



Investigación de Talentos de Universum 2015

Informe de colaboradores | Universidad Autónoma Metropolitana
Edición México | Estudiantes & Profesionales | Todos los estudiantes
en la encuesta



Acerca de Universum



Con más de 25 años de experiencia en el área de employer branding, Universum es reconocido como un líder mundial cuyos métodos y estudios producen excelentes resultados.

CADA AÑO

1,000,000

Nuestros estudios incluyen a más de 1,000,000 estudiantes y profesionales y nos permiten obtener una visión detallada de sus hábitos de comunicación, aspiraciones de carrera, y percepción de potenciales empleadores.



Para nuestros clientes, Universum es un colaborador de confianza que le ayuda a desarrollar, mejorar, e implementar estrategias de employer branding apropiadas a su organización.



Universum es la autoridad en la área de employer branding, con profunda experiencia en investigación, consultoría y comunicación, ofreciendo perspectivas relevantes y de alto impacto.



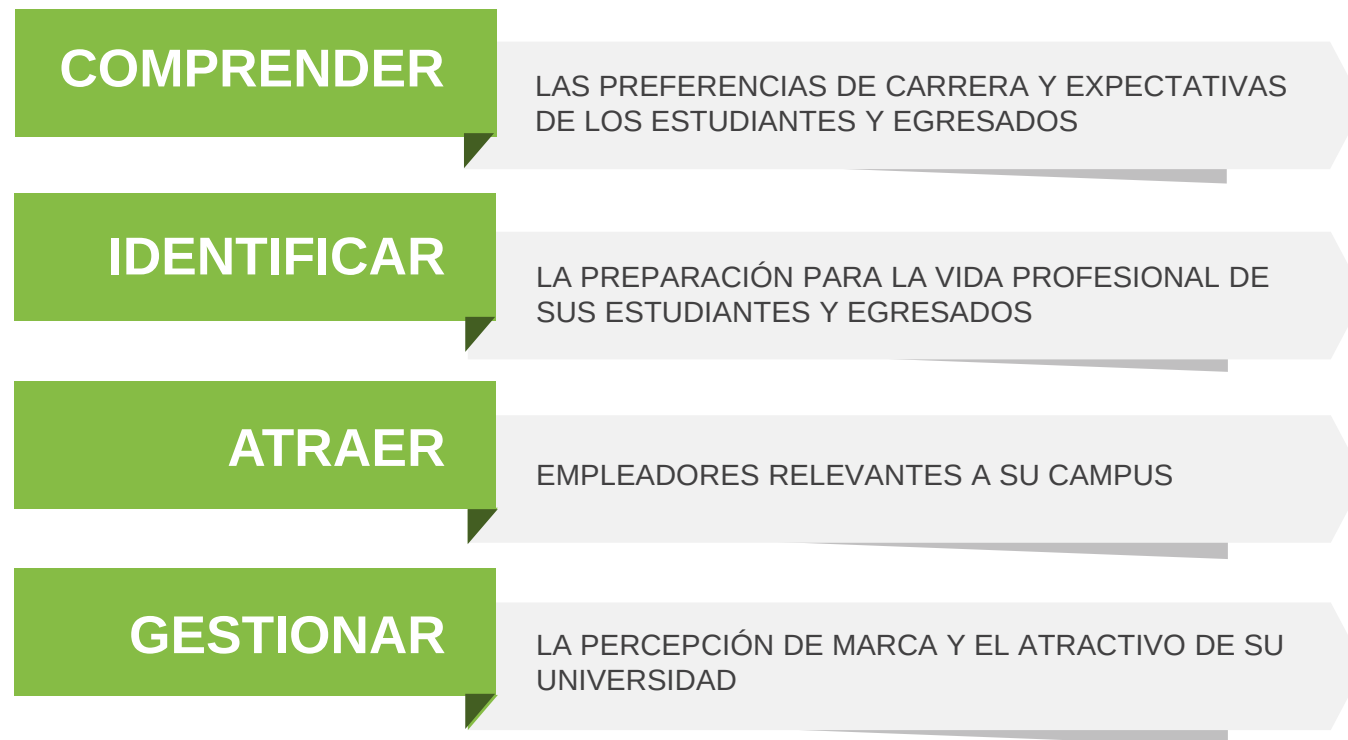
Nuestro alcance global asegura que los resultados de nuestros estudios pueden ser comparados entre mercados. Trabajamos con más de 2,000 de las mejores instituciones académicas en el mundo.



Universum emplea a expertos y consultores profesionales, inteligentes, y amigables que trabajan con nuestros clientes en colaboraciones de largo plazo.

Ayudamos a las Instituciones de Educación Superior

Universum es el líder global en el área de employer branding e investigación de talento. A través de nuestras soluciones de investigación de mercado, consultoría y comunicación, pretendemos cerrar la brecha entre las expectativas de los empleadores y el talento, y apoyar a las Instituciones de Educación Superior en sus roles. A través de nuestra visión única de los retos de reclutamiento que enfrentan los empleadores y la dinámica del mercado del talento, ayudamos a casi 2,000 universidades de todo el mundo a:



Modelo de lista de clientes

Algunos de los empleadores más atractivos del mundo



Universum en los medios de comunicación

Clasificaciones y editores de liderazgo de reflexión de Universum



Tendencias de mercado | México

El crecimiento de la infraestructura, tanto física como digital, exige una fuerza de trabajo con aptitudes

En la actualidad, los niveles educativos en México no pueden garantizar una oferta que satisfaga la demanda. Conforme más compañías multinacionales ingresen en el mercado, **la demanda de talento crecerá enormemente.**



Los estudiantes desean reubicarse, sólo que no donde los empleadores los necesitan

Tanto la situación geográfica como las tasas delictivas hacen que los estudiantes sean reacios a reubicarse dentro del país, mientras que la posibilidad de trasladarse al extranjero ha crecido en importancia entre los estudiantes de una licenciatura, tanto a corto como largo plazo.



Crisis de confianza en el liderazgo

Solamente un 14 % de los ejecutivos dicen que sus líderes están preparados.* Al mismo tiempo, convertirse en líderes es una de las principales prioridades de los estudiantes. El reemplazo de empleados que pertenecen a la vieja guardia por empleados nacidos en la era digital tendrá un impacto significativo en las compañías de México.

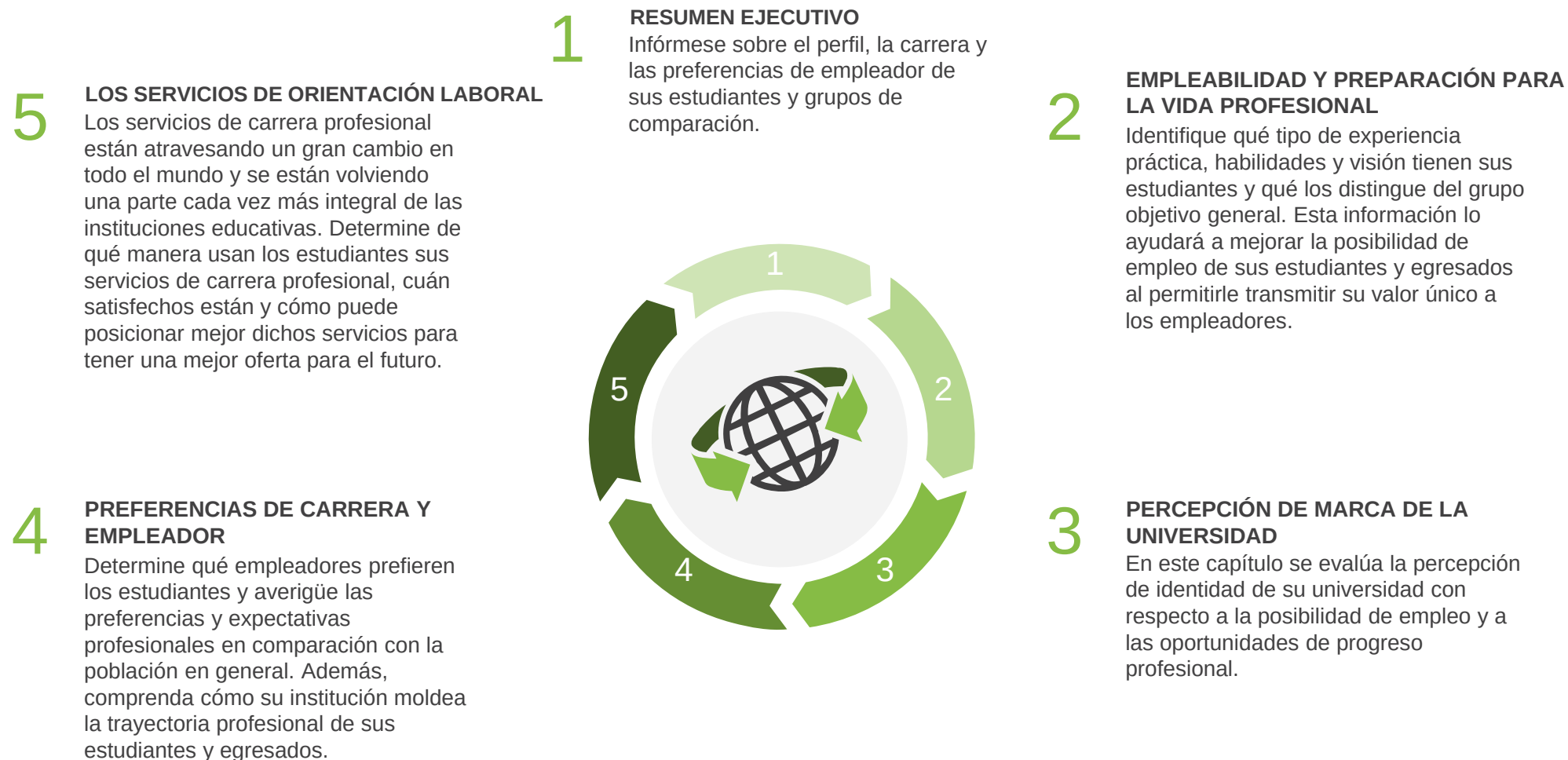


Los problemas de Pemex tendrán grandes consecuencias

El aumento de la competencia en el sector de energía puede requerir que Pemex aumente los salarios de puestos clave hasta en un 66 %. Los empleadores que buscan ingenieros y analistas de negocios en una amplia gama de sectores sentirán los efectos.



Lo que cubrimos en este reporte



Acerca de la Investigación de talentos de Universum y los grupos objetivo

EL CUESTIONARIO



- Basado en **25 años de experiencia**, investigaciones extensivas en el ámbito de RH, grupos focales y comunicación con clientes y estudiantes.
- Perspectiva global – visión local.
- Realizada por medio de una encuesta en línea, distribuida a través de nuestros contactos con universidades, el Panel de Universum y socios locales.

ENCUESTADOS



- **Estudiantes** en instituciones de educación superior.



Período
Octubre 2014 a Enero 2015



Número de estudiantes
que participaron en la encuesta **49,348**

ESTE REPORTE

Número de encuestados

Grupo 1

Sus estudiantes

961

Grupo 2

Todos los Estudiantes

39,209

Grupo 3

Sus ex alumnos

1,113

Índice de contenidos

- 1 RESUMEN EJECUTIVO
- 2 EMPLEABILIDAD
- 3 PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD
- 4 PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR
- 5 LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL

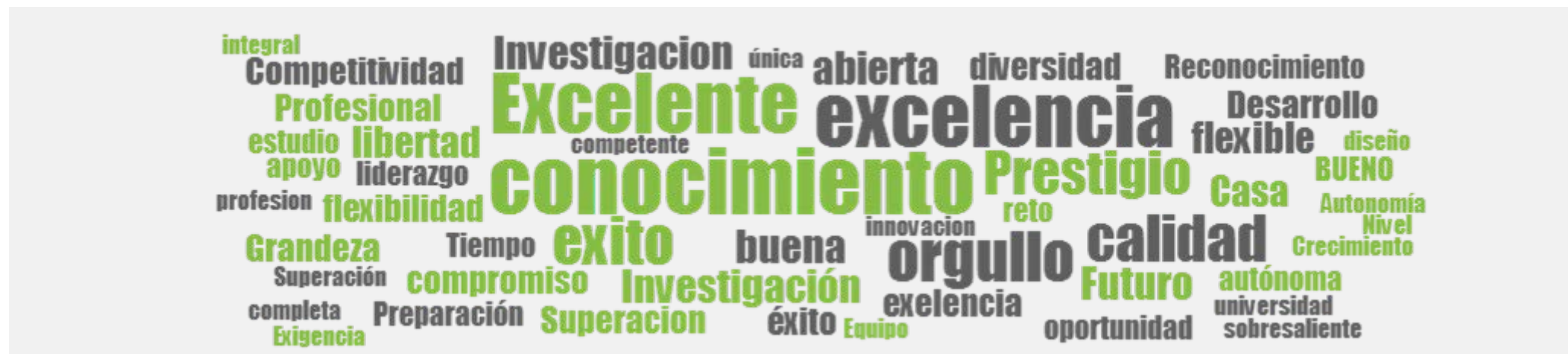


RESUMEN EJECUTIVO

Obtenga información sobre las preferencias de perfil, carrera y empleador de sus estudiantes y de los grupos de comparación.

Resumen de la Percepción de Marca de la Universidad

Asociaciones con su universidad



Puntaje promedio de recomendación de la universidad:

Sus estudiantes	9.4
Todos los Estudiantes	8.7
Sus ex alumnos	9.1

Puntaje promedio de satisfacción de la universidad:

Sus estudiantes	8.8
Todos los Estudiantes	8.3

• ¿Cuál es la primera palabra que le viene a la mente cuando piensa en el centro educativo en el que cursa sus estudios? ¿Qué probabilidades hay de que recomiende su facultad o universidad a un amigo o miembro de su familia? ¿Cuál es su grado de satisfacción con su institución educativa actual?

• Este es un extracto de un Informe universitario basado en los resultados de la Encuesta de talentos de Universum 2015 en México. Visite www.universumglobal.com para más información acerca de Universum y nuestra investigación mundial.

Universidad Autónoma Metropolitana Indicadores clave de desempeño de empleabilidad

Sus estudiantes

DP Desarrollo profesional	ENFOQUE DE DESARROLLO PROFESIONAL DE LA UNIVERSIDAD ¿Los estudiantes perciben su enfoque en su desarrollo profesional?	
EP Experiencia práctica	EXPERIENCIA PRÁCTICA ¿Sus estudiantes adquieren la suficiente experiencia práctica durante sus estudios?	
AF Aprendizaje flexible	APRENDIZAJE FLEXIBLE ¿Sus estudiantes tienen una actitud de aprendizaje flexible?	
P Paradigmático	PARADIGMÁTICO ¿Qué proporción de sus egresados son paradigmáticos?	

Cada puntaje de indicador clave de desempeño se basa en la **proporción de sus estudiantes** que califican en cada categoría y se ejemplifica con un medidor de cinco niveles, de rojo (0-20%) a verde (80-100%).



0-20%



20-40%



40-60%



60-80%



80-100%

El perfil y el resumen de las preferencias de los estudiantes



Sus estudiantes



PRINCIPALES METAS DE DESARROLLO PROFESIONAL

1. Tener equilibrio entre la vida profesional y personal
2. Tener un trabajo fijo y estable
3. Ser emprendedor o creativo/innovador



ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS ESTUDIANTES SE IDENTIFICAN

1. Orientado hacia el futuro
2. Se toma el tiempo para pensar
3. Se enfoca en la solución

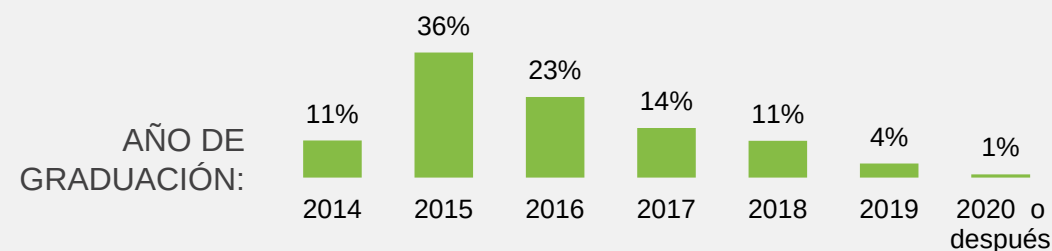


LAS 3 PRINCIPALES INDUSTRIAS

1. Sector público y agencias gubernamentales
2. Instituciones educativas y científicas
3. Medios de comunicación y publicidad

LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

1. Formación y desarrollo profesional
2. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
3. Líderes que apoyarán mi desarrollo
4. Buena referencia para el futuro profesional
5. Oportunidades de viajes / traslados al extranjero



El perfil y el resumen de las preferencias de los estudiantes



Todos los Estudiantes



PRINCIPALES METAS DE DESARROLLO PROFESIONAL

1. Tener equilibrio entre la vida profesional y personal
2. Ser emprendedor o creativo/innovador
3. Tener un trabajo fijo y estable

LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

1. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
2. Formación y desarrollo profesional
3. Oportunidades de viajes / traslados al extranjero
4. Buena referencia para el futuro profesional
5. Líderes que apoyarán mi desarrollo



ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS ESTUDIANTES SE IDENTIFICAN

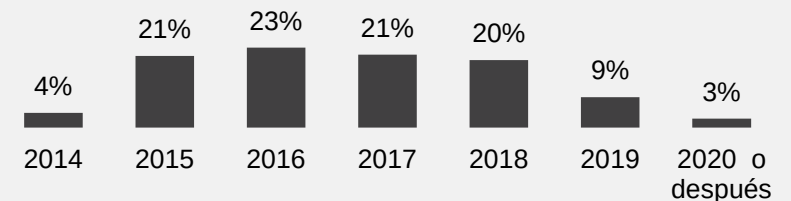
1. Orientado hacia el futuro
2. Se toma el tiempo para pensar
3. Se enfoca en la solución



LAS 3 PRINCIPALES INDUSTRIAS

1. Sector público y agencias gubernamentales
2. Medios de comunicación y publicidad
3. Gestión y consultoría estratégica

AÑO DE GRADUACIÓN:



El perfil y el resumen de las preferencias de los estudiantes



Sus ex alumnos



PRINCIPALES METAS DE DESARROLLO PROFESIONAL

1. Tener equilibrio entre la vida profesional y personal
2. Tener un trabajo fijo y estable
3. Ser emprendedor o creativo/innovador



ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS PROFESIONALES SE IDENTIFICAN

1. Se enfoca en la solución
2. Se toma el tiempo para pensar
3. Orientado hacia el futuro



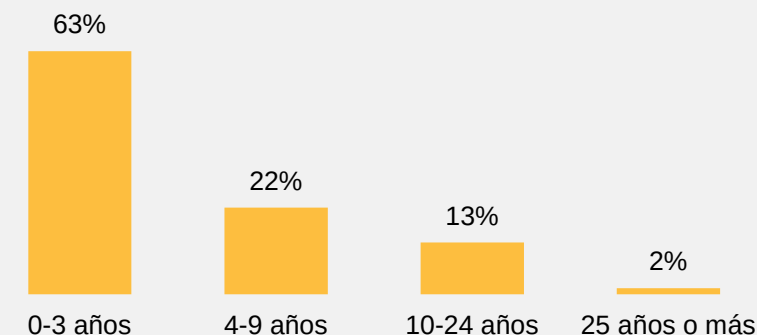
LAS 3 INDUSTRIAS MÁS REPRESENTADAS

1. Otra, especifique:
2. Instituciones educativas y científicas
3. Sector público y agencias gubernamentales

LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

1. Formación y desarrollo profesional
2. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
3. Salario base competitivo
4. Un ambiente de trabajo dinámico y creativo
5. Empleo seguro

DISTRIBUCIÓN DE LA EXPERIENCIA LABORAL



Índice de contenidos

- 1 RESUMEN EJECUTIVO
- 2 EMPLEABILIDAD
- 3 PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD
- 4 PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR
- 5 LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL



Empleabilidad y preparación para la vida profesional

Descubra qué tipo de experiencia práctica, habilidades y actitudes tienen sus estudiantes y qué los distingue del resto del grupo objetivo general. Esta información lo ayudará a mejorar la posibilidad de empleo de sus estudiantes y egresados al permitirle comunicar su valor único a los empleadores.

Cómo medimos la empleabilidad en la Encuesta de talentos de Universum



Indicadores clave de rendimiento de posibilidad de empleo en la Encuesta de talentos 2015

IN 1 Visión internacional	VISIÓN INTERNACIONAL ¿Cuán internacional es la población de talentos?	CH 5 Confianza en habilidades	CONFIANZA EN HABILIDADES ¿Cuánta confianza tiene la población de talentos sobre sus propias habilidades?
PL 2 Potencial de liderazgo	POTENCIAL DE LIDERAZGO ¿Cuán grande es la proporción de futuros líderes en la población de talentos?	EP 6 Experiencia práctica	EXPERIENCIA PRÁCTICA ¿La población objetivo adquiere la suficiente experiencia práctica durante sus estudios?
P 3 Paradigmático	PARADIGMÁTICO ¿Cuán grande es la proporción de paradigmáticos en la población de talentos?	DP 7 Desarrollo profesional	ENFOQUE DE DESARROLLO PROFESIONAL DE LA UNIVERSIDAD ¿Se percibe que su institución educativa se enfoca en el desarrollo profesional de los talentos?
AF 4 Aprendizaje flexible	APRENDIZAJE FLEXIBLE ¿La población objetivo tiene una visión de aprendizaje flexible?		

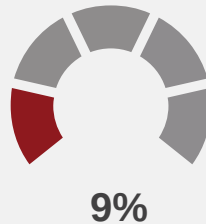
9% de sus estudiantes tienen una actitud internacional

INTERNACIONALISTAS



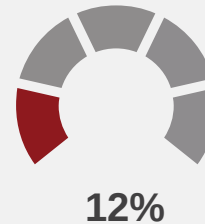
Proporción del talento con una visión internacional dentro del grupo objetivo:

Sus estudiantes



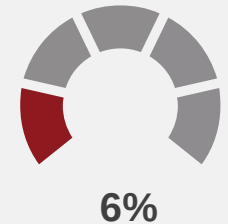
9%

Todos los Estudiantes



12%

Sus ex alumnos

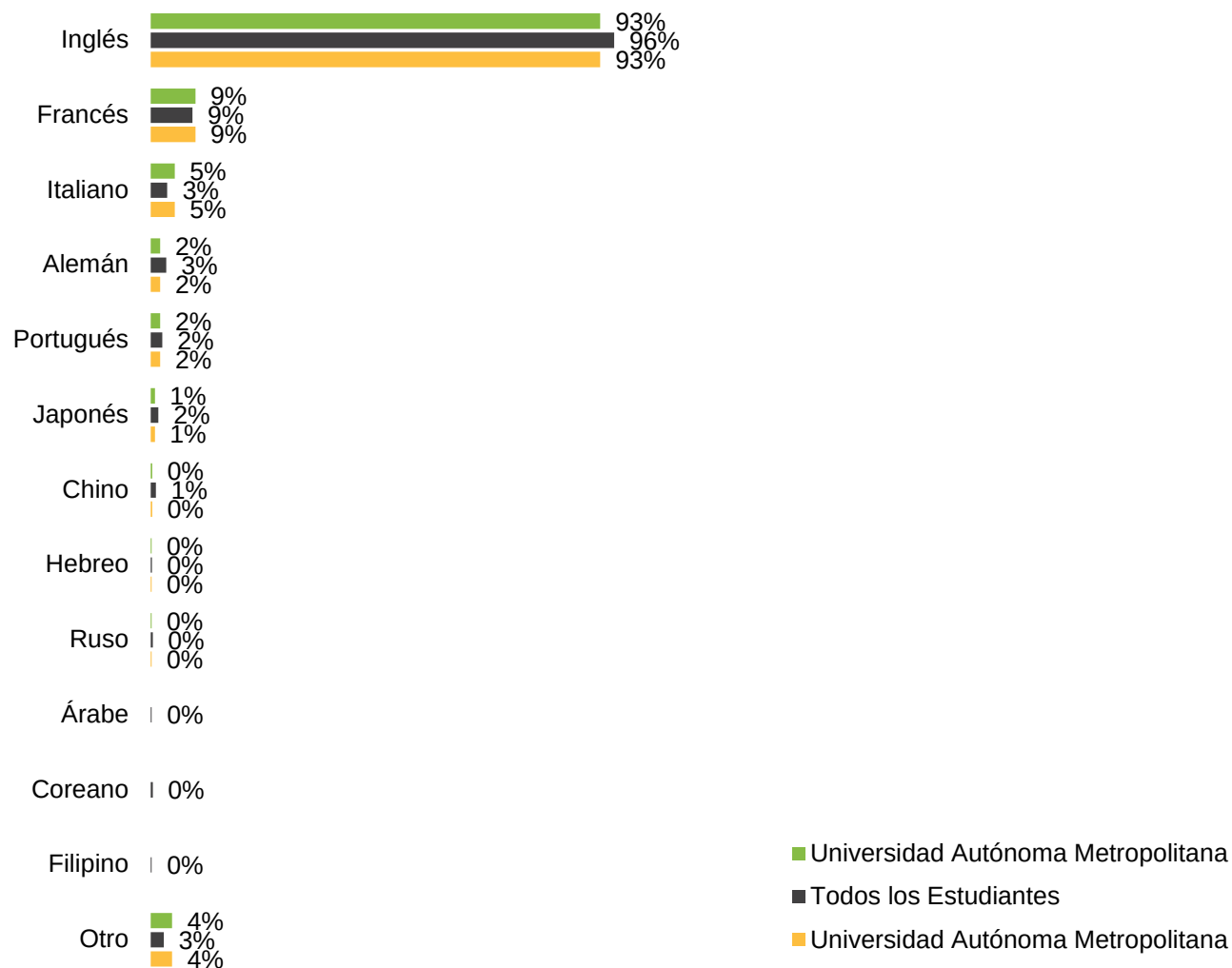


6%

Ser un Internacionalista no es solo una experiencia en el CV, sino también:

- *Abarca una habilidad global y una visión que posibilita el éxito profesional*
- *Les permite a las personas reconocer oportunidades de mercado y crecimiento*
- *Les permite a las personas lidiar con situaciones complejas e influenciar a aquellas otras personas que son diferentes a ellas*

Idiomas extranjeros



Además de Español, ¿qué otros idiomas habla usted con fluidez? Por favor, marque un idioma si es usted suficientemente capaz de usarlo como idioma principal para interactuar con colegas en el puesto de trabajo.)

12% de sus estudiantes tienen potencial de liderazgo

LÍDERES



PL²
Potencial de
liderazgo

Proporción del talento con potencial de liderazgo dentro del grupo objetivo:

Sus estudiantes



12%

Todos los Estudiantes



11%

Sus ex alumnos



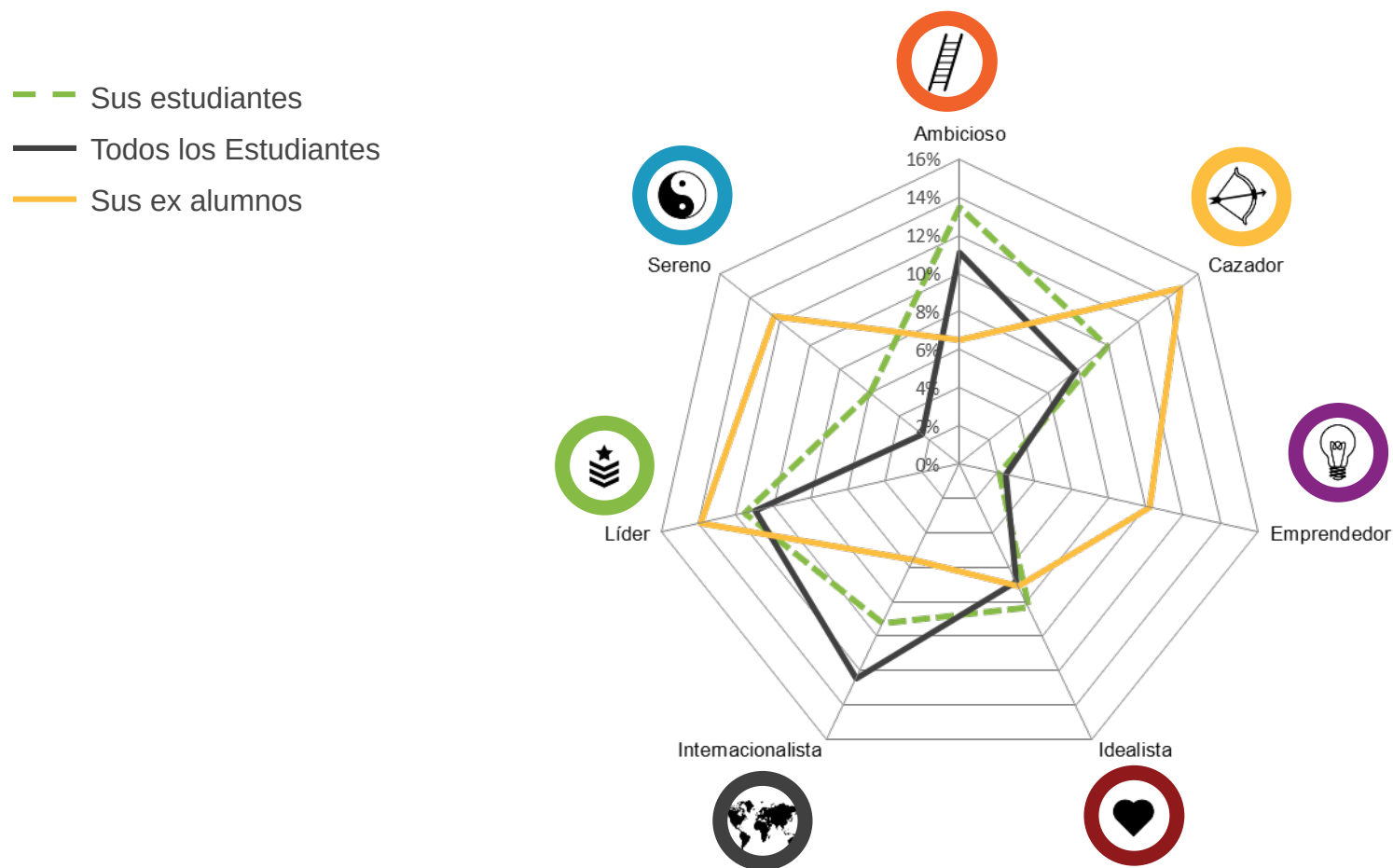
14%

Tener una proporción amplia de futuros líderes en la población es importante, ya que ellos serán las personas que tengan la oportunidad de influir en negocios, gobiernos y la sociedad del futuro. Los líderes reúnen las siguientes características:

- Pueden tener una visión general en cualquier situación, lo que les ayuda a inspirar a sus equipos y a sí mismos.
- Prefieren los numerosos beneficios de trabajar con otros en un ambiente de equipos en lugar de ser "lobos solitarios".
- No temen ser responsables de situaciones. Ven la responsabilidad como algo deseable y que buscan.

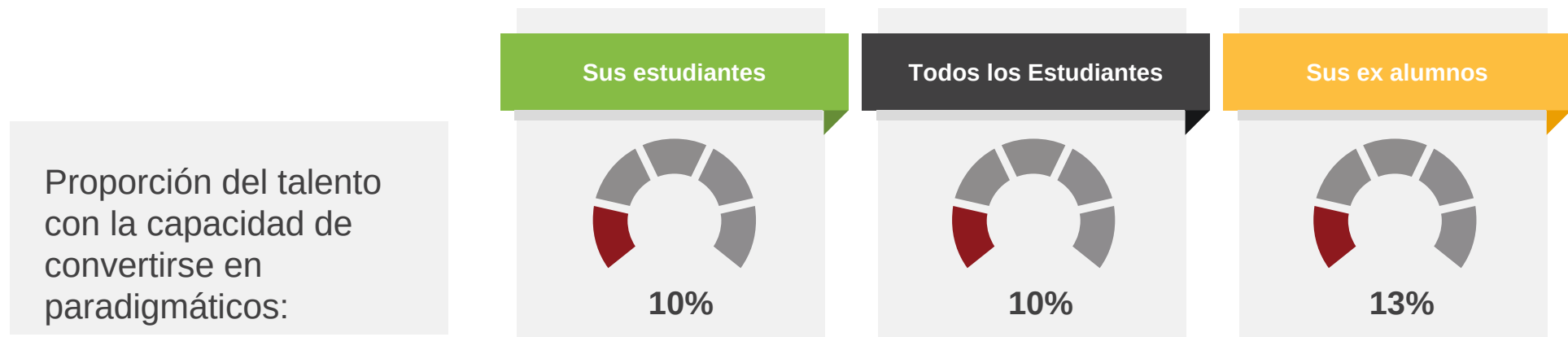
Los perfiles de desarrollo profesional de Universum

Distribución por grupo objetivo



10% de sus estudiantes tienen la capacidad de ser paradigmáticos

PARADIGMÁTICOS



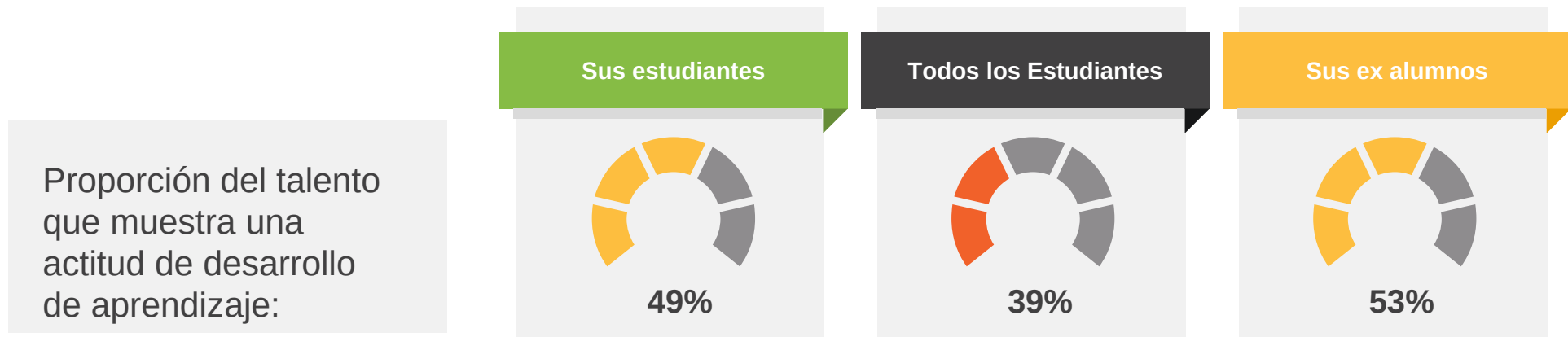
Las personas paradigmáticas son aquellas que ayudarán a desarrollar el negocio, permanecer en el mercado y/o seguir innovando. Si bien en el pasado los empleados más eficientes solían ser los más exitosos, el futuro valorará aquellos que muestren pasión por lo que hacen. Los paradigmáticos reúnen los siguientes rasgos de personalidad:

- *Búsqueda: búsqueda activa de desafíos para mejorar rápidamente su rendimiento*
- *Compromiso y responsabilidad: deseo de tener un impacto duradero y creciente en una industria o función en particular*
- *Disposición a networking: búsqueda de interacciones profundas con otros y desarrollar relaciones sólidas basadas en la confianza para aprender cosas nuevas*

49% de sus estudiantes tienen un aprendizaje flexible

APRENDIZAJE FLEXIBLE

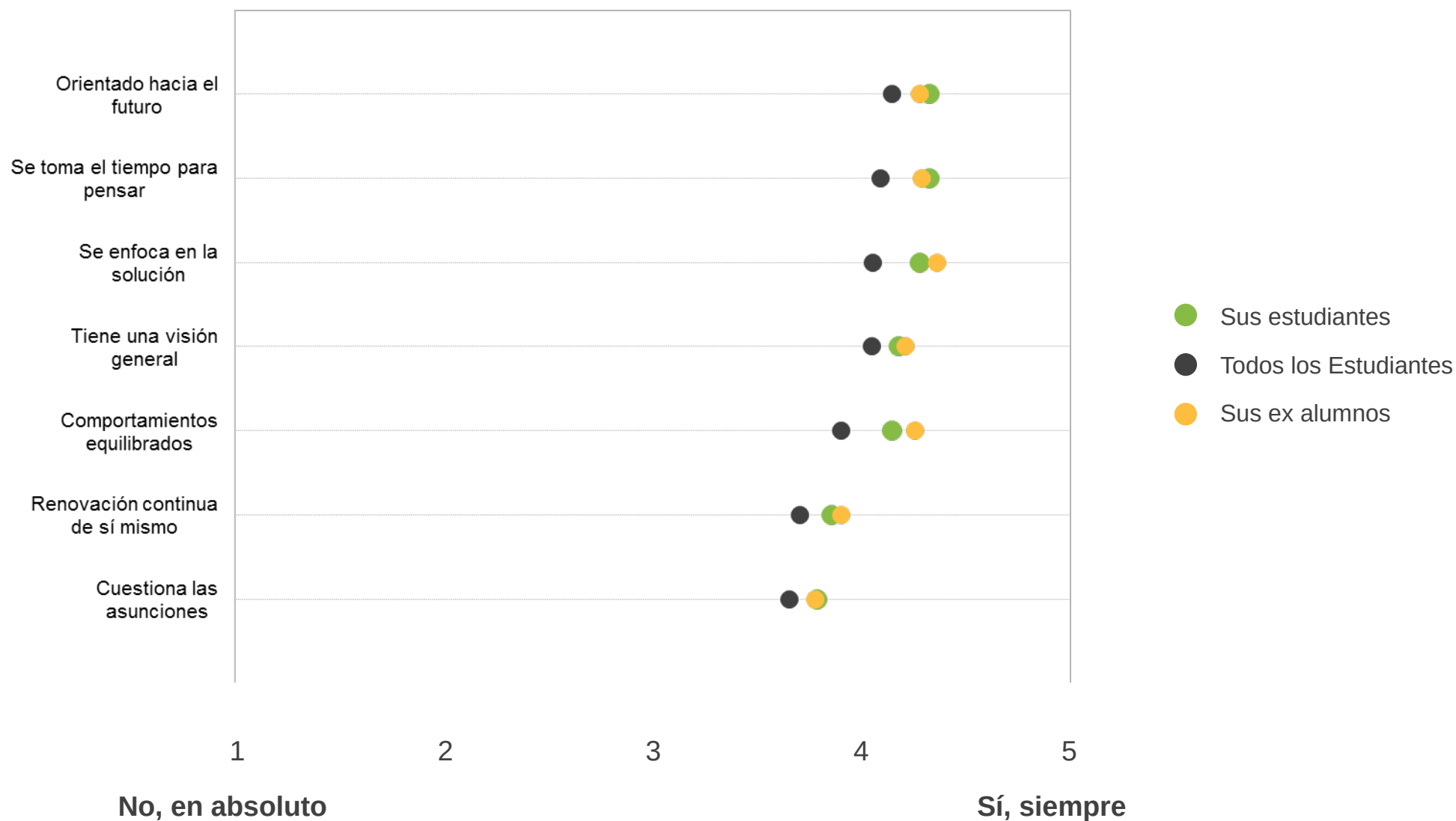
AF⁴
Aprendizaje flexible



El nuevo escenario comercial traslada los esfuerzos de la eficiencia flexible al aprendizaje flexible. La visión y las actitudes detrás de esto son cruciales para que los talentos tengan éxito en su vida profesional.

*Fundamentalmente, **el aprendizaje de crecimiento se trata de innovación y creatividad**. Es la capacidad de seguir aprendiendo y nunca "llegar".*

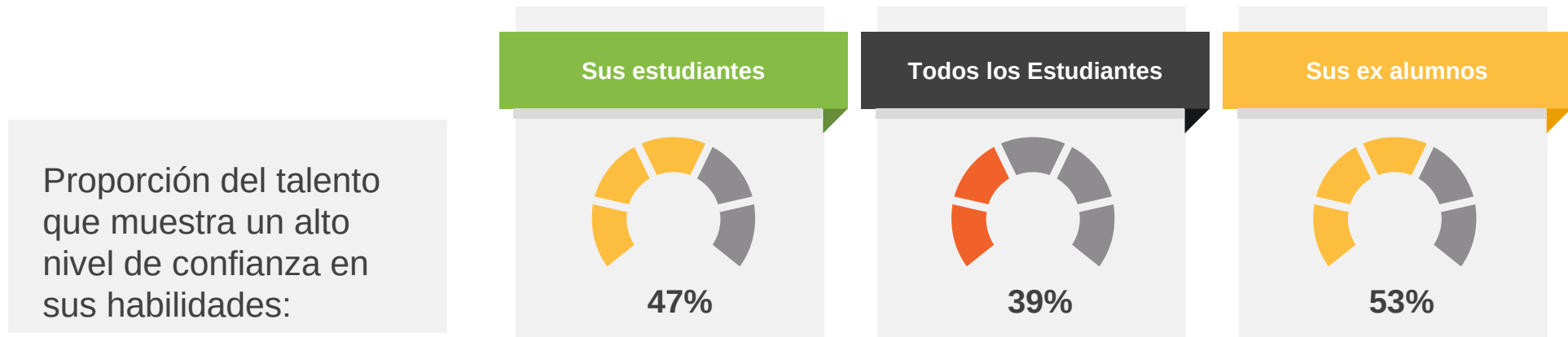
Cómo varía la visión flexible entre los grupos objetivos



47% de sus estudiantes tienen confianza en sus habilidades de personalidad

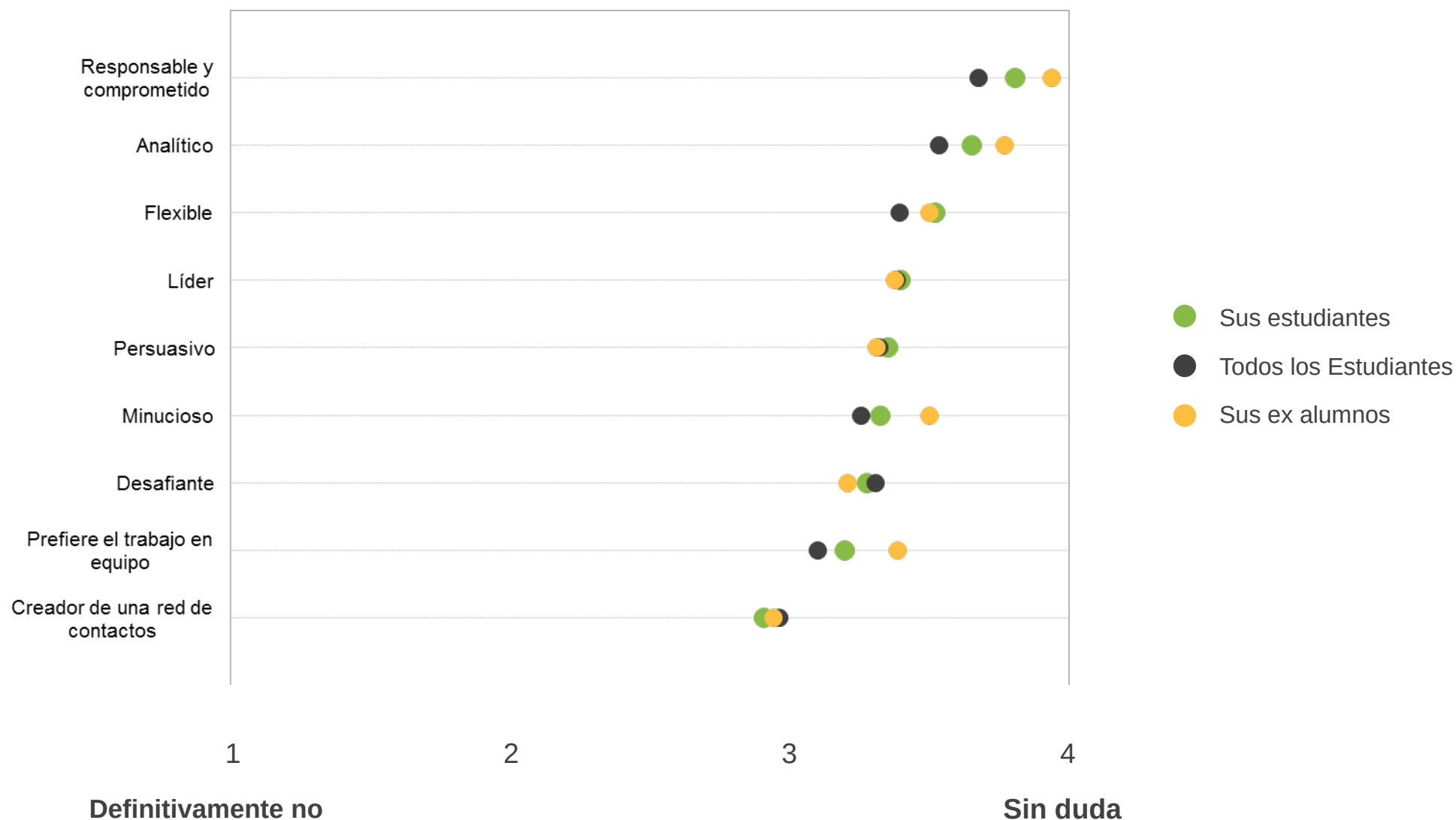
CONFIANZA EN HABILIDADES

CH⁵
Confianza en
habilidades



La autoestima y la confianza en su personalidad, las habilidades técnicas y la experiencia son importantes para la posibilidad de empleo del talento, especialmente al presentarlo a empleadores para obtener, mantener o encontrar un nuevo empleo cuando sea necesario.

¿Qué habilidades de personalidad describen a cada grupo objetivo?



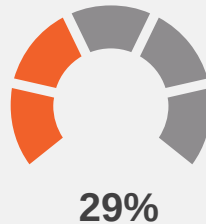
29% de sus estudiantes adquirieron experiencia práctica significativa durante sus estudios

EXPERIENCIA PRÁCTICA

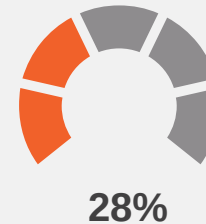
EP⁶
Experiencia
práctica

Proporción del talento que adquirió experiencia práctica significativa:

Sus estudiantes



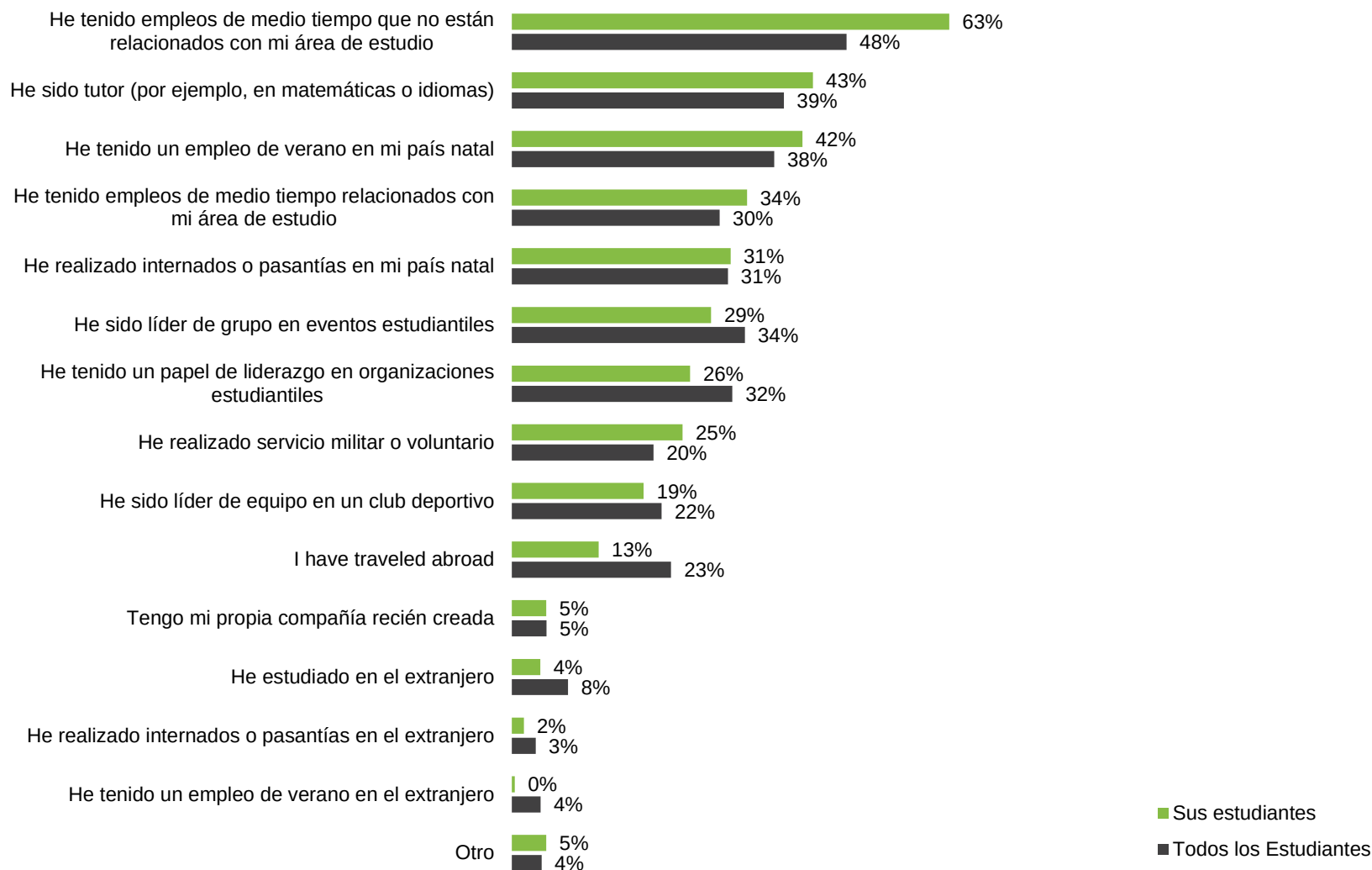
Todos los Estudiantes



Los títulos académicos no son el único requisito importante. Los empleadores también esperarán que el talento tenga experiencia práctica, que haya ocupado cargos de liderazgo y responsabilidad y que muestre verdadera iniciativa antes de graduarse. La experiencia práctica:

- *Le dará al talento conocimiento sobre el lugar de trabajo*
- *Lo ayudará a desarrollar habilidades clave*
- *Le dará oportunidades para poner su conocimiento en práctica*

¿Qué experiencias prácticas tienen los estudiantes?



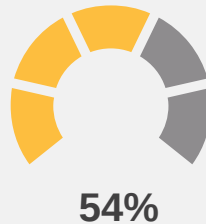
54% de sus estudiantes perciben que su universidad tiene un fuerte enfoque en su desarrollo profesional

ENFOQUE DE DESARROLLO PROFESIONAL DE LA UNIVERSIDAD

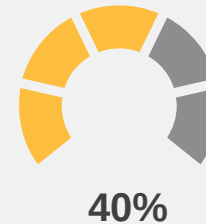
DP⁷
Desarrollo profesional

Proporción del talento que percibe que su universidad tiene un buen enfoque de desarrollo profesional:

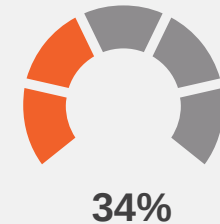
Sus estudiantes



Todos los Estudiantes



Sus ex alumnos



Ser una universidad emprendedora o tener un enfoque en la posibilidad de empleo y el desarrollo profesional de los talentos son objetivos estratégicos esenciales para la educación universitaria mundial.

El indicador de rendimiento clave anterior refleja la percepción interna que su población de talento tiene sobre su universidad y por lo tanto ayuda a guiar la transformación de “torres de conocimiento de marfil” a “centros de talento”.

Índice de contenidos

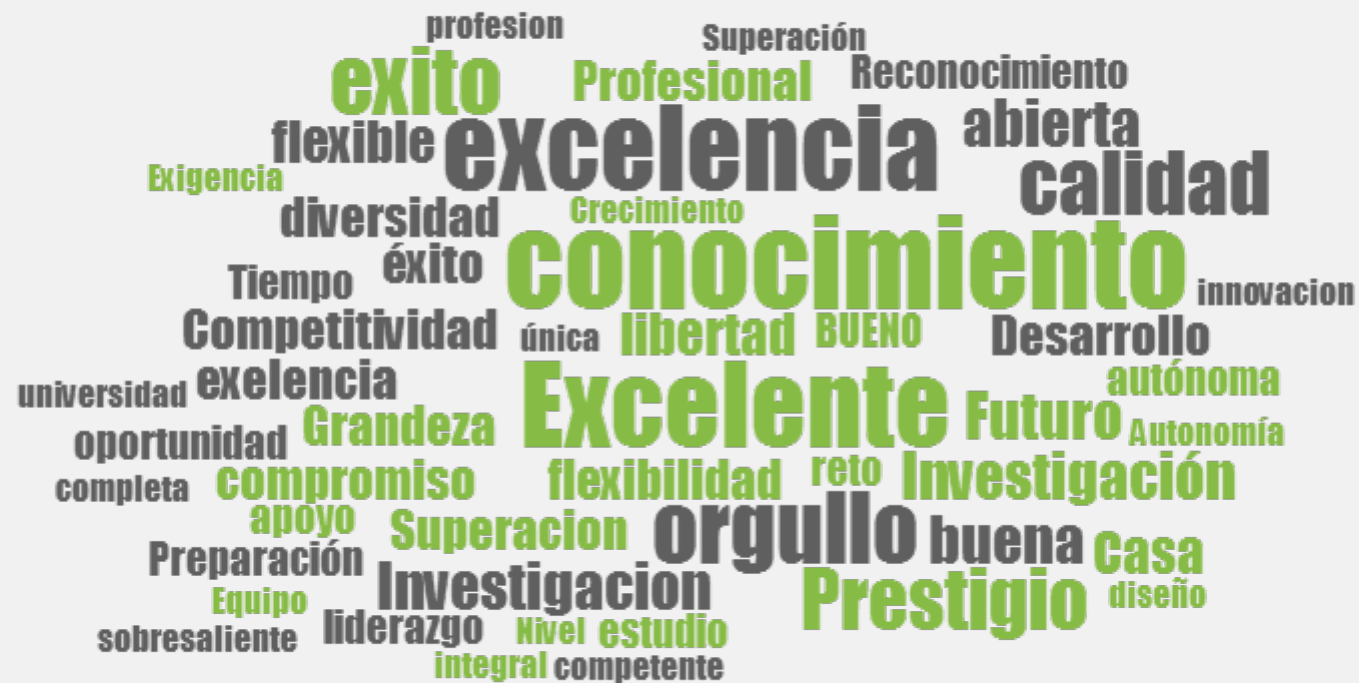
- 1 RESUMEN EJECUTIVO
- 2 EMPLEABILIDAD
- 3 PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD
- 4 PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR
- 5 LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL



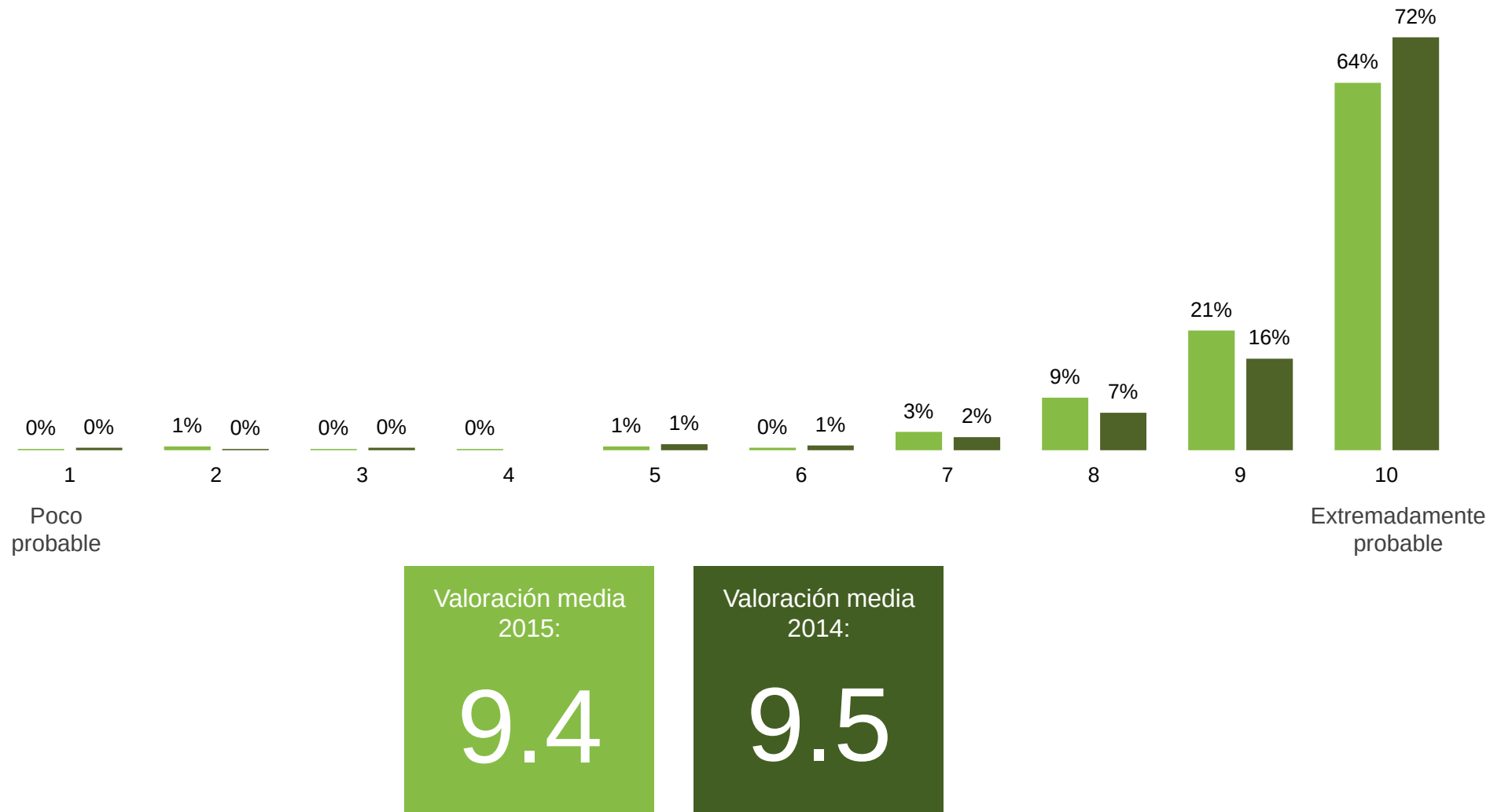
PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD

En este capítulo se evalúa la percepción de identidad de su universidad con respecto a la posibilidad de empleo y a las oportunidades de progreso profesional.

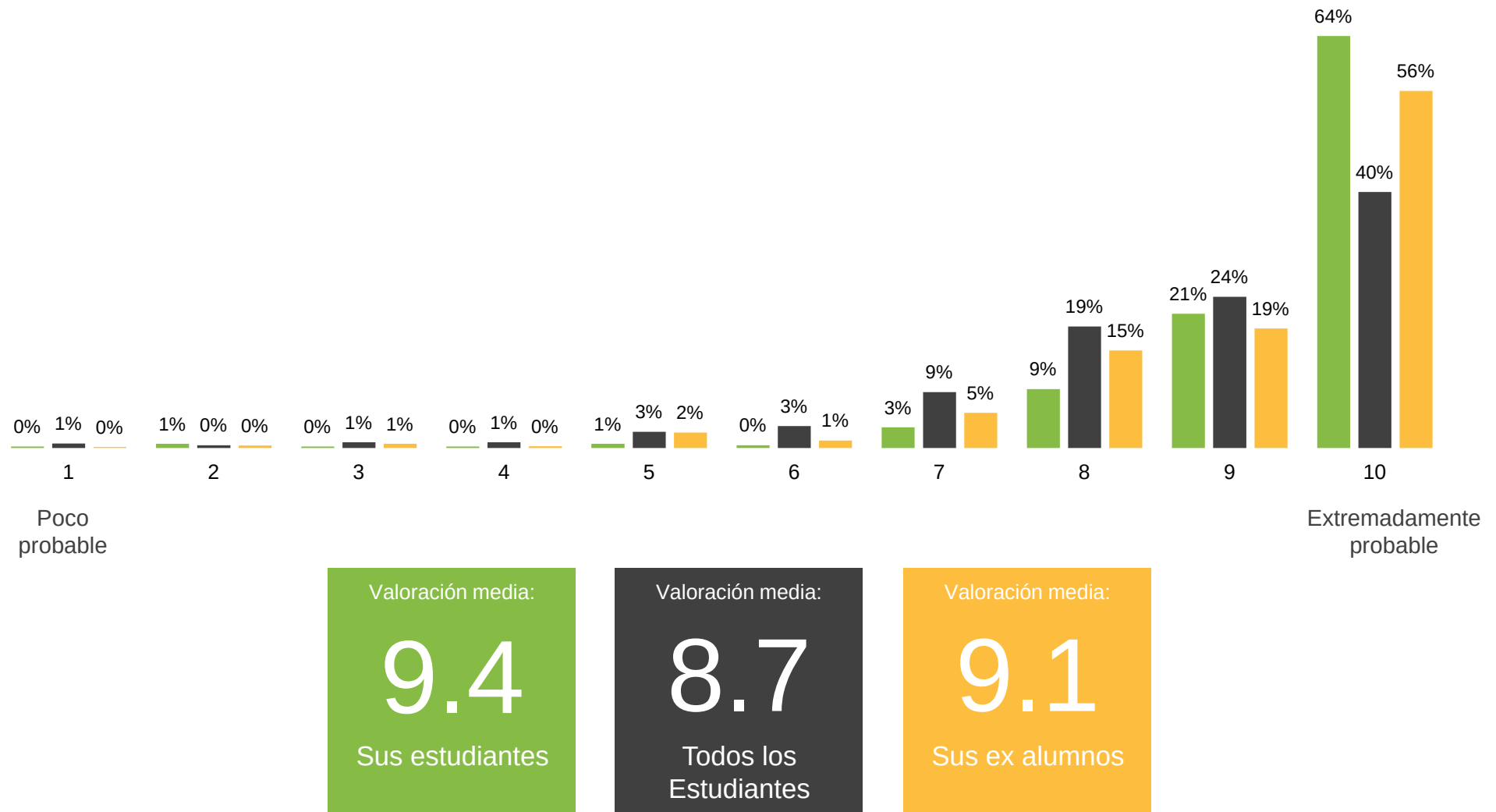
Principales asociaciones con Universidad Autónoma Metropolitana



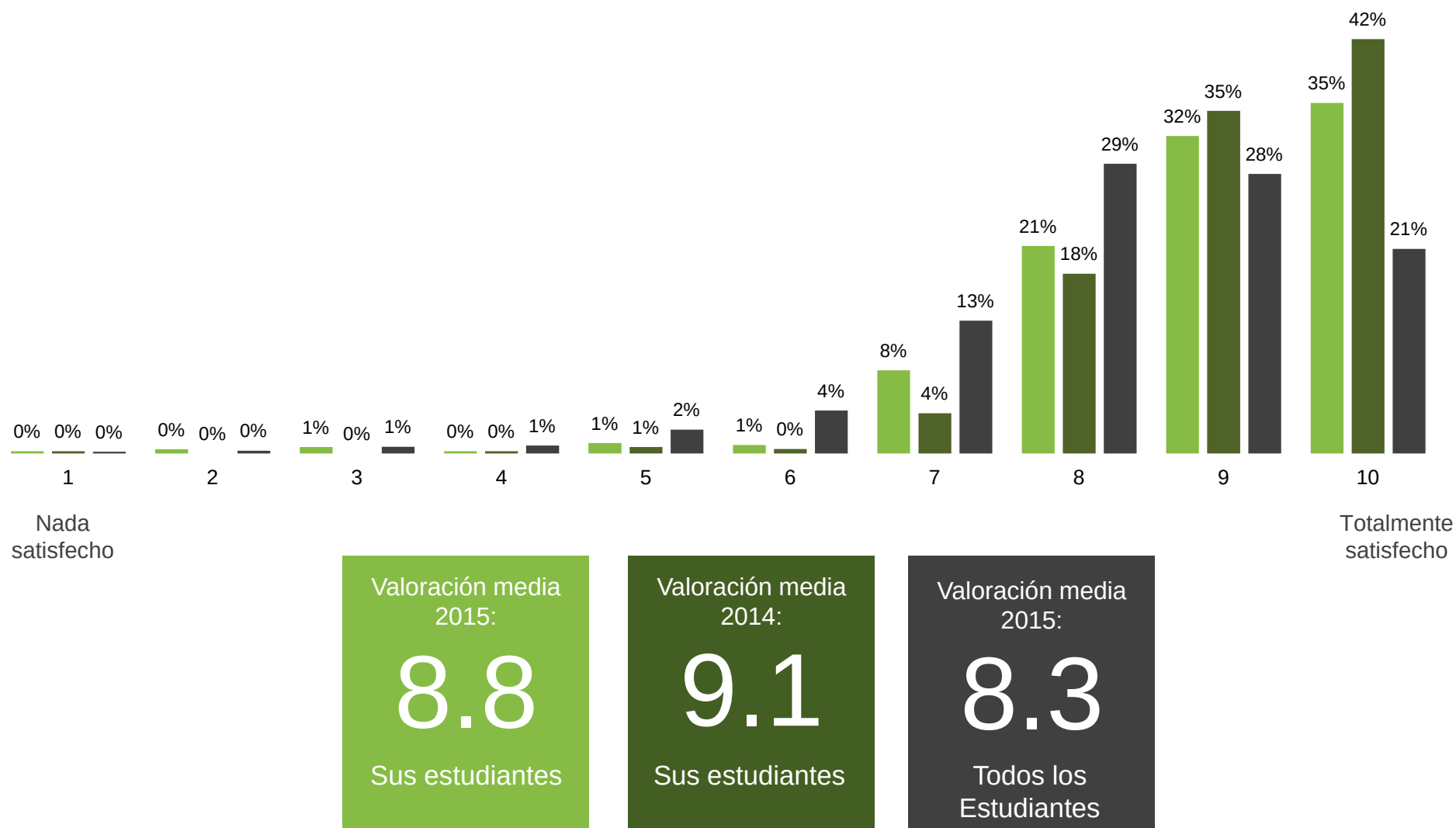
¿Sus estudiantes recomendarían Universidad Autónoma Metropolitana a un amigo o familiar? | Comparación histórica



¿El talento recomendaría su universidad a un amigo o familiar? | Comparación de grupo objetivo



¿Cuán satisfechos están sus estudiantes con usted?



Importancia de la identidad de la universidad y de la posibilidad de empleo de los talentos



El **prestigio/la reputación** de una institución es el factor más importante para los estudiantes mexicanos a la hora de escoger una facultad o universidad

(escogida por el 65% de los estudiantes en México)



El siguiente factor más importante es **la oferta de empleo en el futuro**

(escogida por el 53% de los estudiantes en México)

Los motivadores de Universum de posibilidad de empleo y oportunidades de progreso profesional



Se les pidió a los encuestados que escojan los atributos que consideran más importantes, así como también aquellos que asocian con su institución educativa:

Facilita el intercambio entre redes de estudiantes y exalumnos	Se adapta a las tendencias emergentes y al nuevo conocimiento
Proporciona orientación y apoyo acerca del desarrollo profesional individual	Apoya y promueve el espíritu emprendedor
Se presentan una amplia variedad de contactos profesionales (tutores, consejeros y asesores)	Ofrece una plataforma de inicio para el desarrollo profesional en una amplia variedad de industrias o sectores
Prepara bien a los graduados para la vida profesional	Presenta oportunidades de formar redes con empleadores
Enseña habilidades transferibles y prácticas que los empleadores están buscando	Acoge a un alumnado y personal docente diversos
Ofrece una baja proporción de estudiantes por cada profesor	Se considera una escuela objetivo para empleadores en mi campo



• Los puntos fueron desarrollados con universidades y servicios de carreras de todo el mundo, para garantizar que sean relevantes y se puedan usar para la gestión de calidad, la acreditación y la gestión de identidad de la universidad.

Atributos más atractivos dentro del grupo objetivo

Sus estudiantes

1. Prepara bien a los graduados para la vida profesional
2. Se adapta a las tendencias emergentes y al nuevo conocimiento
3. Apoya y promueve el espíritu emprendedor

Sus ex alumnos

1. Prepara bien a los graduados para la vida profesional
2. Se adapta a las tendencias emergentes y al nuevo conocimiento
3. Se imparten conocimientos prácticos y adaptados a las necesidades de los empleadores

Todos los Estudiantes

1. Prepara bien a los graduados para la vida profesional
2. Apoya y promueve el espíritu emprendedor
3. Se adapta a las tendencias emergentes y al nuevo conocimiento

¿FORTALEZAS DE SU UNIVERSIDAD?

¿Cuáles son las fortalezas de su universidad?
¿Cuáles cree que son las oportunidades para diferenciarse de su competencia?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

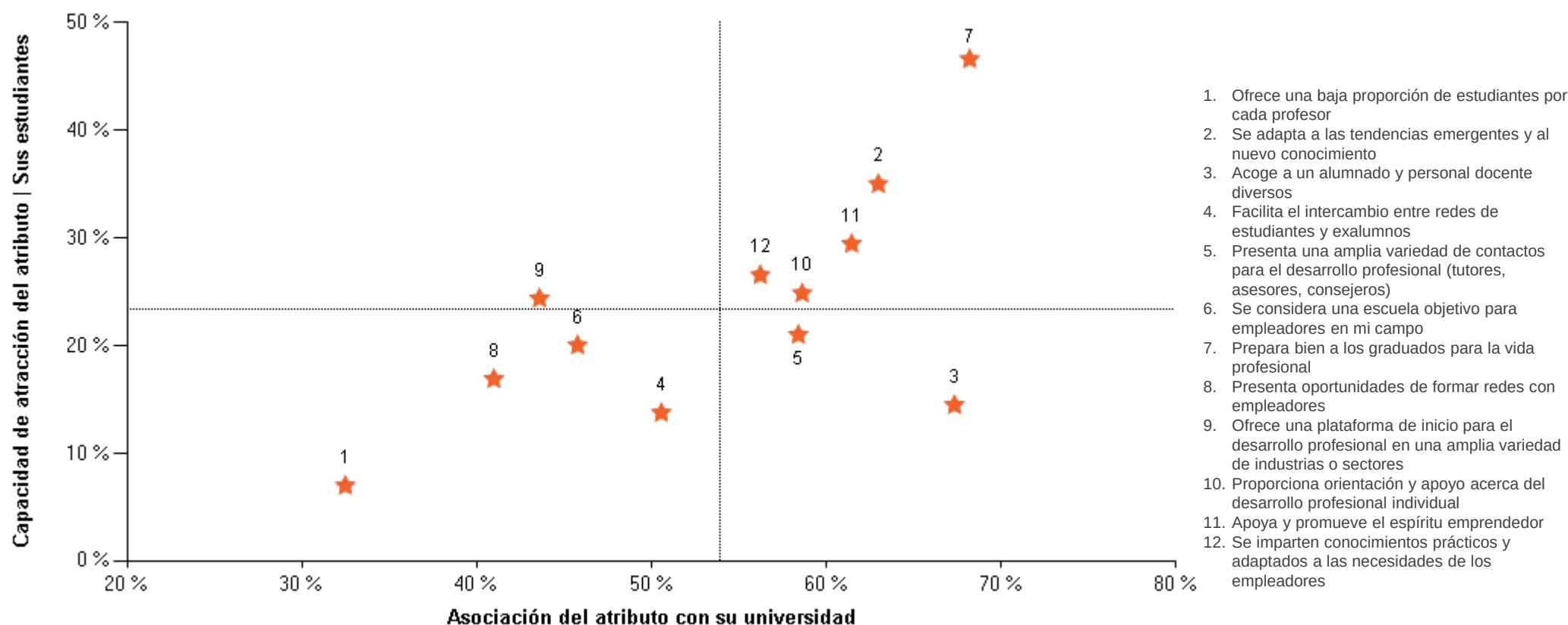


Atractividad vs. asociaciones



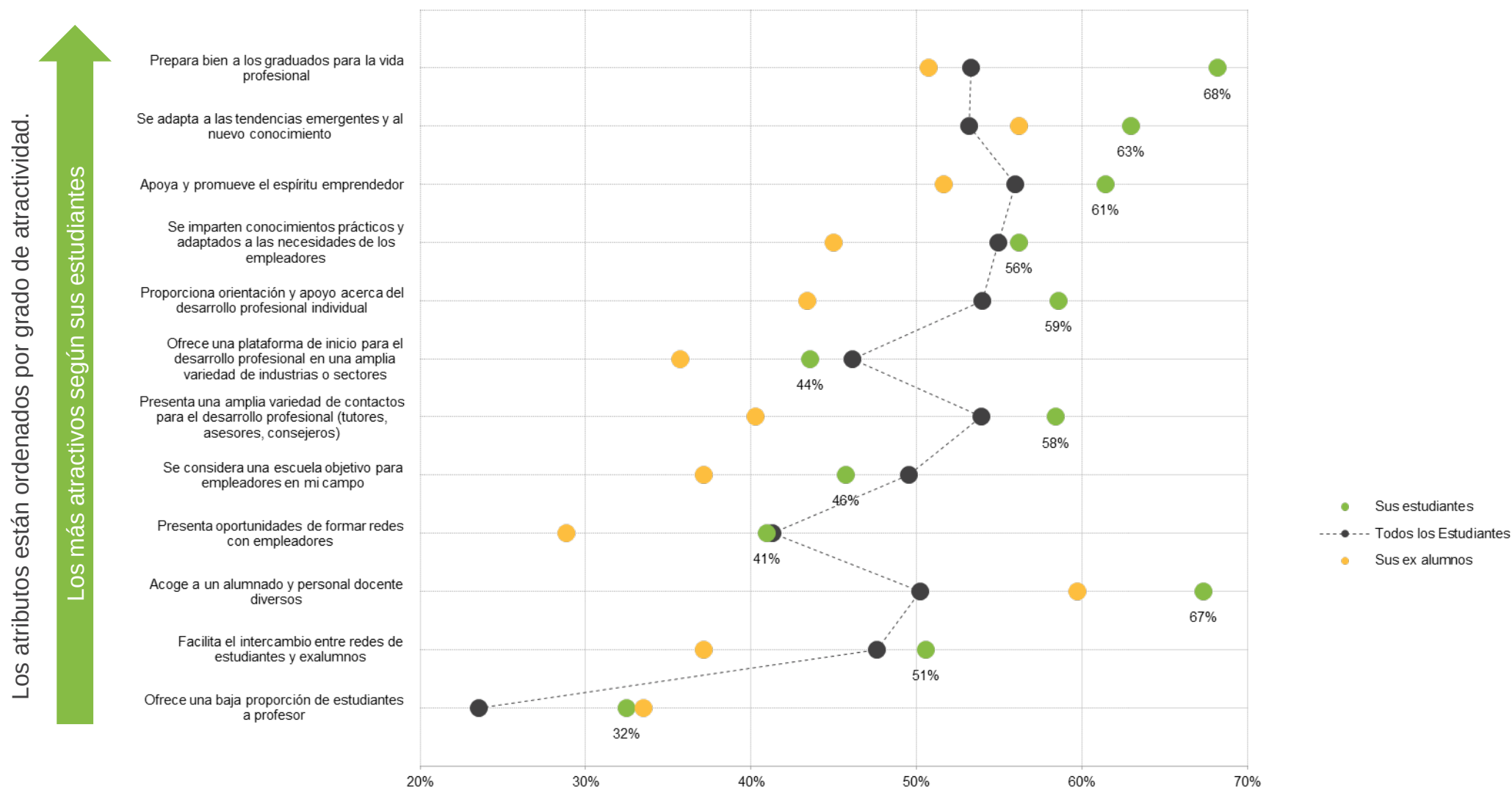
Oportunidades de empleo y proyección

Atractividad vs. asociaciones | Sus estudiantes



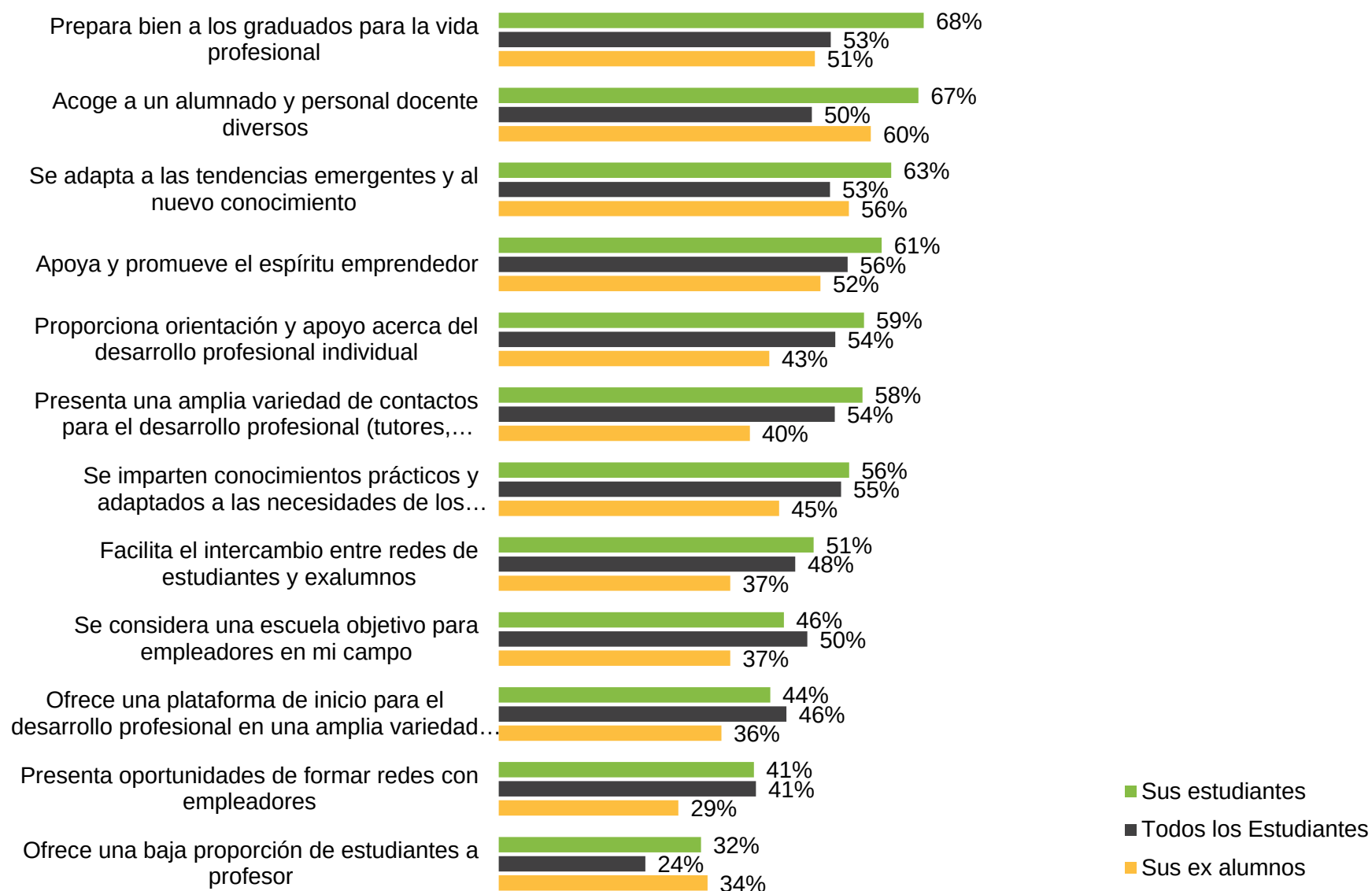
- ¿ Cuáles de las siguientes cualidades relaciona con su institución educativa? Por favor seleccione todos los empleadores que considere convenientes.
- ¿ Cuáles de estas características considera más atractivas?

Puntos de paridad y puntos de diferencia



- ¿
- ¿Cuáles de las siguientes cualidades relaciona con su institución educativa? Por favor seleccione todos los empleadores que considere convenientes.
 - ¿Cuáles de estas características considera más atractivas?

Asociaciones más frecuentes



Índice de contenidos

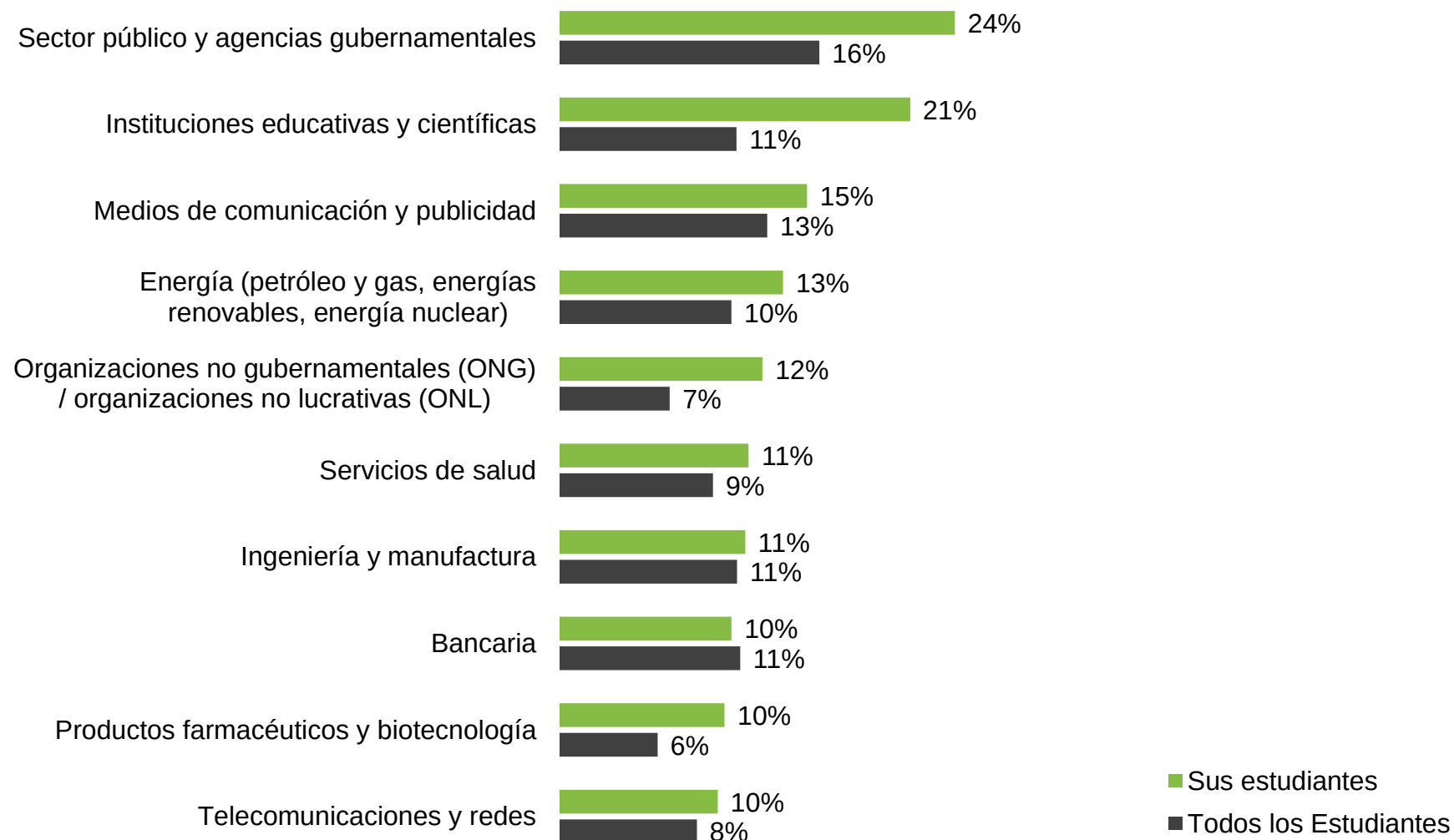
- 1 RESUMEN EJECUTIVO
- 2 EMPLEABILIDAD
- 3 PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD
- 4 PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR**
- 5 LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL



PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR

Determine qué empleadores prefieren los estudiantes y averigüe las preferencias y expectativas profesionales en comparación con la población en general. Además, comprenda cómo su institución moldea el trayecto profesional de sus estudiantes y egresados.

Industrias más preferidas de los estudiantes



Pasantías | Participación

Universidad Autónoma Metropolitana

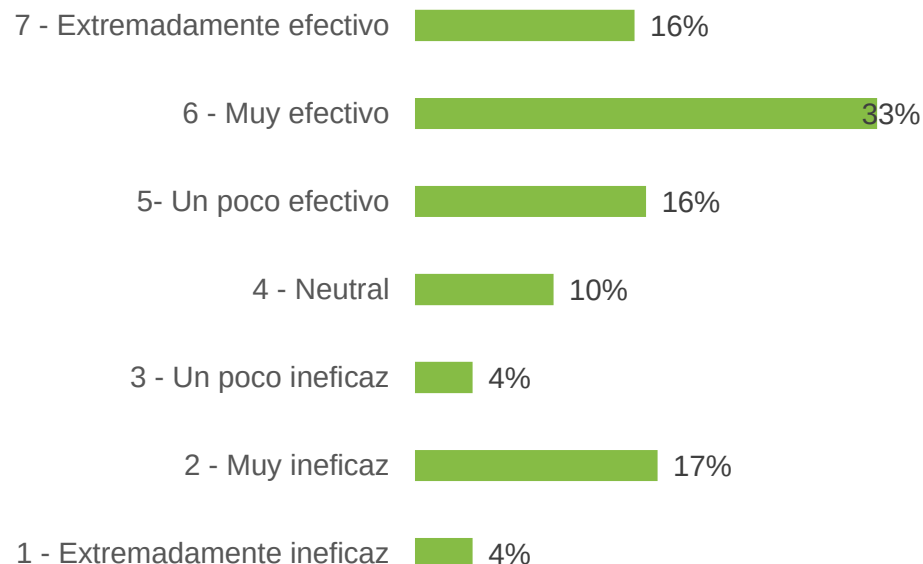


24%

de sus estudiantes han participado en una pasantía en los últimos 12 meses

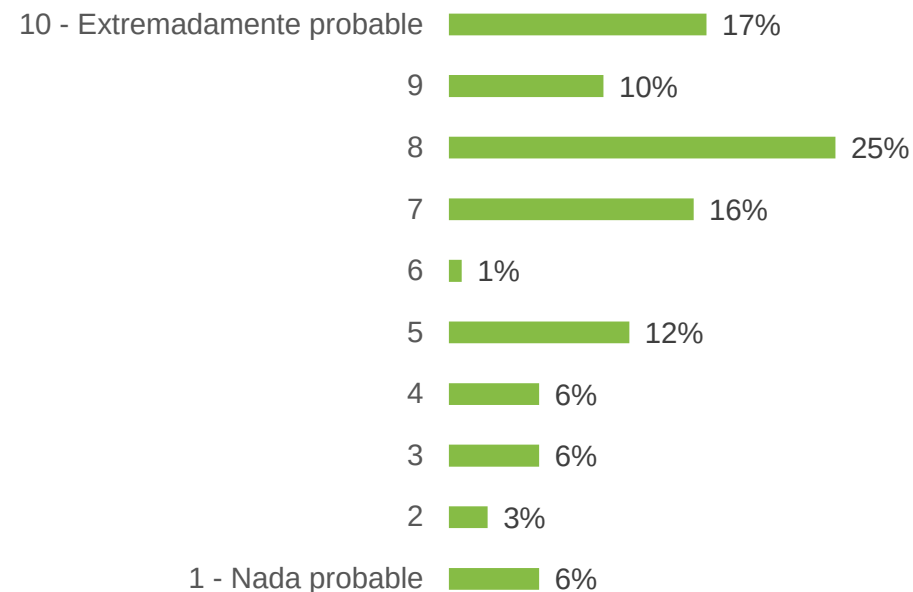
Pasantías | Efectividad y promoción

Universidad Autónoma Metropolitana



65%

de los estudiantes se llevaron una impresión positiva de la pasantía en la que participaron



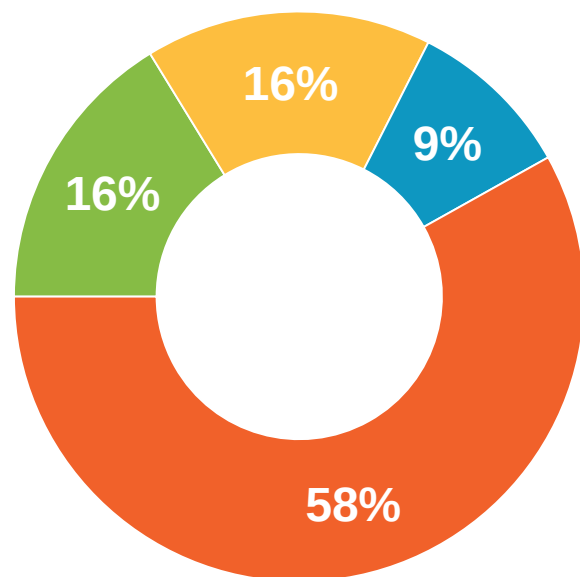
68%

de los estudiantes dicen que es muy probable que recomienden la compañía en la que realizaron la pasantía como un empleador a tiempo completo

- ?
- ¿Qué tan efectivo fue el programa de pasantías para ayudarle a comprender cómo sería trabajar a tiempo completo en la compañía?
 - ¿Cuál es la probabilidad de que recomiende a un amigo esta compañía como empleador a tiempo completo?

Pasantías | Resultados

Universidad Autónoma Metropolitana



- He recibido una oferta de empleo de la empresa para cuando me gradúe.
- He recibido una oferta de empleo de la empresa para un puesto mientras estoy todavía estudiando.
- No he recibido una oferta de empleo, pero creo que otros estudiantes sí la han recibido
- Creo que la empresa no ha ofrecido empleo a ninguno de los becarios.

34%

de los estudiantes que recibieron una oferta dicen que tienen pensado aceptar esa oferta

39%

de los alumnos que recibieron una oferta dicen que todavía no han decidido si van a aceptarla

Pasantías | Participación

Todos los Estudiantes

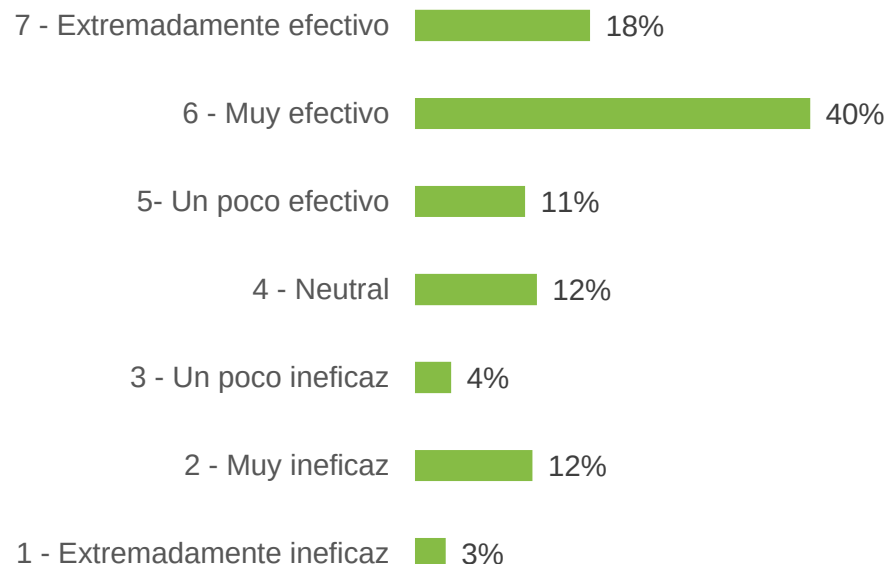


24%

de sus estudiantes han participado en una pasantía en los últimos 12 meses

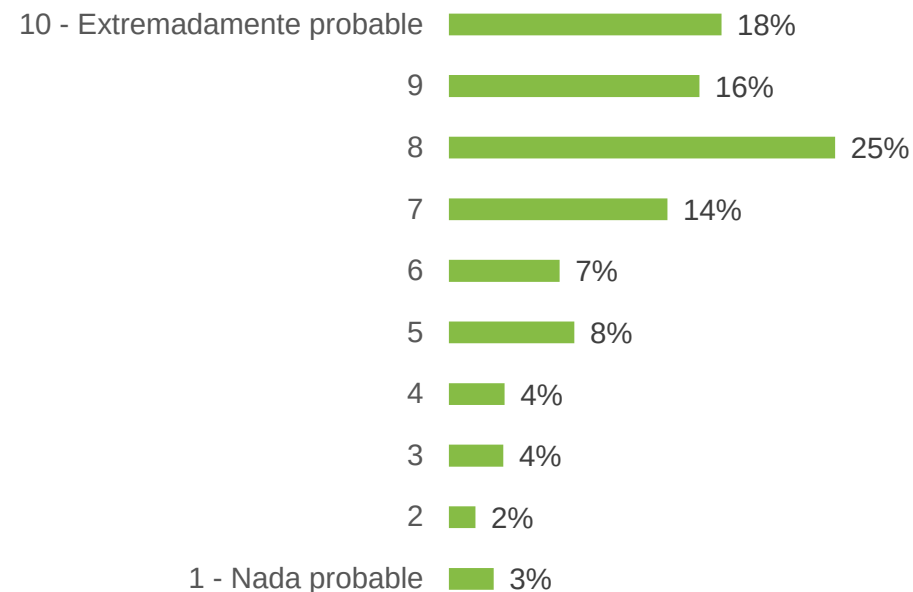
Pasantías | Efectividad y promoción

Todos los Estudiantes



69%

de los estudiantes se llevaron una impresión positiva de la pasantía en la que participaron



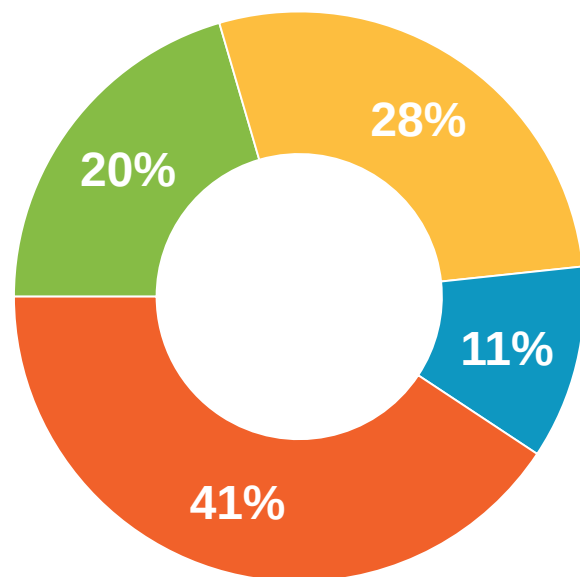
73%

de los estudiantes dicen que es muy probable que recomienden la compañía en la que realizaron la pasantía como un empleador a tiempo completo

- ?
- ¿Qué tan efectivo fue el programa de pasantías para ayudarle a comprender cómo sería trabajar a tiempo completo en la compañía?
 - ¿Cuál es la probabilidad de que recomiende a un amigo esta compañía como empleador a tiempo completo?

Pasantías | Resultados

Todos los Estudiantes



- He recibido una oferta de empleo de la empresa para cuando me gradúe.
- He recibido una oferta de empleo de la empresa para un puesto mientras estoy todavía estudiando.
- No he recibido una oferta de empleo, pero creo que otros estudiantes sí la han recibido
- Creo que la empresa no ha ofrecido empleo a ninguno de los becarios.

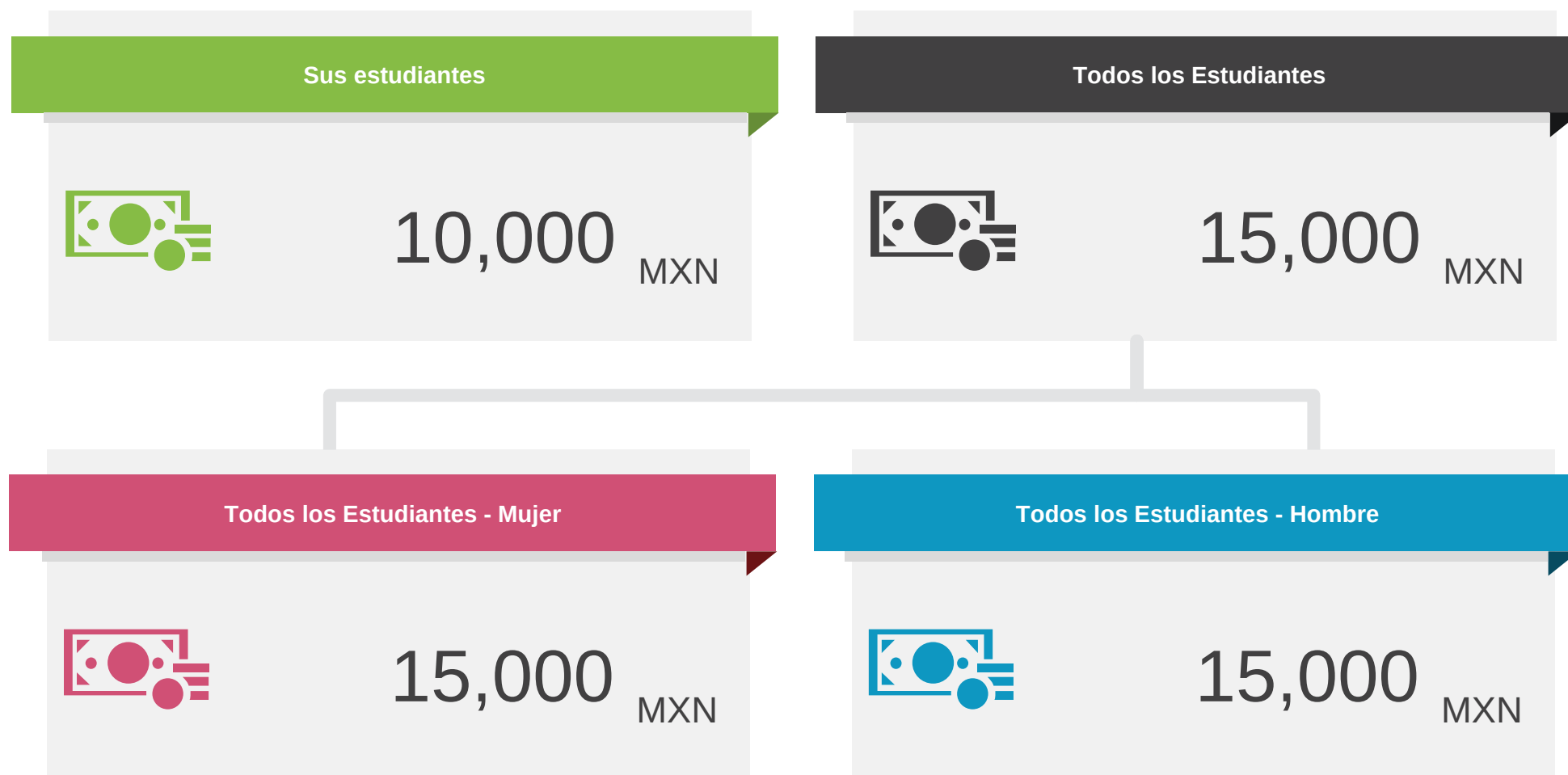
28%

de los estudiantes que recibieron una oferta dicen que tienen pensado aceptar esa oferta

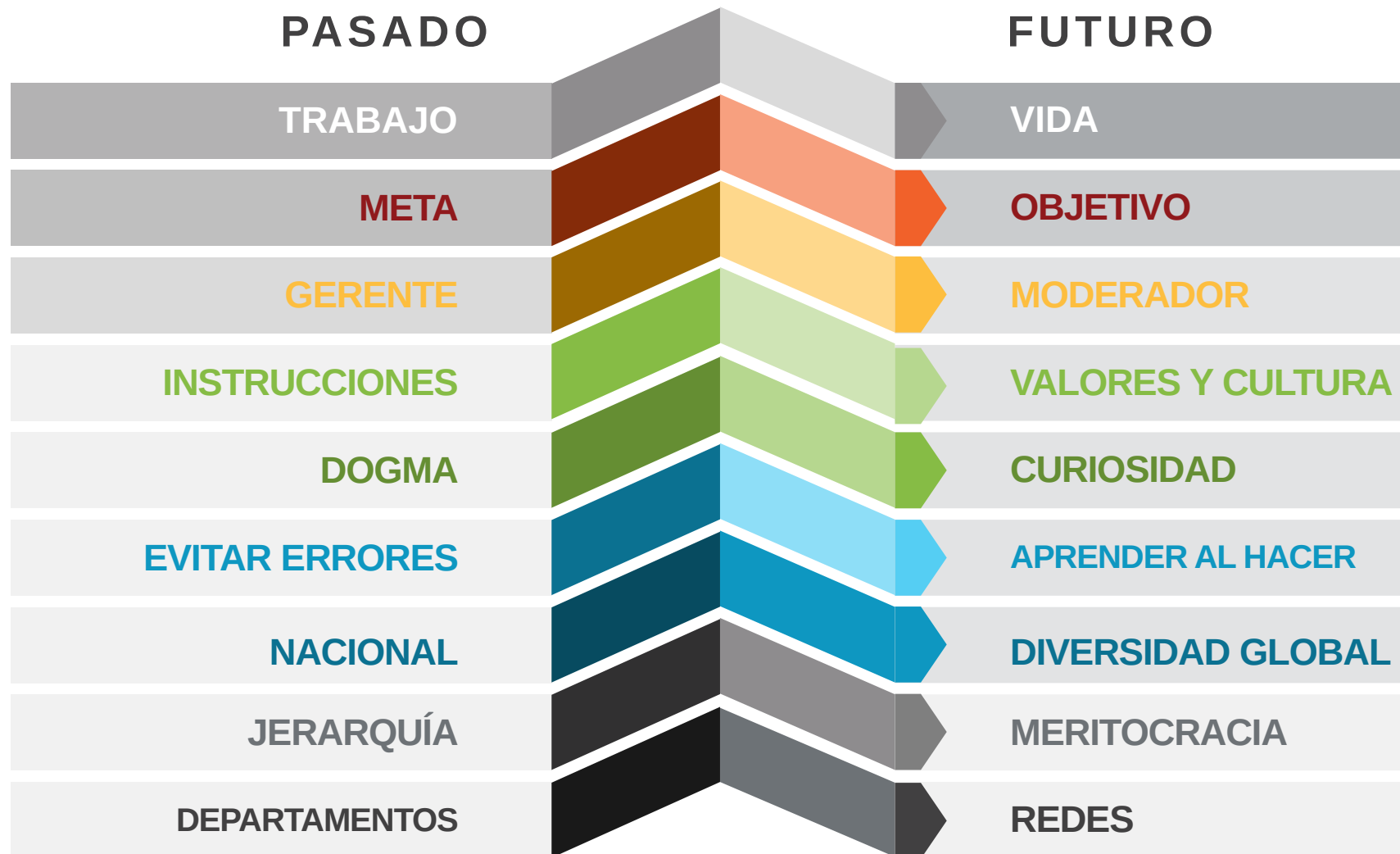
46%

de los alumnos que recibieron una oferta dicen que todavía no han decidido si van a aceptarla

Salario mensual esperado de los estudiantes



¿Cómo notamos que el mundo está cambiando?

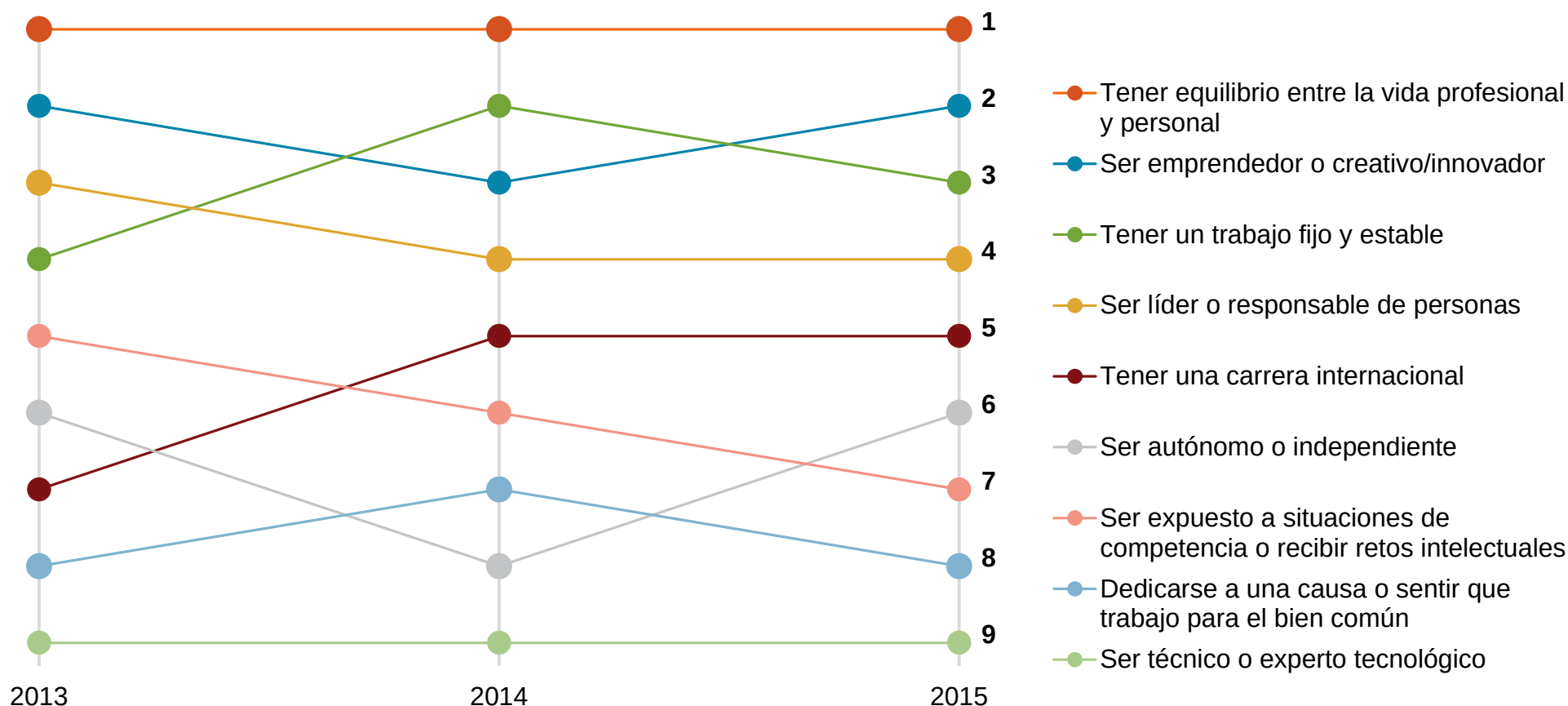


“Tener equilibrio entre la vida profesional y personal” es el objetivo a largo plazo más importante para sus estudiantes



Metas de desarrollo profesional a través del tiempo

Todos los Estudiantes



Las claves del atractivo del empleador de Universum



• Basado en investigaciones extensivas en el ámbito de RH, grupos focales y comunicación con clientes, estudiantes y profesionales.

¿Qué es importante para sus estudiantes?

Sus estudiantes

REPUTACIÓN E IMAGEN DEL EMPLEADOR

1. Innovación
2. Éxito en el mercado
3. Prestigio

GENTE Y CULTURA

1. Líderes que apoyarán mi desarrollo
2. Un ambiente de trabajo dinámico y creativo
3. Interacción con colegas y clientes internacionales



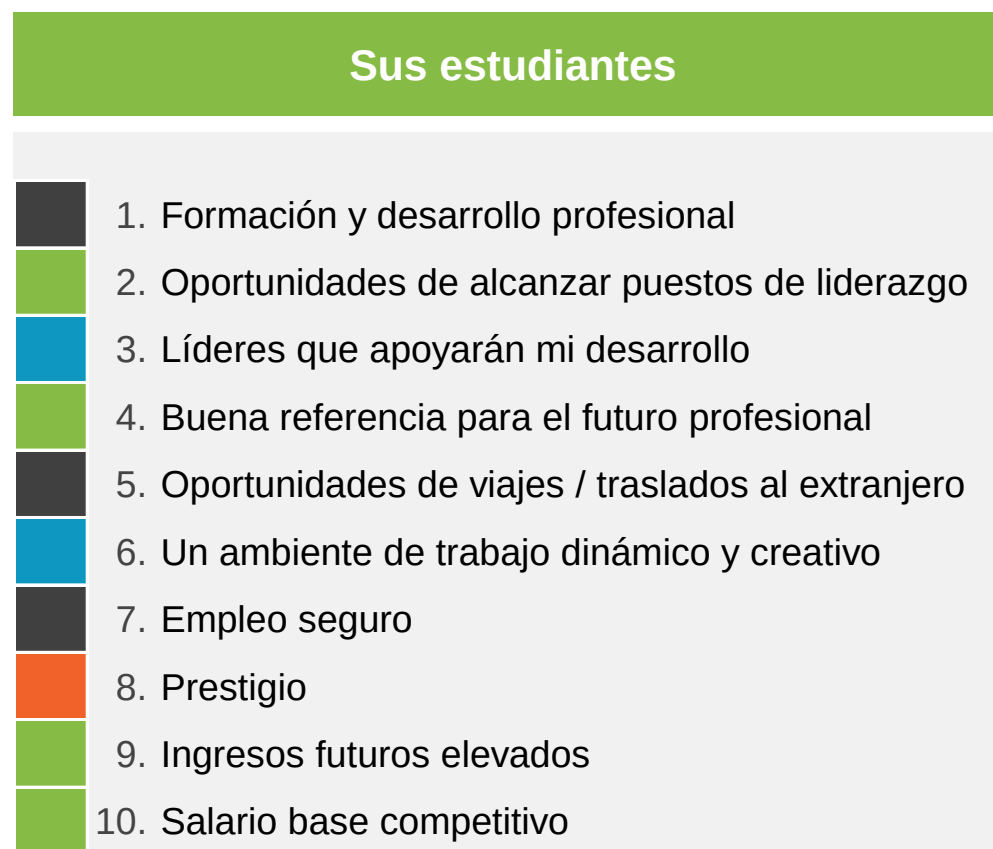
REMUNERACIÓN Y OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO

1. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
2. Buena referencia para el futuro profesional
3. Ingresos futuros elevados

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO

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

“Formación y desarrollo profesional” es el atributo más importante para sus estudiantes



Atributos más atractivos | Comparación del grupo objetivo

Todos los Estudiantes

1. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
2. Formación y desarrollo profesional
3. Oportunidades de viajes / traslados al extranjero
4. Buena referencia para el futuro profesional
5. Líderes que apoyarán mi desarrollo
6. Un ambiente de trabajo dinámico y creativo
7. Innovación
8. Ingresos futuros elevados
9. Éxito en el mercado
10. Prestigio

Reputación e Imagen del empleador

Remuneración y oportunidades de crecimiento

Sus ex alumnos

1. Formación y desarrollo profesional
2. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
3. Salario base competitivo
4. Un ambiente de trabajo dinámico y creativo
5. Empleo seguro
6. Líderes que apoyarán mi desarrollo
7. Buena referencia para el futuro profesional
8. Retos laborales
9. Innovación
10. Plan de carrera claro

Gente y cultura

Características del trabajo

El marco de trabajo del canal de comunicación de Universum

MEDIOS IMPRESOS

- Folletos que presentan posibilidades de desarrollo profesional en una compañía u organización
- Revistas, guías o libros de desarrollo profesional
- Correo postal directo
- Publicidad del empleador en revistas de negocios
- Publicidad del empleador en revistas de moda y actualidad y otras publicaciones periódicas
- Publicidad del empleador en periódicos
- Publicaciones de prensa universitaria y organizaciones de estudiantes



DIGITALES

- Blogs
- Aplicaciones relacionadas con el desarrollo profesional y el empleo
- Páginas web de orientación del desarrollo profesional
- Publicidad del empleador en medios sociales
- Publicidad del empleador en páginas web relacionadas con noticias o negocios
- Páginas web del empleador
- Tableros de anuncios de empleos
- Eventos en vivo en línea con empleadores
- Medios sociales
- Mensajes y notificaciones dirigidos específicamente a través de correo electrónico



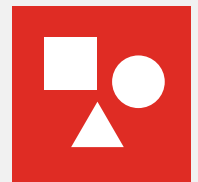
CONTACTO PERSONAL

- Ferias de empleo
- Conferencias organizadas y ofrecidas por empleadores
- Visitas a oficinas o centros de empleadores
- Presentaciones de empleadores en campus universitarios
- Eventos patrocinados por empleadores
- Entrevistas informativas con empleadores
- Discursos/estudios de casos como parte del plan de estudios
- Sesiones de capacitación de habilidades organizadas por los empleadores



OTROS MEDIOS

- Publicidad del empleador en la radio
- Publicidad del empleador en TV
- Publicidad en el exterior, anuncios espectaculares



Canales de comunicación más usados

Sus estudiantes

1. Sitios Web de empresas
2. Redes sociales
3. Publicidad al aire libre / en cartelera
4. Ferias de empleo
5. Anuncios de empleadores en páginas web de noticias/negocios
6. Sitios Web sobre orientación profesional
7. Prensa universitaria y publicaciones estudiantiles
8. Anuncios de empleadores en redes sociales
9. Revistas estudiantiles/Guías/ libros
10. Folletos donde se presentan las posibilidades profesionales

Todos los Estudiantes

1. Redes sociales
2. Sitios Web de empresas
3. Publicidad al aire libre / en cartelera
4. Prensa universitaria y publicaciones estudiantiles
5. Ferias de empleo
6. Presentaciones de empresas en el campus universitario
7. Anuncios de empleadores en páginas web de noticias/negocios
8. Revistas estudiantiles/Guías/ libros
9. Charlas / casos de estudio como parte del plan de estudios
10. Anuncios de empleadores en redes sociales

Medios impresos

Digitales

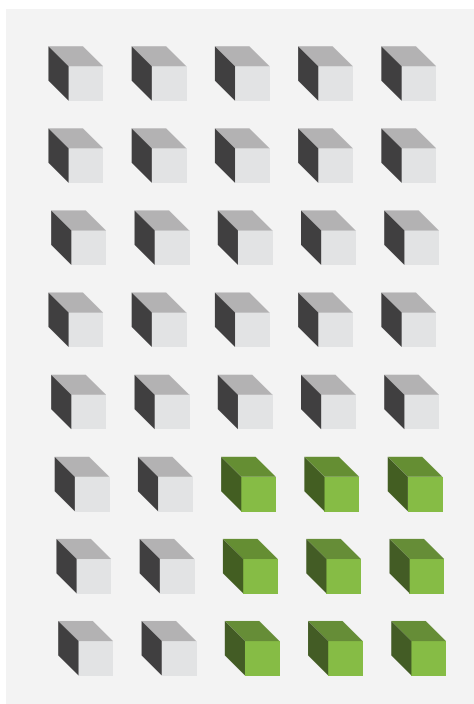
Contacto personal

Otro

Los rankings de Universum

LISTA COMPLETA DE COMPAÑÍAS

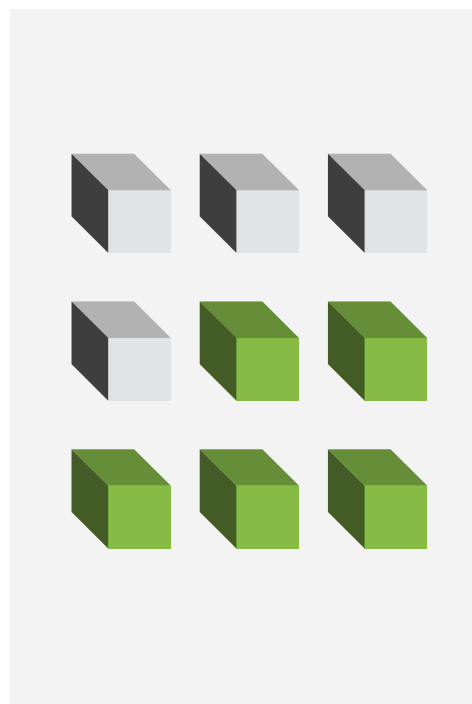
(129 empleadores dentro de cada campo de estudio principal)



“A continuación encontrará una lista de los principales empleadores de su país. ¿Para cuál de estos empleadores consideraría trabajar?”

RANKING DE EMPLEADOR CONSIDERADO

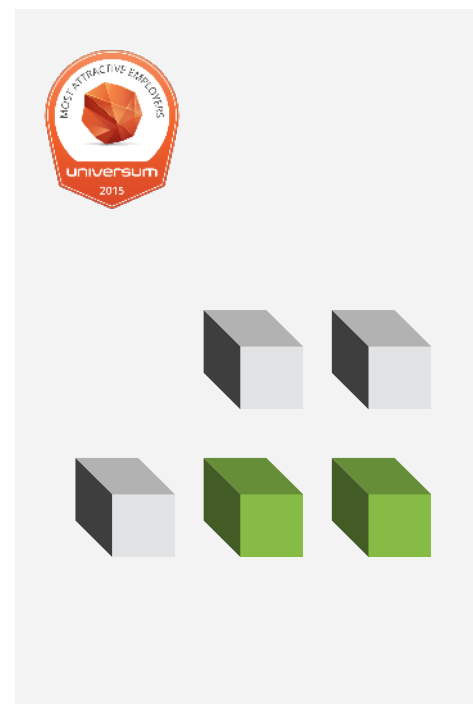
(todas las que correspondan)



“Ahora seleccione los 5 empleadores con los que más desee trabajar; es decir, sus 5 empleadores ideales”.

RANKING DE EMPLEADORES IDEALES

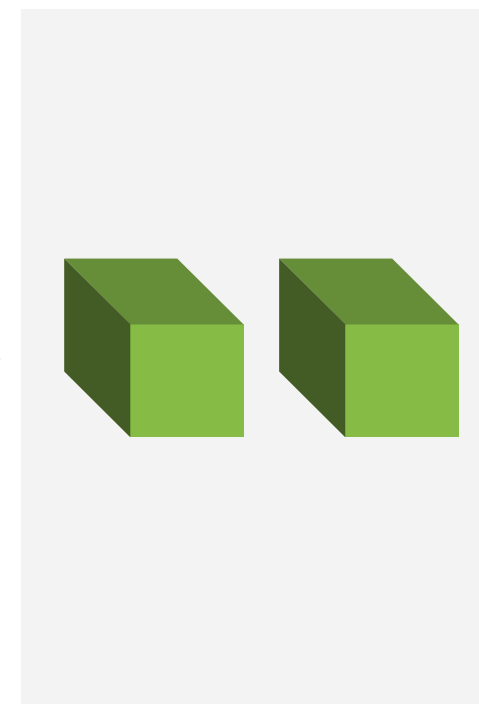
(máximo cinco empleadores)



“¿Ha solicitado trabajo o solicitaría con estos empleadores?”

RANKING DE POTENCIALES SOLICITANTES

(Sí, lo he hecho / Sí, lo haré)



El embudo de reclutamiento de Universum



Ranking de Empleador Considerado | Principales 20

Sus estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	50.00%	0	Microsoft	11	31.34%	6
Banamex	2	42.54%	0	The Coca-Cola Company	11	31.34%	2
BBVA Bancomer	2	42.54%	2	Banorte	13	30.60%	3
Coca-Cola FEMSA	4	38.06%	5	Nestlé	14	29.85%	-1
Grupo Carso	5	35.82%	-1	Telmex	14	29.85%	-6
Grupo Bimbo	6	35.07%	-3	CFE - Comisión Federal de Electricidad	16	29.10%	4
Google	7	33.58%	17	Cemex	17	28.36%	-4
Grupo Modelo	7	33.58%	-1	FEMSA	18	27.61%	16
Inbursa	7	33.58%	4	Grupo Santander	18	27.61%	-11
Aeroméxico	10	32.84%	7	Samsung	18	27.61%	6

Ranking de Empleador Considerado | Principales 20

Sus estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	44.87%	0	Grupo Carso	11	25.86%	6
Coca-Cola FEMSA	2	30.42%	2	Microsoft	11	25.86%	12
CFE - Comisión Federal de Electricidad	3	29.28%	5	General Motors	13	25.48%	13
Samsung	4	28.90%	6	Volkswagen Group	13	25.48%	1
Nissan	5	27.76%	14	Audi	15	24.71%	22
The Coca-Cola Company	5	27.76%	-2	LG Electronics	16	24.33%	16
Grupo Bimbo	7	27.38%	-2	Nestlé	16	24.33%	-9
Sony	8	27.00%	3	IBM	18	23.95%	3
Google	9	26.62%	6	Toyota	19	23.57%	-7
Grupo Modelo	10	26.24%	-8	General Electric	20	22.43%	-5

Ranking de Empleador Considerado | Principales 20

Sus estudiantes | Ciencias Naturales

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	52.46%	↑ 1	Pfizer	10	21.31%	↓ -1
Nestlé	2	29.51%	↑ 3	Colgate Palmolive	12	18.03%	↑ 3
Sigma Alimentos	2	29.51%	↑ 1	Grupo Bimbo	12	18.03%	↓ -8
Grupo Modelo	4	26.23%	↑ 2	Kellogg	12	18.03%	↑ 10
DOW Química	5	24.59%	↑ 10	Unilever	12	18.03%	↑ 15
Bayer	6	22.95%	↓ -5	Aeroméxico	16	16.39%	↑ 17
CFE - Comisión Federal de Electricidad	6	22.95%	↑ 16	Johnson & Johnson	16	16.39%	↑ 2
Coca-Cola FEMSA	6	22.95%	↑ 3	Monsanto	16	16.39%	↓ -10
L'Oréal Group	6	22.95%	↑ 3	PepsiCo	16	16.39%	↑ 37
Danone	10	21.31%	↑ 5	Grupo Carso	20	14.75%	↓ -7

Ranking de Empleadores Ideales | Principales 20

Sus estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	38.81%	↔ 0	Microsoft	11	11.19%	↑ 13
BBVA Bancomer	2	18.66%	↑ 4	Telmex	11	11.19%	↓ -4
CFE - Comisión Federal de Electricidad	3	14.93%	↑ 5	FEMSA	13	8.96%	↑ 17
Google	3	14.93%	↑ 9	Grupo Modelo	13	8.96%	↓ -2
Grupo Carso	3	14.93%	↔ 0	Nestlé	13	8.96%	↑ 11
Grupo Bimbo	6	14.18%	↓ -2	TV Azteca	13	8.96%	↑ 11
Coca-Cola FEMSA	7	12.69%	↑ 5	Inbursa	17	8.21%	↓ -8
The Coca-Cola Company	7	12.69%	↑ 3	GNP	18	7.46%	↑ 2
Aeroméxico	9	11.94%	↓ -5	Grupo Santander	18	7.46%	↓ -6
Banamex	9	11.94%	↓ -7	HSBC	18	7.46%	↓ -1

Ranking de Empleadores Ideales | Principales 20

Sus estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	26.92%	0	Cemex	11	8.08%	-3
Microsoft	2	16.15%	8	Cisco Systems	12	7.69%	11
Google	3	15.77%	3	Coca-Cola FEMSA	13	7.31%	0
CFE - Comisión Federal de Electricidad	4	13.85%	-2	General Electric	13	7.31%	6
Audi	5	11.54%	33	IBM	13	7.31%	3
Procter & Gamble (P&G)	6	10.38%	-1	Nestlé	13	7.31%	-4
Grupo Bimbo	7	10.00%	-3	Telmex	17	6.92%	9
Samsung	8	9.23%	15	BMW Group	18	6.54%	33
Grupo Carso	9	8.85%	3	Ford Motor Company	18	6.54%	5
Volkswagen Group	9	8.85%	10	PepsiCo	18	6.54%	20

Ranking de Empleadores Ideales | Principales 20

Sus estudiantes | Ciencias Naturales

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	33.33%	↔ 0	CFE - Comisión Federal de Electricidad	10	9.26%	↔ 0
Nestlé	2	18.52%	↑ 1	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	10	9.26%	↑ 34
Bayer	3	12.96%	↓ -1	Grupo Bimbo	10	9.26%	↓ -7
DOW Química	3	12.96%	↑ 11	Grupo Modelo	10	9.26%	↑ 1
Pfizer	3	12.96%	↔ 0	Merck	10	9.26%	↑ 4
Unilever	3	12.96%	↑ 21	Sigma Alimentos	10	9.26%	↓ -7
Danone	7	11.11%	↑ 37	Colgate Palmolive	17	7.41%	↓ -3
Monsanto	7	11.11%	↓ -4	Grupo Carso	17	7.41%	↓ -6
Roche	7	11.11%	↑ 1	Industrias Peñoles	17	7.41%	↑ 27
Aeroméxico	10	9.26%	↑ 21	Johnson & Johnson	17	7.41%	↓ -3

Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 20

Sus estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	7.73%	0	Grupo Santander	10	3.00%	1
BBVA Bancomer	2	4.72%	2	Televisa	12	2.58%	30
Coca-Cola FEMSA	3	4.29%	18	Grupo Carso	13	2.15%	2
Aeroméxico	4	3.86%	0	Inbursa	13	2.15%	-9
Banamex	4	3.86%	-1	Procter & Gamble (P&G)	13	2.15%	2
Grupo Bimbo	4	3.86%	-2	TV Azteca	13	2.15%	2
Google	7	3.43%	1	Banorte	17	1.72%	4
Nestlé	7	3.43%	25	Cemex	17	1.72%	-2
Telmex	7	3.43%	-3	CFE - Comisión Federal de Electricidad	17	1.72%	-9
FEMSA	10	3.00%	32	GNP	17	1.72%	4

- ?
- ¿Ha solicitado o va a solicitar empleo en alguna de estas empresas/organizaciones? - Sí, he solicitado empleo / Sí, voy a solicitar empleo (estudiantes)
 - Si estuviera buscando un nuevo empleo, ¿tendría en cuenta a estos empleadores? - Sí, definitivamente (profesionales)

Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 20

Sus estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	7.78%	↔ 0	General Electric	11	2.22%	↑ 16
CFE - Comisión Federal de Electricidad	2	4.00%	↔ 0	Samsung	11	2.22%	↑ 22
Audi	3	3.56%	↑ 15	Empresas ICA	13	2.00%	↓ -3
Procter & Gamble (P&G)	4	3.33%	↑ 2	General Motors	13	2.00%	↑ 9
Ford Motor Company	5	3.11%	↑ 8	Grupo Modelo	13	2.00%	↓ -10
Microsoft	6	2.89%	↑ 12	Bayer	16	1.78%	↓ -12
Cemex	7	2.67%	↓ -3	Grupo Bimbo	16	1.78%	↓ -8
Volkswagen Group	7	2.67%	↑ 11	Grupo Carso	16	1.78%	↓ -8
Google	9	2.44%	↑ 3	HP	16	1.78%	↑ 35
Telmex	9	2.44%	↑ 18	Nissan	16	1.78%	↑ 26

- ¿Ha solicitado o va a solicitar empleo en alguna de estas empresas/organizaciones? - Sí, he solicitado empleo / Sí, voy a solicitar empleo (estudiantes)
- Si estuviera buscando un nuevo empleo, ¿tendría en cuenta a estos empleadores? - Sí, definitivamente (profesionales)

Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 20

Sus estudiantes | Ciencias Naturales

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	9.86%	↔ 0	Coca-Cola FEMSA	10	2.82%	Nuevo -
Monsanto	2	5.63%	↑ 3	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	10	2.82%	↑ 3
Nestlé	2	5.63%	↔ 0	Grupo México	10	2.82%	↑ 3
Pfizer	2	5.63%	↑ 3	Roche	10	2.82%	↓ -5
Bayer	5	4.23%	↔ 0	Sigma Alimentos	10	2.82%	↓ -8
CFE - Comisión Federal de Electricidad	5	4.23%	↓ -3	Unilever	10	2.82%	↑ 3
Grupo Bimbo	5	4.23%	↑ 8	Walmart	10	2.82%	Nuevo -
Industrias Peñoles	5	4.23%	Nuevo -	Aeroméxico	18	1.41%	Nuevo -
Procter & Gamble (P&G)	5	4.23%	↑ 8	Arca Continental	18	1.41%	Nuevo -
Banamex	10	2.82%	↑ 3	Banorte	18	1.41%	Nuevo -

Índice de contenidos

- 1 RESUMEN EJECUTIVO
- 2 EMPLEABILIDAD
- 3 PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD
- 4 PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR
- 5** LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL

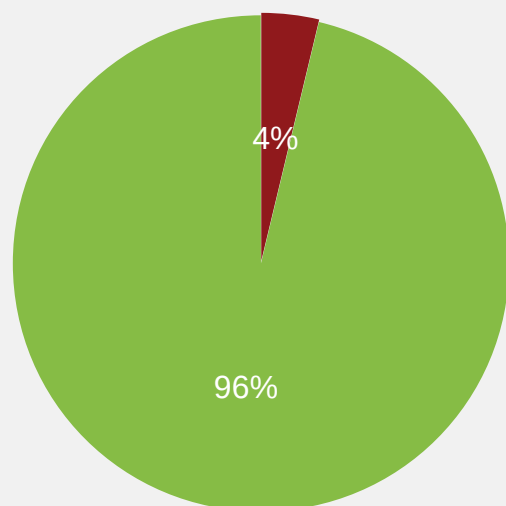


LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL

Los servicios de carrera profesional están atravesando un gran cambio en todo el mundo y se están volviendo una parte cada vez más integral de las instituciones educativas. Determine de qué manera usan los estudiantes sus servicios de carrera profesional, cuán satisfechos están y cómo puede posicionar mejor dichos servicios para tener una mejor oferta para el futuro.

¿En qué medida usan los servicios de carrera que ofrece?

Universidad Autónoma Metropolitana

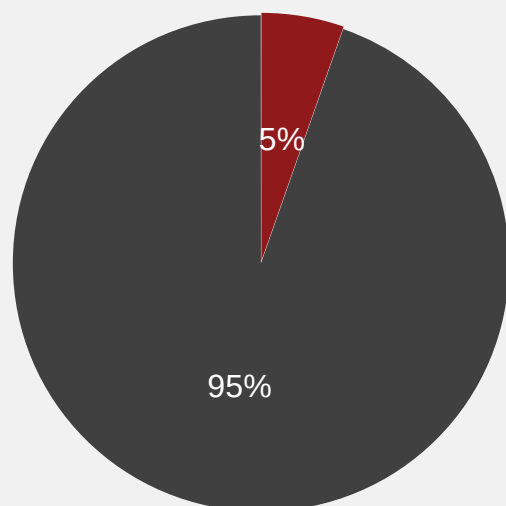


- Proporción de estudiantes que usan uno o más servicios de carrera en su universidad
- Proporción de estudiantes que no usan ningún servicio de carrera en su universidad



Uso general de servicios de orientación profesional

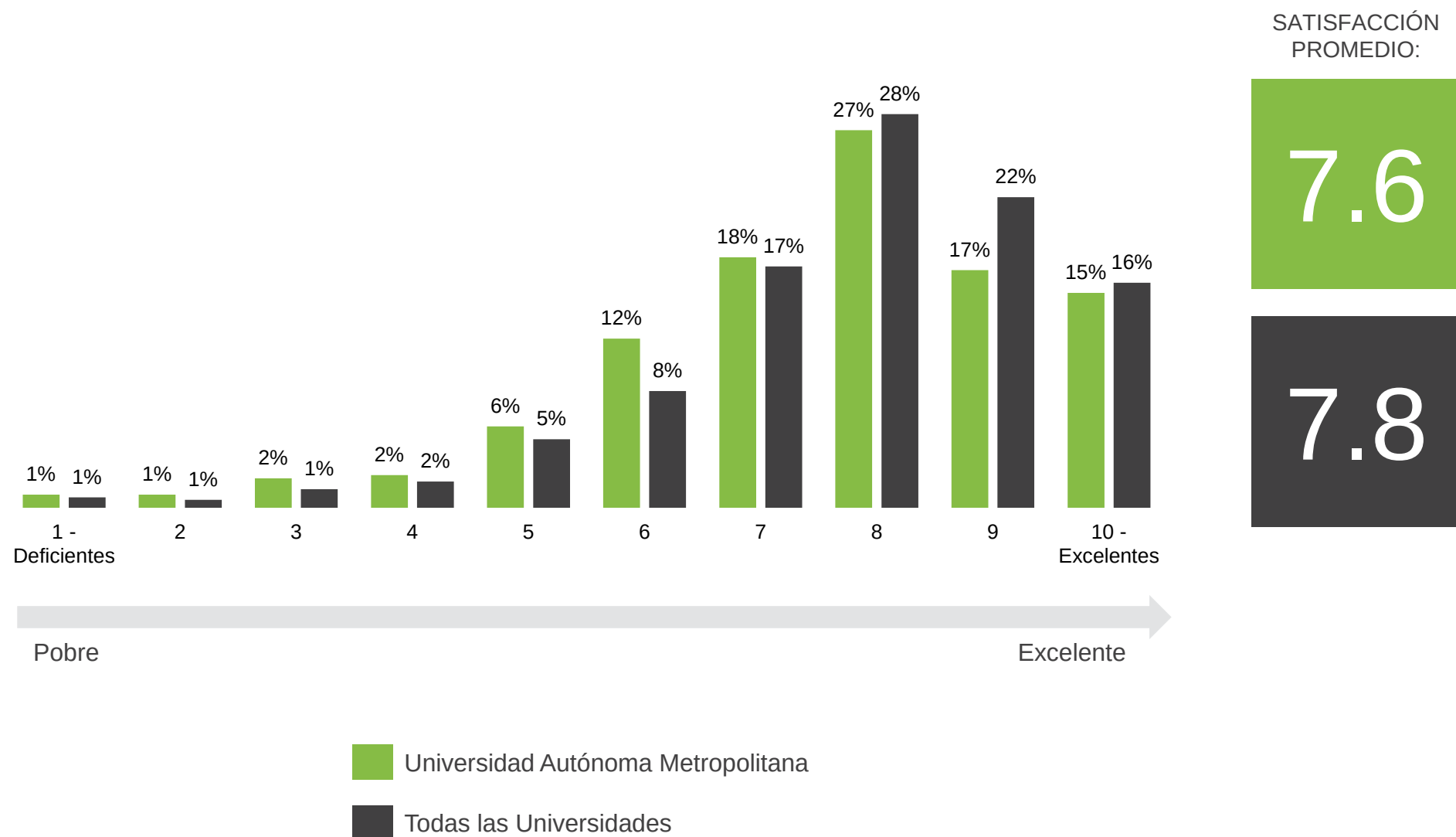
Todas las Universidades



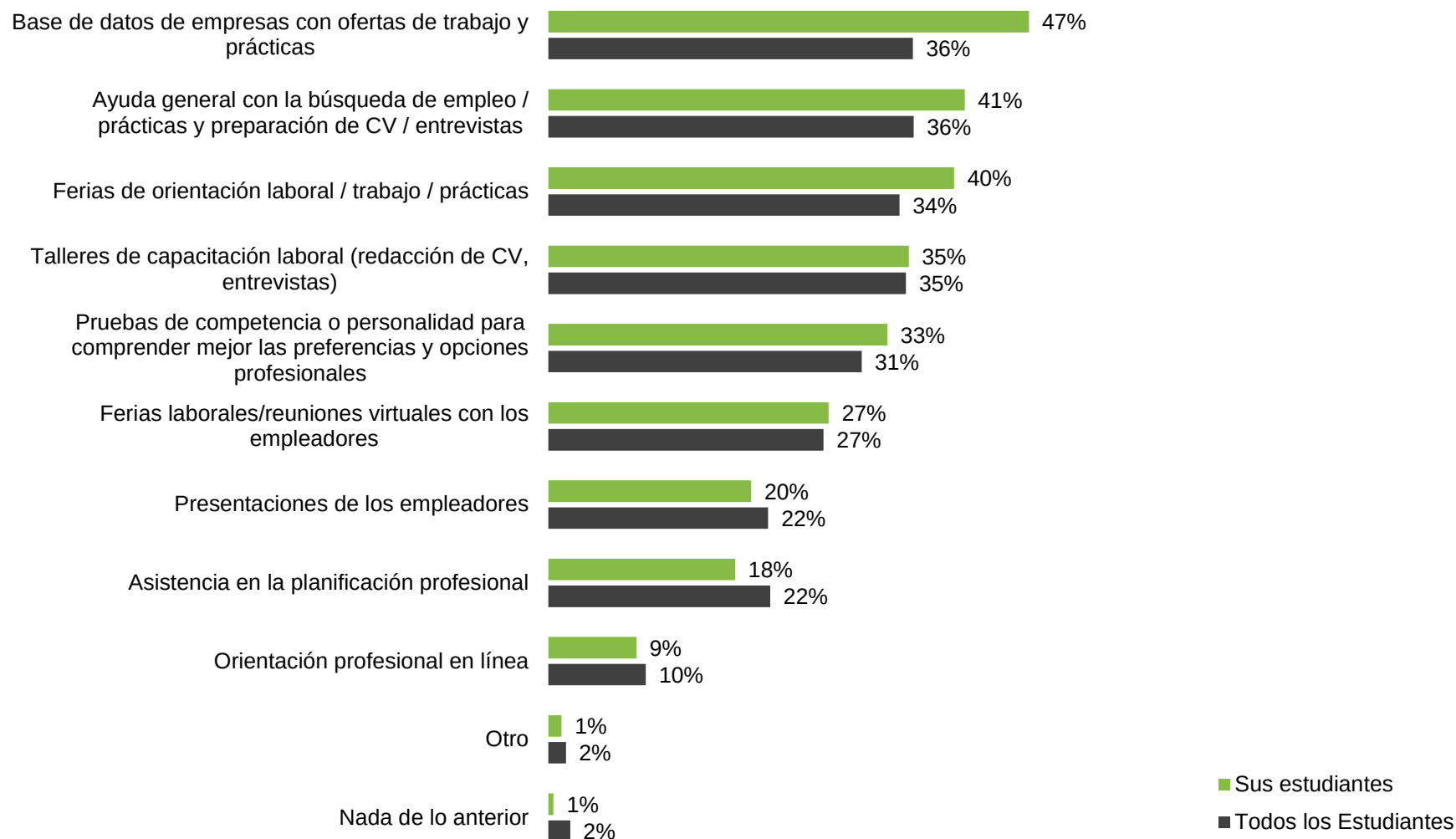
- Proporción de estudiantes que usan uno o más servicios de carrera en su universidad
- Proporción de estudiantes que no usan ningún servicio de carrera en su universidad



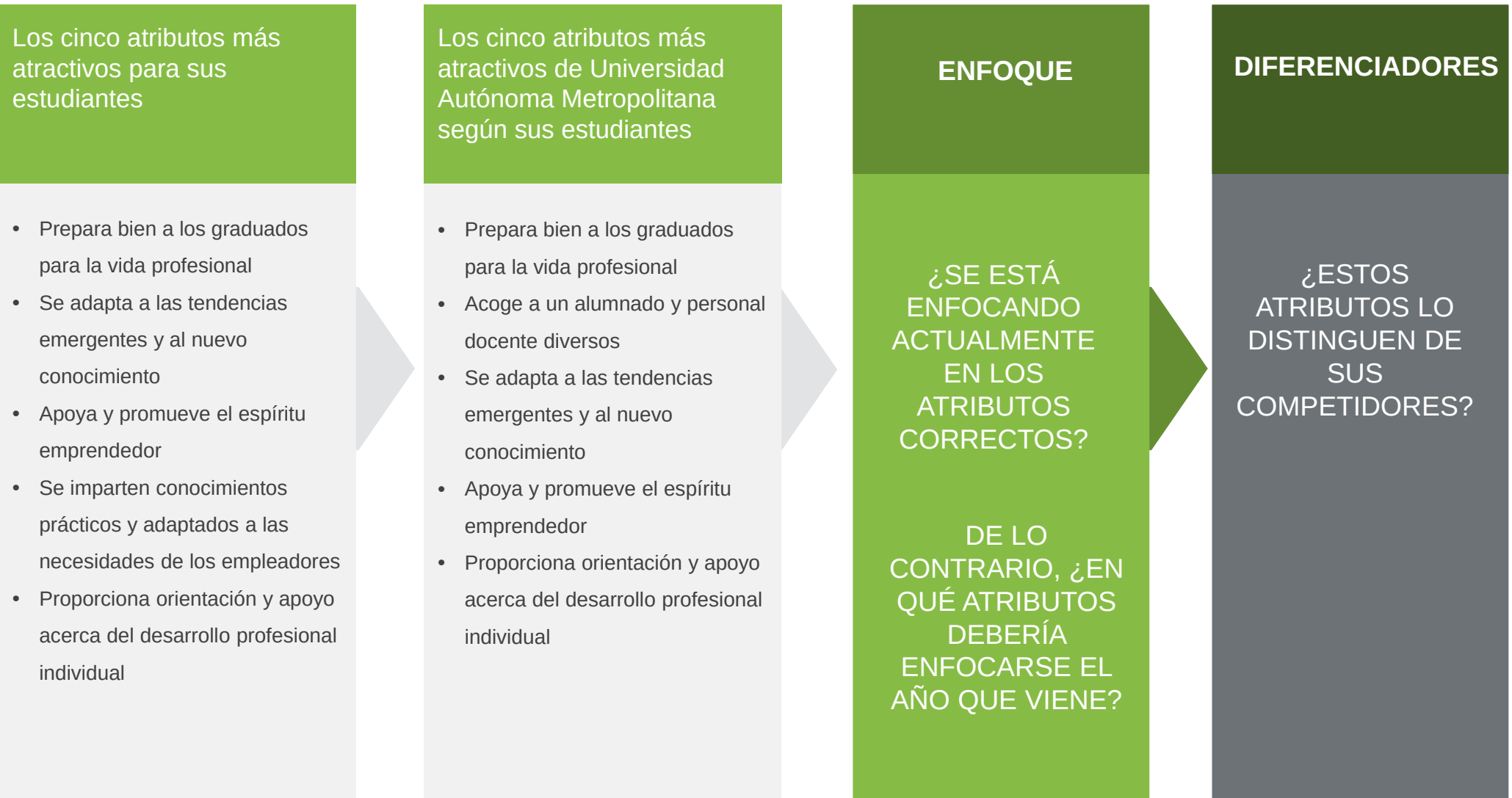
¿Cuán satisfechos están sus estudiantes con los servicios de carrera que ofrece?



¿Cuáles son los servicios de carrera más importantes para sus estudiantes?



¿Cuáles son los siguientes pasos de su estrategia?





universum

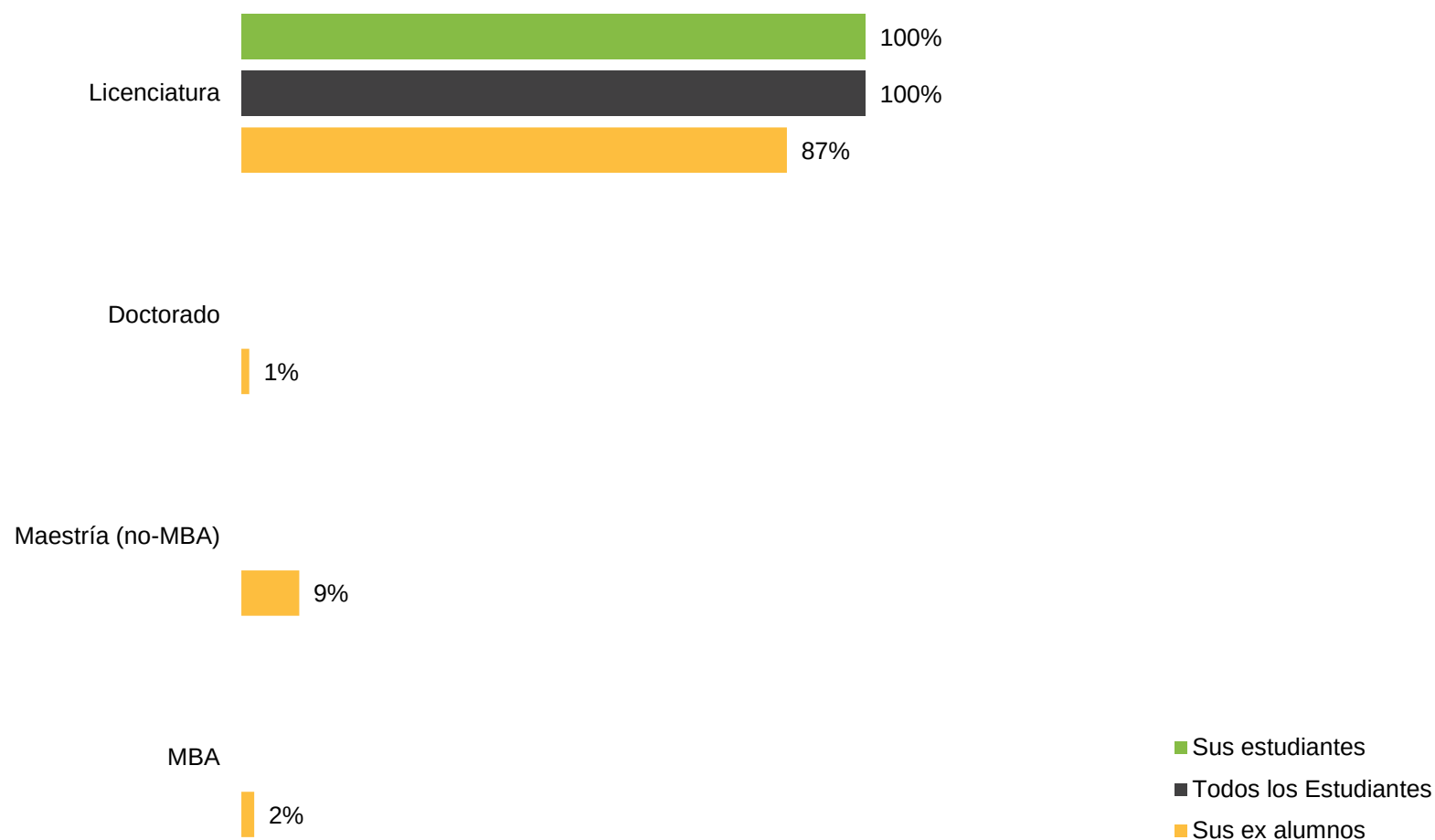
¡GRACIAS!

¿Está INTERESADO
en obtener MÁS información sobre
estudiantes, egresados o empleadores?

APÉNDICE

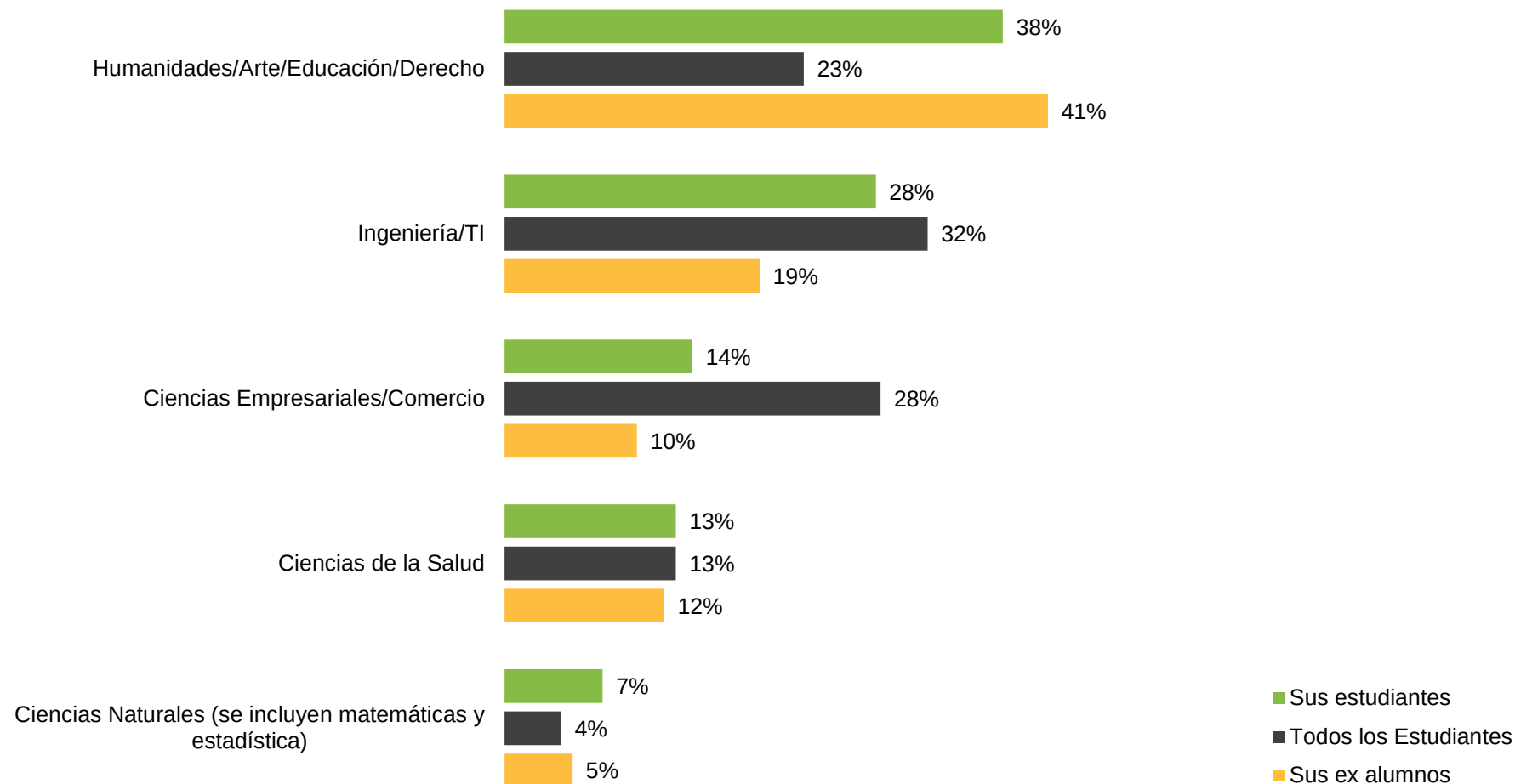
- Título más alto
- Campo principal de estudio
- Instituciones educativas
- Área de estudio
- Puntajes del empleador
- Importancia de atributos para los cuatro motivadores de capacidad de atracción del empleador

Máximo nivel de estudios



- ¿Qué título o grado académico trata de obtener actualmente? (estudiantes)
- ¿Cuál es su máximo nivel de estudios? (profesionales)

Especialidad



- ¿Cuál es su especialidad? (estudiantes)
- ¿Cuál era su especialidad? (profesionales)

Instituciones académicas (1/3)

Todos los Estudiantes

Universidad	Todos los Estudiantes	Universidad	Todos los Estudiantes
Universidad Nacional Autónoma de México	8.10%	Universidad Autónoma del Estado de Morelos	1.09%
Universidad de Guadalajara	7.13%	Universidad Autónoma de Yucatán	1.02%
Instituto Politécnico Nacional	6.55%	Instituto Tecnológico de Sonora	0.95%
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	4.31%	Universidad Iberoamericana	0.87%
Universidad Veracruzana	4.17%	Instituto Politécnico Nacional, ESCA Santo Tomás	0.85%
Universidad Autónoma Metropolitana	3.98%	Universidad Autónoma de Aguascalientes	0.84%
Universidad Autónoma de Nuevo León	3.44%	Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	0.84%
Universidad Autónoma de Baja California	3.42%	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente	0.76%
Universidad Autónoma del Estado de México	3.06%	Universidad Anáhuac, México Norte	0.74%
Universidad Tecnológica de México	2.49%	Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	0.74%
Universidad del Valle de México	2.23%	Universidad del Noreste	0.73%
Universidad de Sonora	2.13%	Universidad Autónoma de Guadalajara	0.65%
Universidad Autónoma de San Luis Potosí	1.94%	Universidad de Monterrey	0.64%
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez	1.80%	Universidad La Salle Bajío	0.61%
Universidad Michoacana de San Nicolás	1.64%	Universidad Autónoma de Tamaulipas	0.57%
Universidad Autónoma de Querétaro	1.32%	Instituto Tecnológico de Tijuana	0.52%
Universidad de Guanajuato	1.30%	Instituto Politécnico Nacional, ESCA Tepepan	0.51%
Universidad Autónoma de Sinaloa	1.27%	Universidad La Salle	0.48%
Tec de Monterrey, Campus Monterrey	1.22%		



- ¿En qué institución docente estudia? (estudiantes)
- ¿A qué institución educativa asistió principalmente? (profesionales)

Instituciones académicas (2/3)

Todos los Estudiantes

Universidad	Todos los Estudiantes	Universidad	Todos los Estudiantes
Universidad Panamericana	0.46%	Escuela Bancaria y Comercial	0.22%
Universidad de Las Américas Puebla	0.44%	Centro de Estudios Superiores CTM Mérida	0.21%
Tec de Monterrey, Campus Guadalajara	0.44%	Tec de Monterrey, Campus Chihuahua	0.19%
Tec de Monterrey, Campus Ciudad de México	0.42%	Universidad Anáhuac Mayab	0.19%
Instituto Tecnológico Autónomo de México	0.42%	Universidad Iberoamericana, Puebla	0.18%
Universidad Tecnológica de Querétaro	0.40%	Tec de Monterrey, Campus Toluca	0.18%
Tec de Monterrey, Campus Estado de México	0.36%	Universidad Autónoma de Tamaulipas, Campus Tampico	0.18%
Instituto Tecnológico de San Luis Potosí	0.36%	Tec de Monterrey, Campus Cuernavaca	0.15%
Universidad Autónoma de Chapingo	0.36%	Universidad Iberoamericana, Campus León	0.13%
Tec de Monterrey, Campus Puebla	0.33%	Tec de Monterrey, Campus Laguna	0.13%
Tec de Monterrey, Campus Querétaro	0.33%	Universidad Villa Rica (Veracruz)	0.12%
Universidad Regiomontana	0.31%	Universidad Anáhuac, México Sur	0.11%
Universidad Panamericana, Campus Guadalajara	0.27%	Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas	0.11%
Instituto Tecnológico de Nuevo Laredo	0.24%	Cetys Universidad	0.10%
Instituto Tecnológico de Cancún	0.24%	Tec de Monterrey, Campus San Luis Potosí	0.10%
Universidad Cristóbal Colón (Veracruz)	0.23%	Universidad La Salle Noroeste	0.09%
Universidad del Valle de México, Campus Querétaro	0.23%	Tec de Monterrey, Campus Sinaloa	0.08%
Tec de Monterrey, Campus Santa Fé	0.22%	Tec de Monterrey, Campus León	0.08%
Universidad Xochicalco	0.22%		



- ¿En qué institución docente estudia? (estudiantes)
- ¿A qué institución educativa asistió principalmente? (profesionales)

Instituciones académicas (3/3)

Todos los Estudiantes

Universidad	Todos los Estudiantes	Universidad	Todos los Estudiantes
Universidad Anáhuac Cancún	0.08%	Tec de Monterrey, Campus Central de Veracruz	0.04%
Universidad Iberoamericana, Torreón	0.08%	Universidad del ISTMO	0.04%
Tec de Monterrey, Campus Sonora Norte	0.08%	Universidad del Valle de México, Campus Laredo	0.03%
Universidad del Valle de México, Campus Reynosa	0.07%	EGADE Business School	0.03%
Universidad Anáhuac, Campus Querétaro	0.07%	Universidad Iberoamericana, Campus Tijuana	0.03%
Tec de Monterrey, Campus Morelia	0.07%	Universidad Tec Milenio, Campus Ciudad de México	0.03%
Tec de Monterrey, Campus Saltillo	0.07%	Universidad Tec Milenio, Campus Estado de México	0.03%
Tec de Monterrey, Campus Tampico	0.07%	Universidad del Valle de México, Campus Matamoros	0.03%
Universidad del Valle de México, Campus Torreón	0.07%	Universidad Maya	0.03%
Universidad de las Californias	0.07%	IPADE Business School	0.02%
Tec de Monterrey, Campus Aguascalientes	0.06%	Universidad Tec Milenio, Campus Durango	0.02%
Tec de Monterrey, Campus Hidalgo	0.05%	Tec de Monterrey, Campus Irapuato	0.02%
Tec de Monterrey, Campus Ciudad Juárez	0.05%	Universidad Internacional de La Paz	0.01%
Universidad España de Durango	0.05%	Tec de Monterrey, Campus Chiapas	0.01%
Universidad de Las Américas DF	0.05%	Universidad Tec Milenio, Campus Querétaro	0.01%
Universidad Tec Milenio, Campus Monterrey	0.04%	Tec de Monterrey, Campus Ciudad Obregón	0.01%
Universidad La Salle, Campus Laguna	0.04%	Universidad Tec Milenio, Campus Matamoros	0.01%
Universidad del Valle de México, Campus Tampico	0.04%	Otro	14.69%
Tec de Monterrey, Campus Zacatecas	0.04%		



- ¿En qué institución docente estudia? (estudiantes)
- ¿A qué institución educativa asistió principalmente? (profesionales)

Áreas de estudio

Todos los Estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio (1/1)

Área de estudio	Todos los Estudiantes	Área de estudio	Todos los Estudiantes
Administración de Empresas	54%	Iniciativa Empresarial (Emprendedorship)	14%
Mercadotecnia	30%	Logística	14%
Contabilidad/Auditoría/Fiscalidad	28%	Administración Pública	13%
Finanzas	27%	Gestión	12%
Economía	24%	Turismo	11%
Negocios Internacionales	21%	Comunicación	10%
Gestión de Recursos Humanos	18%	Gestión de la Información	5%
Ventas	17%	Inmobiliaria	1%
Publicidad y Relaciones Públicas	16%	Ciencias Actuariales	1%
Estrategia	15%	Otra (Ciencias Empresariales/Comercio)	4%



Áreas de estudio

Todos los Estudiantes | Ingeniería (1/1)

Área de estudio	Todos los Estudiantes	Área de estudio	Todos los Estudiantes
Ingeniería Industrial y Administración	15%	Ingeniería en Automática y Electrónica Industrial	5%
Mecatrónica	13%	Bioingeniería/Tecnología Biológica	5%
Electricidad/Ingeniería Electrónica	13%	Ingeniería Automotriz	4%
Ingeniería Civil	13%	Telecomunicaciones	4%
Ingeniería o Ciencias en Sistemas/Sistemas Computacionales	11%	Tecnología de Procesos	4%
Ingeniería Química	11%	Ingeniería Energética	4%
Arquitectura	9%	Aeronáutica/Ingeniería Aeroespacial	3%
Motores/Ingeniería Mecánica	9%	Ingeniería Biomédica	3%
Ingeniería Ambiental	6%	Ingeniería Agraria	2%
Diseño Industrial	6%	Ingeniería Petroquímica	2%
Ingeniería en Diseño	6%	Ingeniería Forestal	1%
Física de Materiales/Tecnología de Materiales	5%	Otra (Ingeniería)	10%



Áreas de estudio

Todos los Estudiantes | TI (1/1)

Área de estudio	Todos los Estudiantes	Área de estudio	Todos los Estudiantes
Ciencias Computacionales	59%	Seguridad en TI	21%
Ingeniería de Software	38%	Sistemas Informáticos de Negocios	19%
Sistemas de Información	37%	Inteligencia Artificial	11%
Redes / Telecomunicaciones	37%	Sistemas de Negocios en Línea	10%
Análisis y Diseño de Sistemas de Negocios	24%	Publicaciones Electrónicas	5%
Gestión de la Información	22%	Otra (TI)	4%



Áreas de estudio

Todos los Estudiantes | Ciencias Naturales (1/1)

Área de estudio	Todos los Estudiantes	Área de estudio	Todos los Estudiantes
Ciencias Biológicas	49%	Física	22%
Matemáticas	39%	Geología / Ciencias de la Tierra	15%
Química	35%	Ciencias Físicas	13%
Bioquímica	29%	Ciencias Humanas	10%
Ciencias Ambientales	28%	Otra (Ciencias Naturales)	6%



Áreas de estudio

Todos los Estudiantes | Humanidades (1/1)

Área de estudio	Todos los Estudiantes	Área de estudio	Todos los Estudiantes
Diseño	31%	Publicidad y Relaciones Públicas	16%
Ciencias Sociales	31%	Lingüística / Lenguas Extranjeras	15%
Artes Creativas	30%	Magisterio/Educación	12%
Comunicación	28%	Periodismo	12%
Psicología	25%	Ciencias Políticas	12%
Historia / Filosofía	21%	Relaciones Internacionales	8%
Historia del Arte	20%	Geografía	4%
Lengua / Literatura	19%	Otra (Humanidades/Arte)	11%



Áreas de estudio

Todos los Estudiantes | Derecho (1/1)

Área de estudio	Todos los Estudiantes	Área de estudio	Todos los Estudiantes
Derecho Civil	64%	Derecho Comercial	23%
Derecho Constitucional	47%	Derecho Mercantil Internacional	22%
Litigio Criminal	44%	Leyes y Tasación de la Propiedad	14%
Derecho Fiscal	36%	Derecho de los Medios de Comunicación	6%
Derecho Internacional	34%	Otra (Derecho)	15%
Legislación Laboral	31%		



Ranking de Empleador Considerado | Principales 30

Todos los Estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
The Coca-Cola Company	1	31.24%	↔ 0	FEMSA	16	20.56%	↓ -5
Google	2	28.90%	↑ 3	Sony	17	19.97%	↑ 6
Coca-Cola FEMSA	3	28.79%	↓ -1	PepsiCo	18	18.68%	↓ -5
Pemex	4	25.87%	↓ -1	Volaris	19	18.54%	↑ 3
Grupo Bimbo	5	24.78%	↓ -1	Nissan	20	18.21%	↓ -2
Aeroméxico	6	24.49%	↑ 3	Toyota	21	17.65%	↑ 5
Audi	7	23.36%	↑ 9	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	22	17.53%	↓ -3
Microsoft	8	22.61%	↑ 6	Televisa	23	17.08%	↓ -2
Banamex	9	22.60%	↓ -3	Telmex	24	16.89%	↓ -12
BBVA Bancomer	10	22.54%	↓ -2	Honda	25	16.60%	↑ 7
Samsung	11	21.42%	↑ 4	Facebook	26	16.51%	↑ 12
Volkswagen Group	12	20.97%	↑ 5	Grupo Carso	27	16.46%	↔ 0
Nestlé	13	20.81%	↓ -3	HSBC	28	15.89%	↓ -3
Grupo Modelo	14	20.67%	↓ -7	L'Oréal Group	29	15.55%	↑ 1
BMW Group	15	20.57%	↑ 14	Banorte	30	15.43%	↓ -6

Ranking de Empleador Considerado | Principales 30

Todos los Estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	32.13%	↔ 0	Coca-Cola FEMSA	16	17.37%	↓ -3
Google	2	24.39%	↑ 2	General Electric	17	17.21%	↑ 2
Microsoft	3	23.55%	↔ 0	LG Electronics	18	17.18%	↑ 2
Audi	4	22.85%	↑ 6	Cemex	19	16.59%	↓ -3
Volkswagen Group	5	22.68%	↑ 3	IBM	20	16.27%	↓ -2
CFE - Comisión Federal de Electricidad	6	22.43%	↓ -4	HP	21	15.80%	↔ 0
Samsung	7	21.79%	↓ -2	Aeroméxico	22	14.53%	↑ 12
Toyota	8	21.43%	↓ -2	Telmex	23	14.13%	↓ -6
Nissan	9	20.85%	↔ 0	Chrysler	24	14.09%	↑ 6
Sony	10	20.82%	↓ -3	Grupo Bimbo	25	13.97%	↓ -3
Honda	11	19.58%	↑ 4	Grupo Modelo	26	13.82%	↓ -2
General Motors	12	19.55%	↔ 0	Nestlé	27	13.74%	↓ -2
Ford Motor Company	13	18.99%	↑ 1	Caterpillar	28	13.70%	↑ 7
The Coca-Cola Company	14	18.90%	↓ -3	Dell	29	13.20%	↓ -3
BMW Group	15	18.13%	↑ 8	Lenovo	30	12.71%	↓ -2

Ranking de Empleador Considerado | Principales 30

Todos los Estudiantes | Ciencias Naturales

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	33.61%	↔ 0	PepsiCo	16	12.70%	↔ 0
Nestlé	2	20.66%	↑ 1	Microsoft	17	12.68%	↑ 7
Bayer	3	18.88%	↓ -1	Grupo Lala	18	12.36%	↓ -6
The Coca-Cola Company	4	18.71%	↑ 5	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	19	11.85%	↓ -4
DOW Química	5	18.33%	↓ -1	Monsanto	20	11.59%	↑ 1
Coca-Cola FEMSA	6	17.48%	↔ 0	Johnson & Johnson	21	11.58%	↓ -3
Sigma Alimentos	7	16.81%	↔ 0	Kellogg	22	11.17%	↓ -2
L'Oréal Group	8	15.72%	↑ 2	Roche	23	10.18%	↔ 0
Grupo Bimbo	9	14.45%	↓ -4	FEMSA	24	9.45%	↑ 2
Google	10	14.45%	↑ 9	BBVA Bancomer	25	9.17%	↑ 11
Grupo Modelo	11	14.41%	↑ 3	Unilever	26	8.88%	↑ 6
Colgate Palmolive	12	13.63%	↑ 5	Banamex	27	8.63%	↑ 1
Danone	13	13.26%	↔ 0	Aeroméxico	28	8.55%	↓ -1
Pfizer	14	13.03%	↓ -6	Cemex	29	8.41%	↓ -4
CFE - Comisión Federal de Electricidad	15	13.00%	↓ -4	Gas Natural Fenosa	30	8.04%	Nuevo -

Ranking de Empleadores Ideales | Principales 30

Todos los Estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Google	1	16.45%	↑ 1	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	16	6.57%	↔ 0
The Coca-Cola Company	2	15.11%	↑ 1	Grupo Carso	17	6.45%	↑ 1
Pemex	3	13.94%	↓ -2	Grupo Modelo	18	6.45%	↓ -8
Aeroméxico	4	10.57%	↑ 2	Samsung	19	6.32%	↑ 11
Coca-Cola FEMSA	5	9.33%	↔ 0	Volaris	20	6.18%	↑ 3
Audi	6	9.30%	↑ 11	Procter & Gamble (P&G)	21	5.97%	↓ -6
Grupo Bimbo	7	8.19%	↔ 0	L'Oréal Group	22	5.70%	↓ -2
BBVA Bancomer	8	8.17%	↑ 1	Nestlé	23	5.61%	↓ -4
Banamex	9	8.07%	↓ -1	Facebook	24	5.10%	↑ 7
Microsoft	10	8.03%	↑ 4	Sony	25	4.99%	↑ 12
CFE - Comisión Federal de Electricidad	11	7.95%	↓ -7	Telmex	26	4.77%	↓ -14
Televisa	12	7.44%	↓ -1	TV Azteca	27	4.61%	↔ 0
Volkswagen Group	13	7.17%	↑ 8	Unilever	28	4.15%	↓ -2
BMW Group	14	7.02%	↑ 10	PepsiCo	29	3.97%	↓ -1
FEMSA	15	6.69%	↓ -2	Ford Motor Company	30	3.86%	↑ 4

Ranking de Empleadores Ideales | Principales 30

Todos los Estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	19.91%	↔ 0	General Electric	16	5.80%	↑ 2
Google	2	16.02%	↑ 1	Caterpillar	17	5.16%	↑ 14
Microsoft	3	13.14%	↑ 1	Aeroméxico	18	4.91%	↑ 9
CFE - Comisión Federal de Electricidad	4	12.74%	↓ -2	Nissan	19	4.81%	↑ 1
Audi	5	11.05%	↑ 1	Honda	20	4.79%	↑ 9
Volkswagen Group	6	9.42%	↓ -1	Telmex	21	4.62%	↓ -7
Samsung	7	7.68%	↑ 3	HP	22	4.60%	↓ -5
BMW Group	8	7.40%	↑ 4	Facebook	23	4.54%	↑ 1
Cemex	9	7.27%	↓ -2	Oracle	24	4.40%	↓ -3
Sony	10	7.14%	↑ 1	Cisco Systems	25	4.36%	↓ -6
Ford Motor Company	11	6.96%	↓ -2	Grupo Carso	26	4.24%	↑ 8
General Motors	12	6.39%	↑ 1	Empresas ICA	27	4.22%	↑ 6
IBM	13	6.33%	↓ -5	Nestlé	28	4.18%	↓ -2
The Coca-Cola Company	14	6.05%	↑ 2	Siemens	29	4.09%	↓ -4
Toyota	15	5.96%	↔ 0	Grupo Bimbo	30	4.04%	↔ 0

Ranking de Empleadores Ideales | Principales 30

Todos los Estudiantes | Ciencias Naturales

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	22.75%	↔ 0	Roche	16	5.26%	↑ 4
Bayer	2	12.83%	↔ 0	Colgate Palmolive	17	4.77%	↑ 5
DOW Química	3	11.76%	↔ 0	Johnson & Johnson	18	4.53%	↔ 0
Nestlé	4	10.36%	↔ 0	Coca-Cola FEMSA	19	4.40%	↓ -3
Google	5	10.35%	↑ 4	Grupo Lala	20	4.14%	↑ 5
Pfizer	6	8.05%	↓ -1	Unilever	21	4.10%	↑ 10
CFE - Comisión Federal de Electricidad	7	7.49%	↓ -1	BBVA Bancomer	22	3.97%	↑ 13
Monsanto	8	7.37%	↑ 2	Aeroméxico	23	3.78%	↓ -2
L'Oréal Group	9	6.86%	↓ -1	Danone	24	3.77%	↓ -1
Sigma Alimentos	10	6.85%	↑ 2	MetLife	25	3.43%	↑ 17
The Coca-Cola Company	11	6.84%	↑ 2	IBM	26	3.22%	↔ 0
Microsoft	12	6.48%	↑ 5	Banamex	27	3.08%	↑ 3
Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	13	5.92%	↓ -2	Procter & Gamble (P&G)	28	3.01%	↓ -13
Grupo Bimbo	14	5.85%	↓ -7	Audi	29	2.74%	↑ 27
Grupo Modelo	15	5.39%	↑ 4	Inbursa	30	2.73%	↑ 10

Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 30

Todos los Estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	4.27%	↔ 0	Grupo Modelo	16	1.89%	↓ -6
Google	2	3.84%	↑ 5	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	17	1.85%	↓ -3
The Coca-Cola Company	3	3.78%	↓ -1	Microsoft	18	1.77%	↑ 5
Coca-Cola FEMSA	4	2.90%	↔ 0	Grupo Carso	19	1.77%	↓ -1
Aeroméxico	5	2.78%	↑ 6	Nestlé	20	1.57%	↓ -5
CFE - Comisión Federal de Electricidad	6	2.49%	↓ -3	Unilever	21	1.42%	↔ 0
Audi	7	2.47%	↑ 9	PwC (PricewaterhouseCoopers)	22	1.40%	↑ 9
Volkswagen Group	8	2.41%	↑ 11	Deloitte	23	1.39%	↑ 1
BBVA Bancomer	9	2.39%	↓ -1	L'Oréal Group	24	1.35%	↓ -2
Banamex	10	2.35%	↓ -5	Telmex	25	1.34%	↓ -13
Grupo Bimbo	11	2.31%	↓ -5	Volaris	26	1.34%	↑ 3
Procter & Gamble (P&G)	12	2.28%	↓ -3	Samsung	27	1.32%	↑ 10
BMW Group	13	2.14%	↑ 12	TV Azteca	28	1.28%	↑ 4
Televisa	14	2.01%	↑ 6	PepsiCo	29	1.27%	↓ -1
FEMSA	15	1.99%	↓ -2	Banorte	30	1.18%	↓ -4

Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 30

Todos los Estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	6.70%	↔ 0	IBM	16	1.58%	↓ -4
CFE - Comisión Federal de Electricidad	2	4.62%	↔ 0	Empresas ICA	17	1.53%	↑ 3
Google	3	3.72%	↑ 1	Telmex	18	1.46%	↓ -8
Audi	4	3.44%	↑ 2	Caterpillar	19	1.43%	↑ 23
Volkswagen Group	5	3.28%	↔ 0	Grupo Modelo	20	1.39%	↓ -2
Microsoft	6	3.00%	↓ -3	Procter & Gamble (P&G)	21	1.39%	↑ 3
Ford Motor Company	7	2.40%	↑ 1	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	22	1.35%	↑ 1
BMW Group	8	2.34%	↑ 5	Grupo Carso	23	1.32%	↑ 8
General Motors	9	2.25%	↔ 0	Nissan	24	1.32%	↓ -8
Cemex	10	2.01%	↓ -3	Nestlé	25	1.32%	↑ 2
General Electric	11	1.97%	↑ 4	Grupo Bimbo	26	1.27%	↑ 3
The Coca-Cola Company	12	1.84%	↑ 10	Aeroméxico	27	1.26%	↑ 8
Samsung	13	1.72%	↑ 6	HP	28	1.25%	↓ -7
Toyota	14	1.70%	↓ -3	Siemens	29	1.24%	↓ -15
Sony	15	1.58%	↑ 2	Honda	30	1.21%	↓ -5

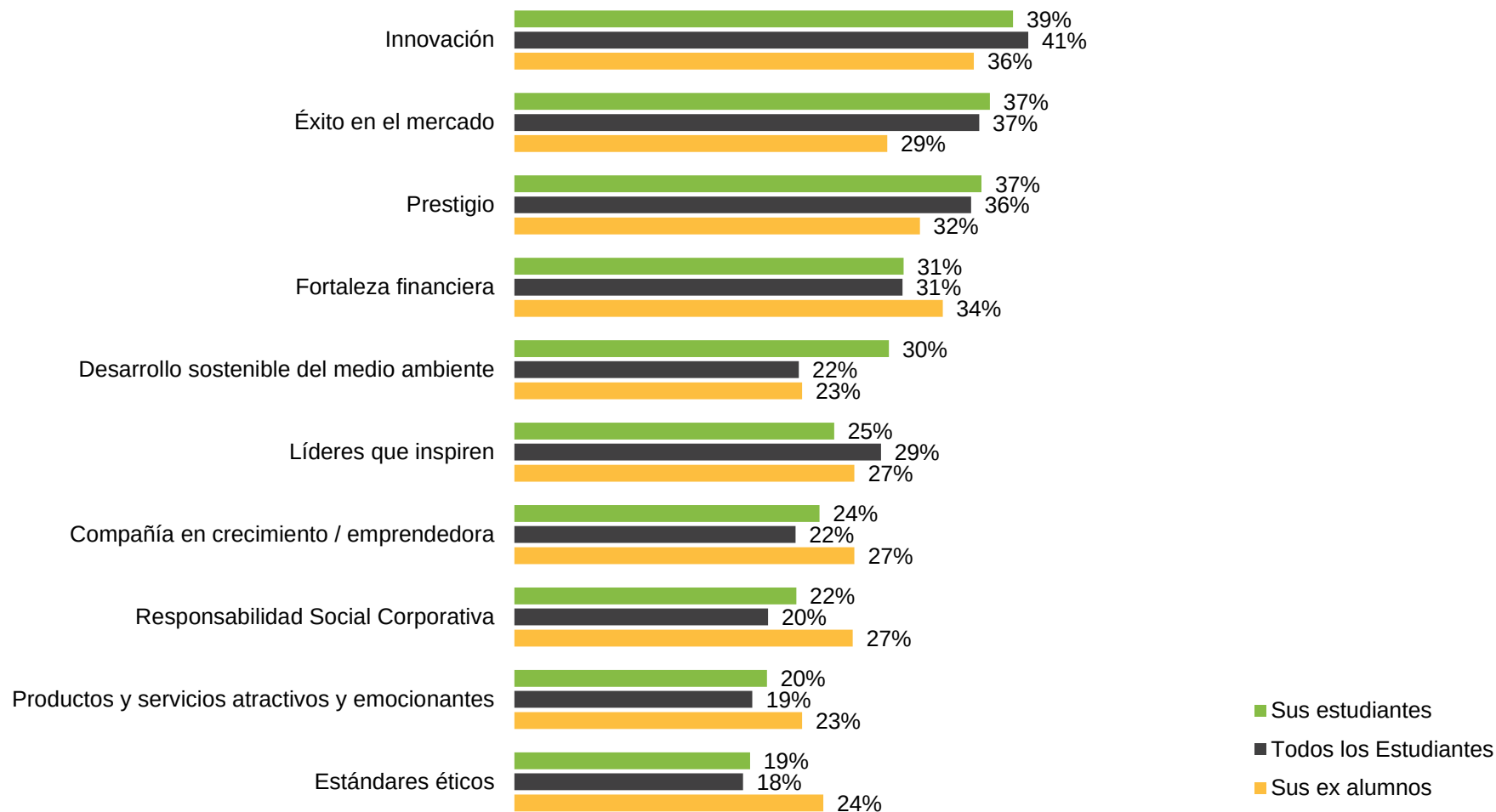
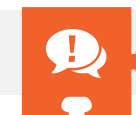
Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 30

Todos los Estudiantes | Ciencias Naturales

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	8.38%	↑ 1	Sigma Alimentos	16	1.91%	↓ -4
Bayer	2	4.50%	↑ 4	Industrias Peñoles	17	1.80%	↑ 26
CFE - Comisión Federal de Electricidad	3	3.69%	↑ 4	Procter & Gamble (P&G)	18	1.74%	↓ -7
Pfizer	4	3.50%	↑ 5	Johnson & Johnson	19	1.54%	↓ -11
DOW Química	5	3.28%	↓ -4	Unilever	20	1.49%	↑ 5
Monsanto	6	3.22%	↑ 11	Roche	21	1.31%	↓ -2
Nestlé	7	3.21%	↓ -3	Inbursa	22	1.31%	↑ 14
Google	8	2.97%	↑ 19	Microsoft	23	1.28%	↑ 11
Grupo Bimbo	9	2.53%	↑ 1	Grupo México	24	1.26%	↑ 65
Coca-Cola FEMSA	10	2.38%	↑ 10	Grupo Lala	25	1.20%	↑ 4
Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	11	2.29%	↑ 2	BBVA Bancomer	26	1.16%	↑ 23
Colgate Palmolive	12	2.27%	↑ 3	Kellogg	27	1.09%	↑ 32
Grupo Modelo	13	2.05%	↑ 3	Cemex	28	1.08%	→ 0
The Coca-Cola Company	14	2.05%	→ 0	Aeroméxico	29	1.07%	↓ -8
L'Oréal Group	15	1.93%	↓ -12	Banorte	30	1.06%	↑ 22

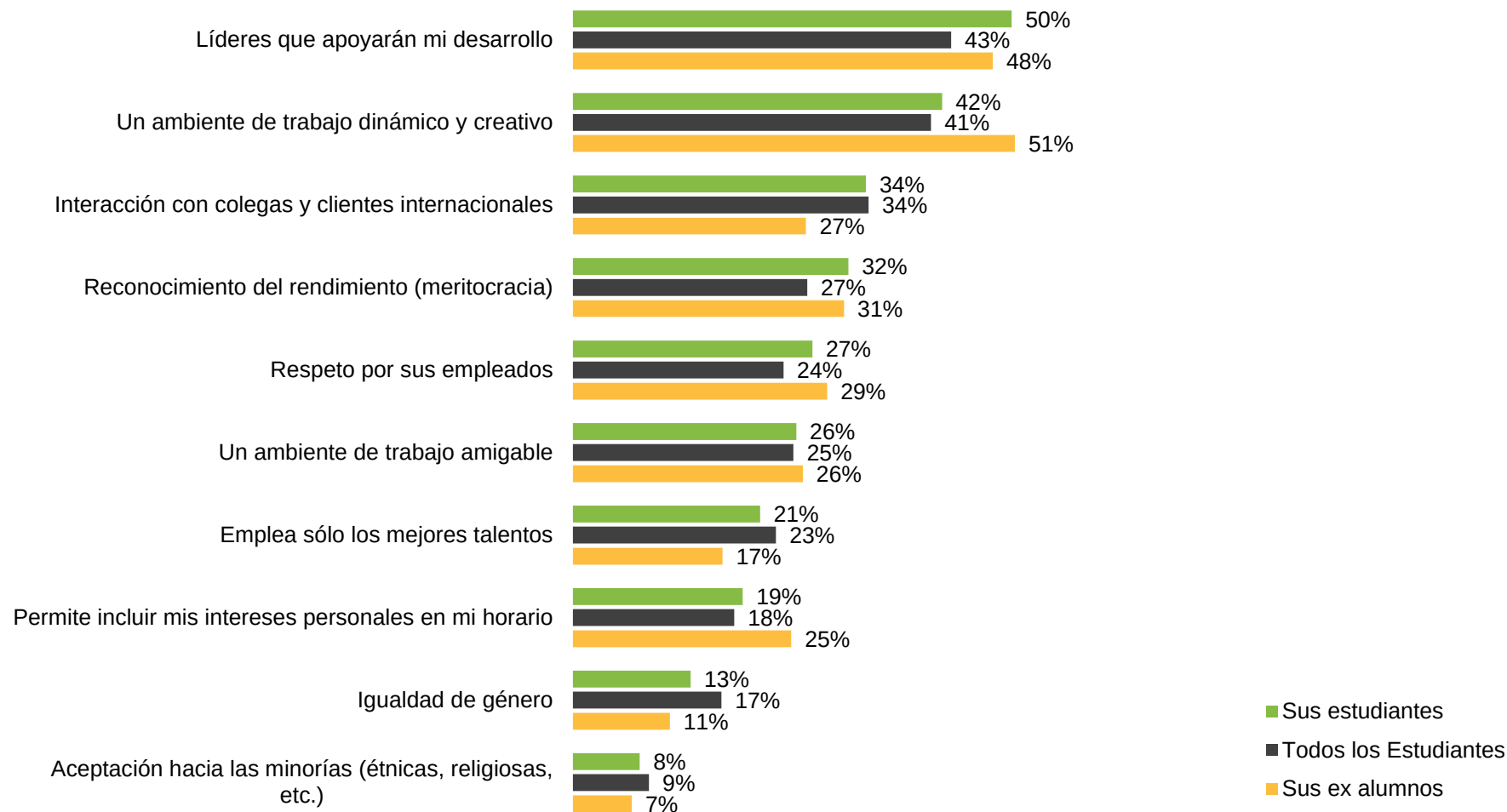
Reputación e Imagen del empleador

Atributos atractivos



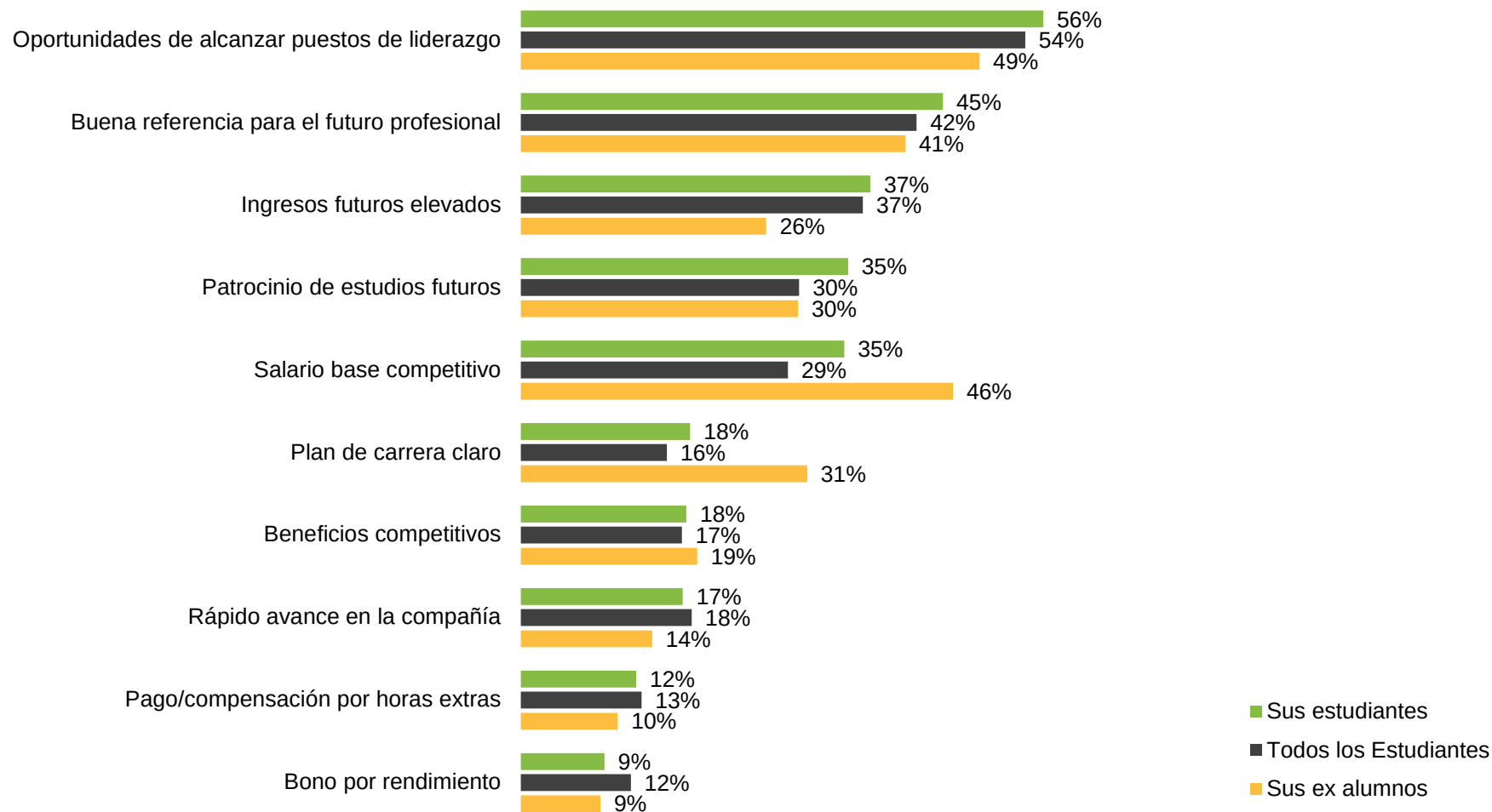
Gente y cultura

Atributos atractivos



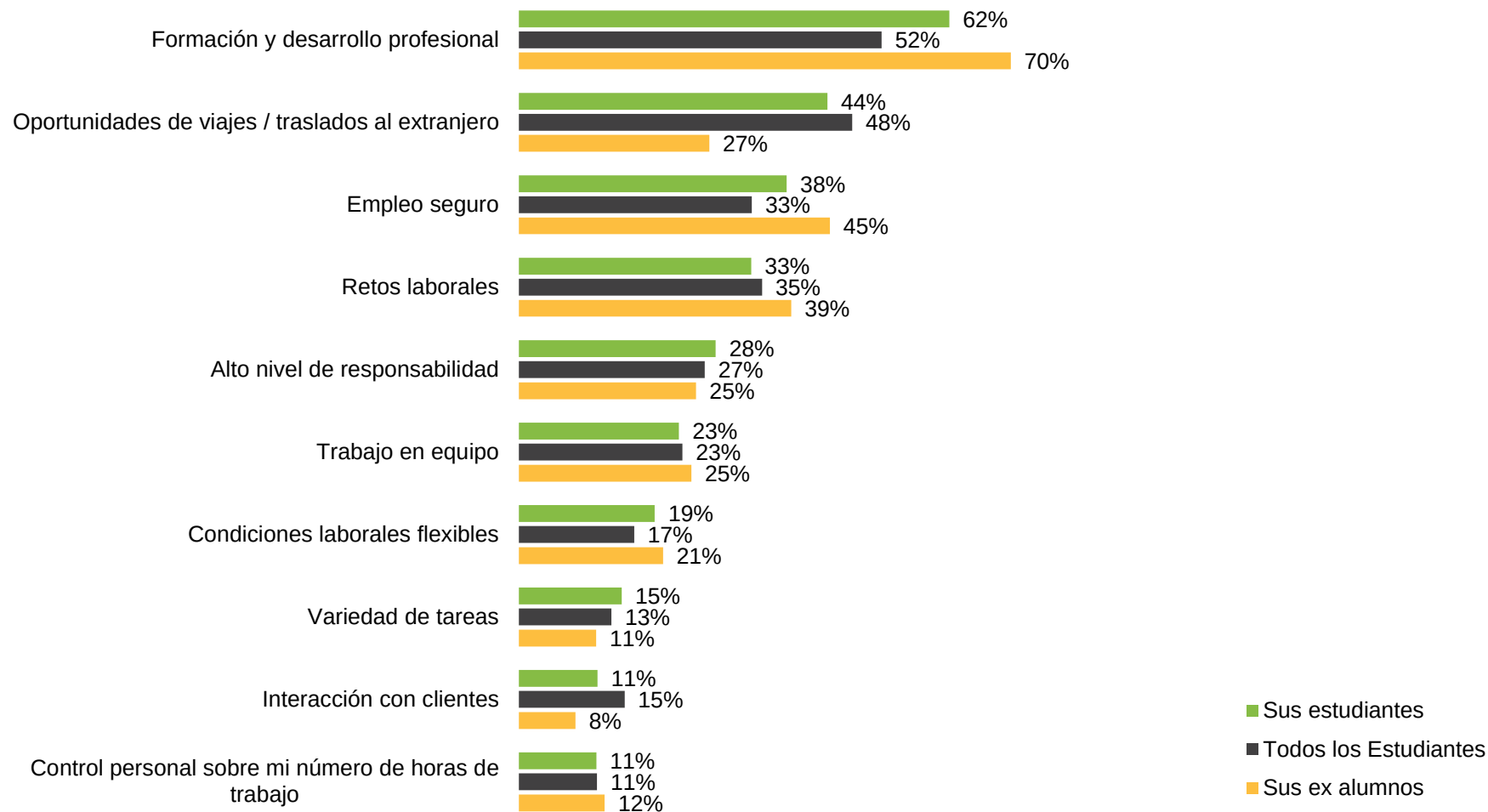
Remuneración y oportunidades de crecimiento

Atributos atractivos



Características del trabajo

Atributos atractivos





universum

¡GRACIAS!

¿Está INTERESADO
en obtener MÁS información sobre
estudiantes, egresados o empleadores?