ 1    |
| Google            | 4            | 15,00%          | ↓ -1   | The Coca-Cola Company                  | 19           | 5,97%           | ↓ -3   |
| Pemex             | 5            | 14,62%          | ↑ 1    | Grupo BMV (Bolsa Mexicana de Valores)  | 20           | 5,91%           | ↑ 1    |
| Johnson & Johnson | 6            | 13,00%          | ↓ -1   | Walt Disney Company                    | 21           | 5,29%           | ↑ 3    |
| Nestlé            | 7            | 11,89%          | → 0    | IBM                                    | 22           | 4,74%           | ↓ -4   |
| Microsoft         | 8            | 10,26%          | → 0    | Netflix                                | 23           | 4,17%           | ↓ -8   |
| L'Oréal Group     | 9            | 10,06%          | ↑ 4    | Colgate-Palmolive                      | 24           | 4,14%           | ↑ 8    |
| BBVA              | 10           | 9,19%           | → 0    | PepsiCo                                | 25           | 4,08%           | ↑ 2    |
| Grupo Lala        | 11           | 7,52%           | ↑ 6    | Citibanamex                            | 26           | 3,75%           | ↑ 8    |
| Grupo Modelo      | 12           | 7,23%           | ↓ -3   | Grupo Carso                            | 27           | 3,52%           | ↑ 10   |
| HEINEKEN          | 13           | 6,82%           | ↑ 1    | Samsung                                | 28           | 3,48%           | → 0    |
| Amazon            | 14           | 6,76%           | ↓ -3   | Aeroméxico                             | 29           | 3,42%           | → 0    |
| Bachoco           | 15           | 6,73%           | ↑ 8    | Danone                                 | 30           | 3,40%           | ↑ 9    |



Ahora selecciona los empleadores para los que más te gustaría trabajar; es decir, tus Empleadores Ideales

# Clasificación de las Candidaturas Potenciales | Top 30

Todos los estudiantes | Ciencias Naturales

| Empleador                             | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio | Empleador                              | Ranking 2023 | Porcentaje 2023 | Cambio |
|---------------------------------------|--------------|-----------------|--------|--|--------------|-----------------|--------|
| Pfizer                                | 1            | 6,37%           | → 0    | Grupo Carso                            | 16           | 1,76%           | ↑ 45   |
| Gobierno Federal                      | 2            | 5,44%           | → 0    | Grupo Lala                             | 17           | 1,70%           | ↑ 4    |
| BBVA                                  | 3            | 4,72%           | ↑ 4    | The Coca-Cola Company                  | 18           | 1,70%           | ↑ 4    |
| Bayer                                 | 4            | 4,32%           | ↑ 1    | IBM                                    | 19           | 1,59%           | ↓ -2   |
| Pemex                                 | 5            | 4,17%           | ↑ 1    | HEINEKEN                               | 20           | 1,55%           | ↓ -7   |
| Google                                | 6            | 3,27%           | ↓ -3   | Liverpool                              | 21           | 1,52%           | ↑ 91   |
| Grupo Modelo                          | 7            | 3,16%           | ↑ 2    | Grupo Santander                        | 22           | 1,51%           | ↑ 23   |
| Johnson & Johnson                     | 8            | 3,15%           | ↓ -4   | Bachoco                                | 23           | 1,51%           | ↑ 4    |
| PepsiCo                               | 9            | 2,90%           | ↑ 11   | CFE (Comisión Federal de Electricidad) | 24           | 1,48%           | ↓ -9   |
| Grupo BMV (Bolsa Mexicana de Valores) | 10           | 2,86%           | ↑ 1    | Monsanto                               | 25           | 1,34%           | → 0    |
| Nestlé                                | 11           | 2,84%           | ↓ -3   | Colgate-Palmolive                      | 26           | 1,28%           | ↑ 20   |
| L'Oréal Group                         | 12           | 2,56%           | ↑ 4    | Microsoft                              | 27           | 1,27%           | ↓ -15  |
| Grupo Bimbo                           | 13           | 1,96%           | ↓ -3   | Procter & Gamble (P&G)                 | 28           | 1,23%           | ↓ -4   |
| AXA Seguros                           | 14           | 1,80%           | ↑ 28   | Grupo México                           | 29           | 1,04%           | ↑ 12   |
| Unilever                              | 15           | 1,78%           | ↑ 13   | John Deere                             | 30           | 1,03%           | ↑ 33   |



¿Has solicitado o vas a solicitar empleo a estas empresas? (Sí, he solicitado / Sí, voy a solicitar)



¡GRACIAS!



**XXX XX**

Partner Relations Manager

XXX

[xx@universumglobal.com](mailto:xx@universumglobal.com)



Visítanos en nuestra página web o en  
Redes Sociales