



Investigación de Talentos de Universum 2015

Informe de colaboradores | Universidad Autónoma Metropolitana
Edición México | Estudiantes & Profesionales | Ciencias
Empresariales/Comercio



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:

COMPRENDER

LAS PREFERENCIAS DE CARRERA Y EXPECTATIVAS DE LOS ESTUDIANTES Y EGRESADOS

IDENTIFICAR

LA PREPARACIÓN PARA LA VIDA PROFESIONAL DE SUS ESTUDIANTES Y EGRESADOS

ATRAER

EMPLEADORES RELEVANTES A SU CAMPUS

GESTIONAR

LA PERCEPCIÓN DE MARCA Y EL ATRACTIVO DE SU UNIVERSIDAD

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 reuuentes 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

5

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.

4

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 la trayectoria profesional de sus estudiantes y egresados.

1

RESUMEN EJECUTIVO

Infórmese sobre el perfil, la carrera y las preferencias de empleador de sus estudiantes y grupos de comparación.



2

EMPLEABILIDAD Y PREPARACIÓN PARA LA VIDA PROFESIONAL

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

3

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.

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 **136**

Grupo 2
Todos los Estudiantes **11,116**

Grupo 3
Sus ex alumnos **111**

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	9.0
Todos los Estudiantes	8.4

• ¿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

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

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 líder o responsable de personas



ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS ESTUDIANTES SE IDENTIFICAN






1. Orientado hacia el futuro
2. Comportamientos equilibrados
3. Se toma el tiempo para pensar

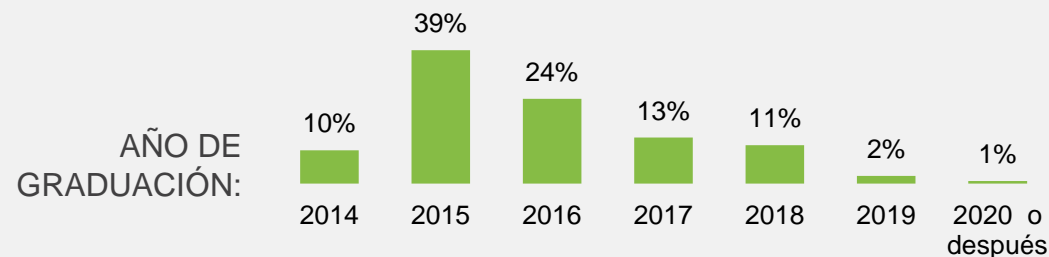


LAS 3 PRINCIPALES INDUSTRIAS

1. Bancaria
2. Sector público y agencias gubernamentales
3. Auditoría y contabilidad

LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

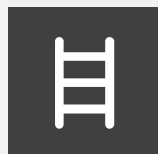
-  1. Formación y desarrollo profesional
-  2. Líderes que apoyarán mi desarrollo
-  3. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
-  4. Fortaleza financiera
-  5. Éxito en el mercado



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. Ser líder o responsable de personas



ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS ESTUDIANTES SE IDENTIFICAN






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

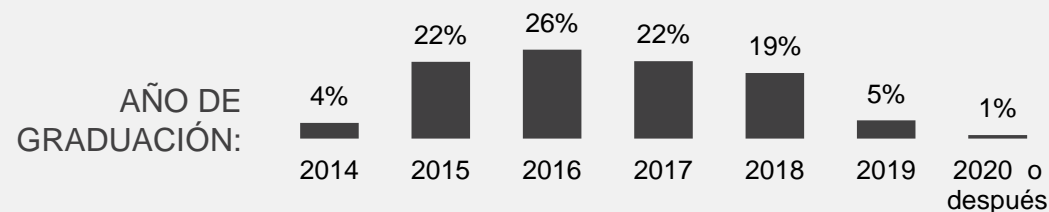


LAS 3 PRINCIPALES INDUSTRIAS

1. Bancaria
2. Auditoría y contabilidad
3. Gestión y consultoría estratégica

LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

-  1. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
-  2. Formación y desarrollo profesional
-  3. Oportunidades de viajes / traslados al extranjero
-  4. Líderes que apoyarán mi desarrollo
-  5. Éxito en el mercado



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. Comportamientos equilibrados
2. Orientado hacia el futuro



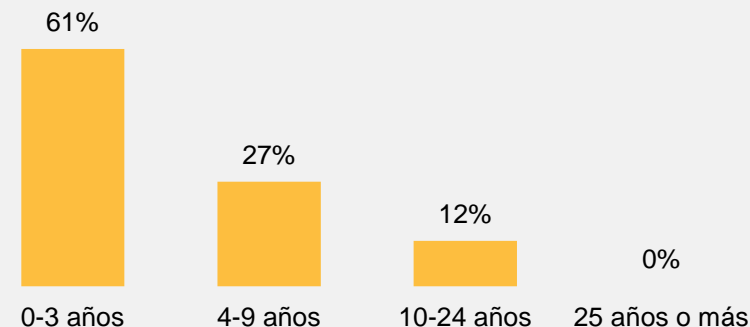
LAS 3 INDUSTRIAS MÁS REPRESENTADAS

1. Bancaria
2. Instituciones educativas y científicas
3. Auditoría y contabilidad

LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

1. Formación y desarrollo profesional
2. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
3. Un ambiente de trabajo dinámico y creativo
4. Éxito en el mercado
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

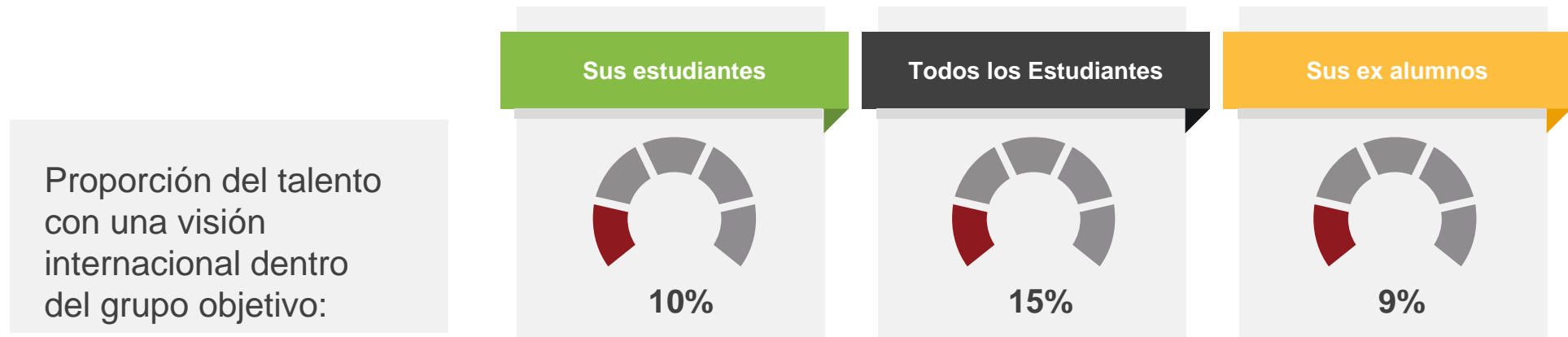
<p>IN¹ Visión internacional</p>	<p>VISIÓN INTERNACIONAL ¿Cuán internacional es la población de talentos?</p>	<p>CH⁵ Confianza en habilidades</p>	<p>CONFIANZA EN HABILIDADES ¿Cuánta confianza tiene la población de talentos sobre sus propias habilidades?</p>
<p>PL² Potencial de liderazgo</p>	<p>POTENCIAL DE LIDERAZGO ¿Cuán grande es la proporción de futuros líderes en la población de talentos?</p>	<p>EP⁶ Experiencia práctica</p>	<p>EXPERIENCIA PRÁCTICA ¿La población objetivo adquiere la suficiente experiencia práctica durante sus estudios?</p>
<p>P³ Paradigmático</p>	<p>PARADIGMÁTICO ¿Cuán grande es la proporción de paradigmáticos en la población de talentos?</p>	<p>DP⁷ Desarrollo profesional</p>	<p>ENFOQUE DE DESARROLLO PROFESIONAL DE LA UNIVERSIDAD ¿Se percibe que su institución educativa se enfoca en el desarrollo profesional de los talentos?</p>
<p>AF⁴ Aprendizaje flexible</p>	<p>APRENDIZAJE FLEXIBLE ¿La población objetivo tiene una visión de aprendizaje flexible?</p>		

10% de sus estudiantes tienen una actitud internacional

INTERNACIONALISTAS



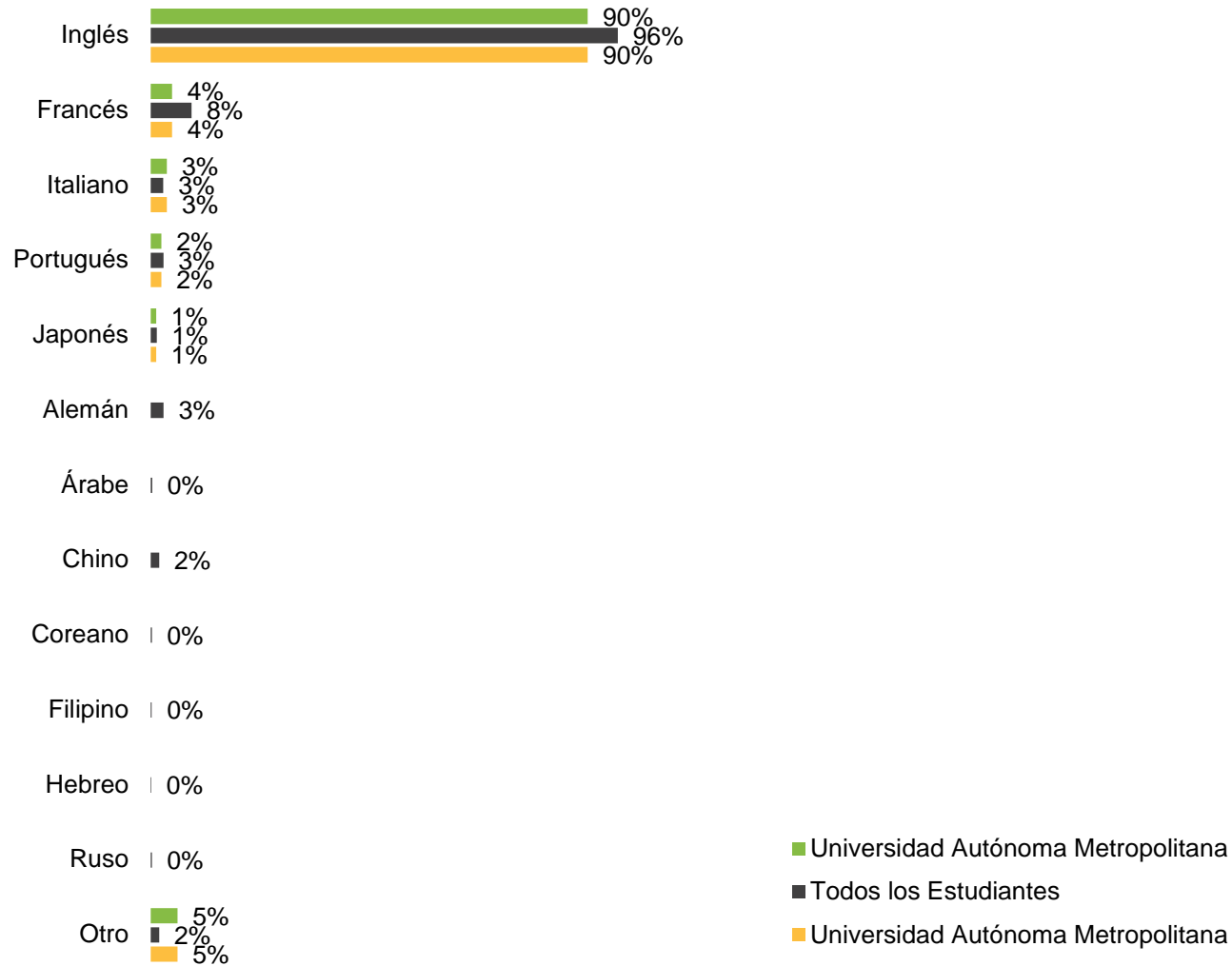
IN¹
Actitud
internacional



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.)

17% 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



17%

Todos los Estudiantes



13%

Sus ex alumnos



19%

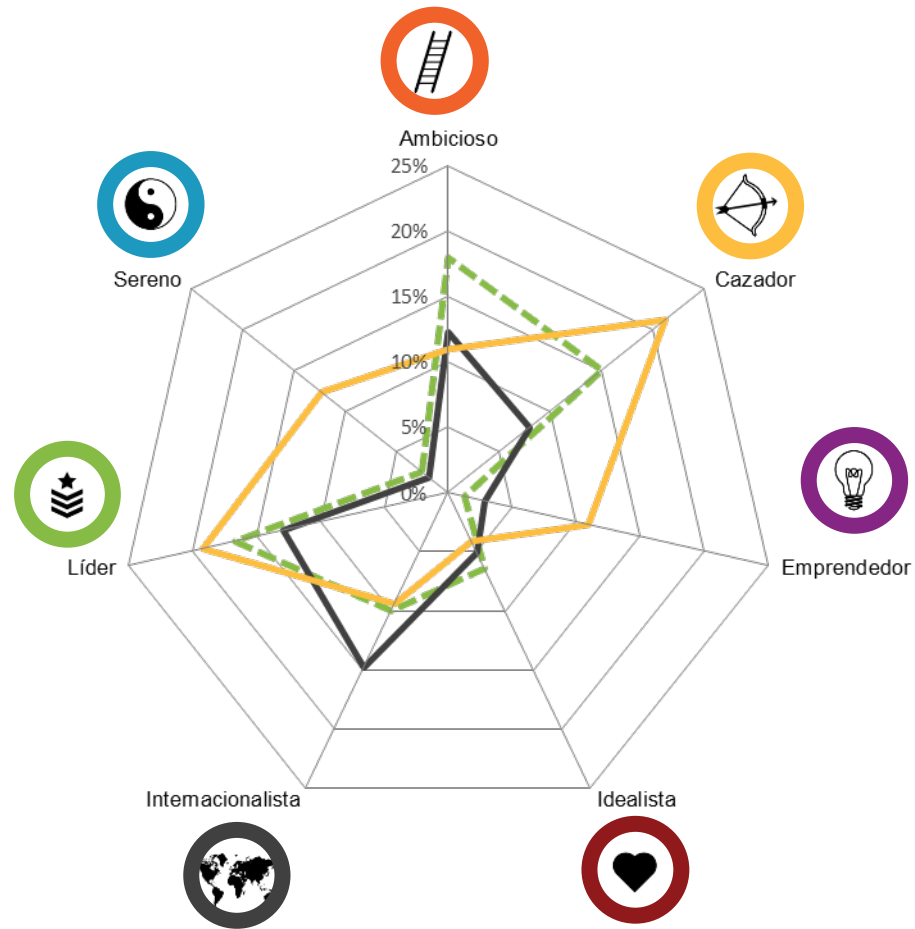
Tener una proporción amplia de futuros líderes en la población es importante, ya que ellos serán las personas que tengan la oportunidad de influir en negocios, gobiernos y la sociedad del futuro. Los líderes reúnen las siguientes características:

- 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

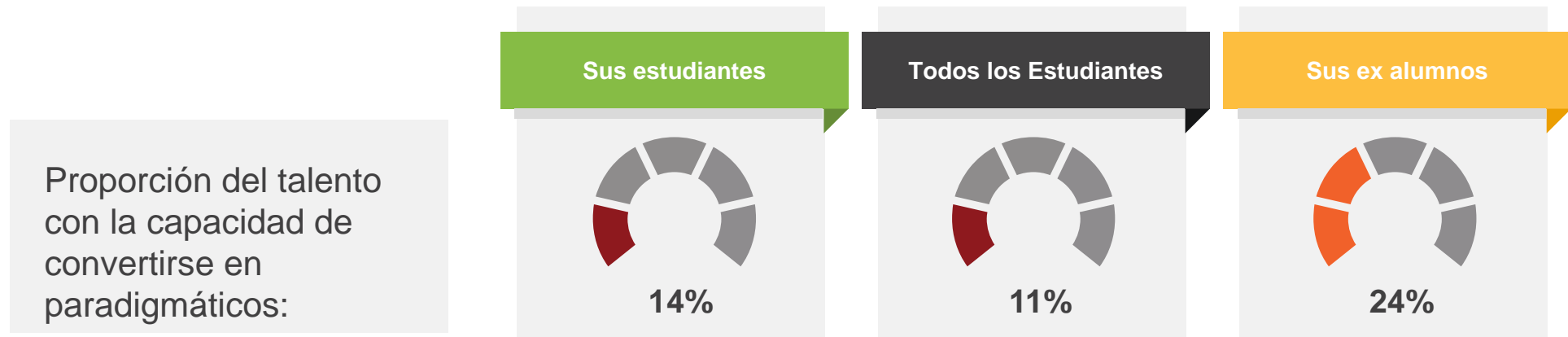
- Sus estudiantes
- Todos los Estudiantes
- Sus ex alumnos



14% de sus estudiantes tienen la capacidad de ser paradigmáticos

PARADIGMÁTICOS

P³
Paradigmático



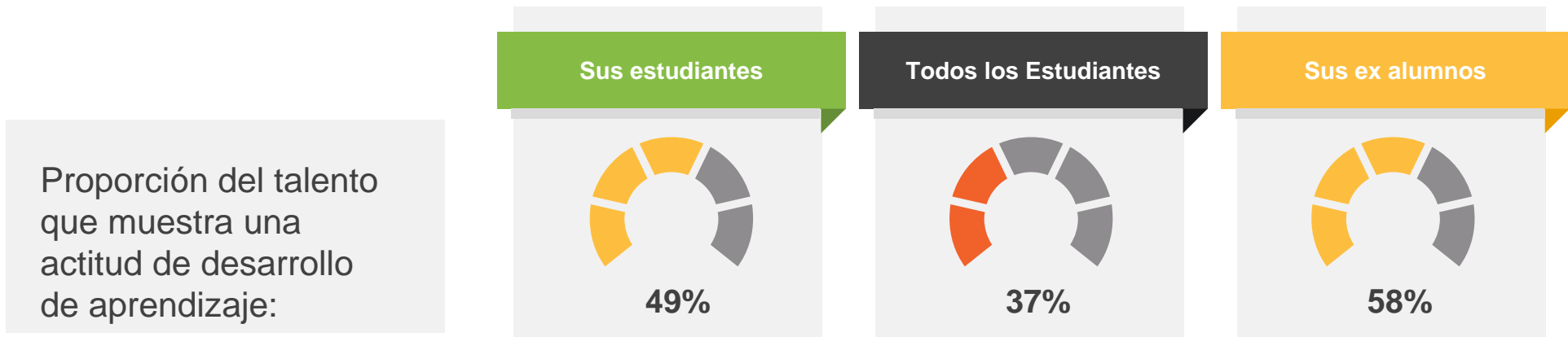
Las personas paradigmáticas son aquellas que ayudarán a desarrollar el negocio, permanecer en el mercado y/o seguir innovando. Si bien en el pasado los empleados más eficientes solían ser los más exitosos, el futuro valorará aquellos que muestren pasión por lo que hacen. Los paradigmáticos reúnen los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

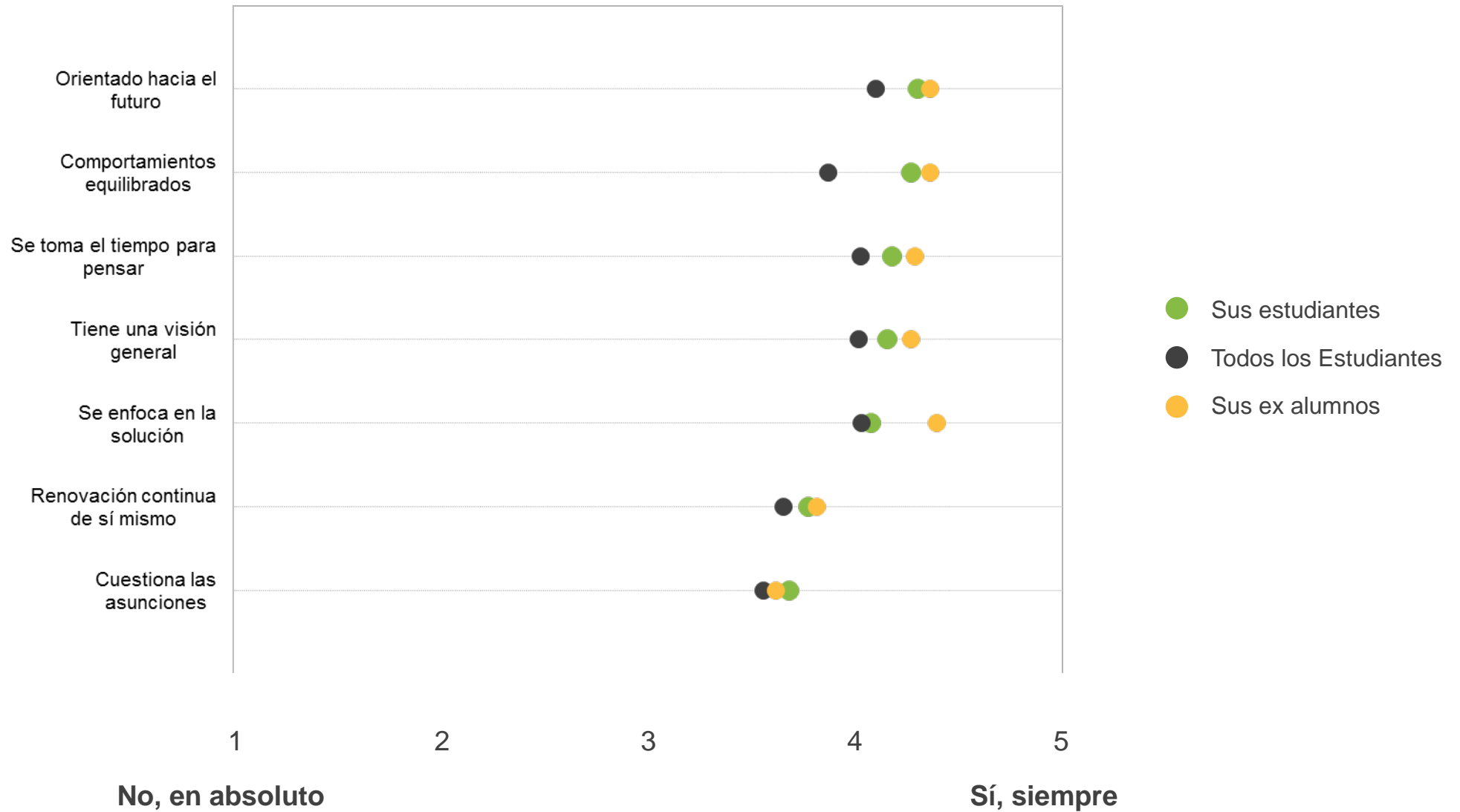
AF⁴
Aprendizaje flexible



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”.*

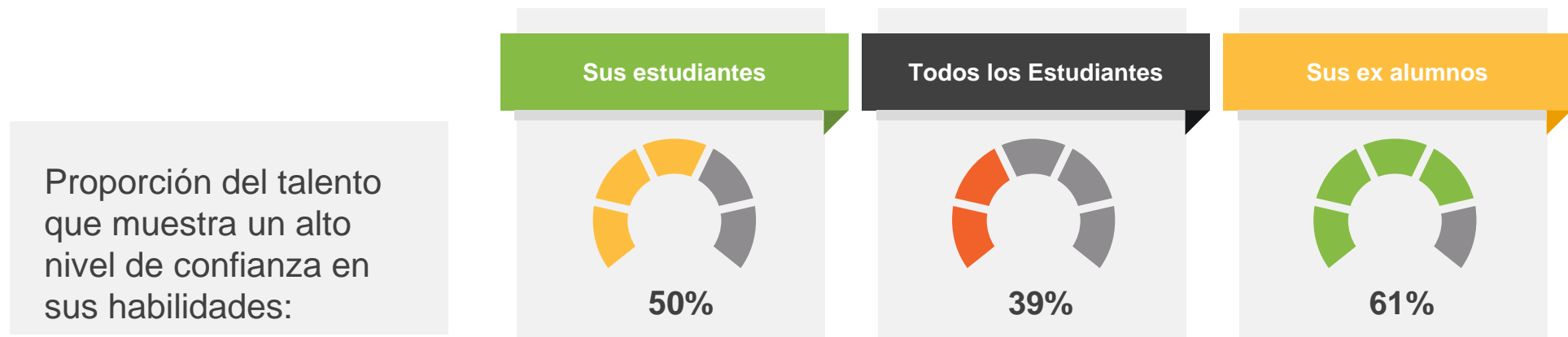
Cómo varía la visión flexible entre los grupos objetivos



50% de sus estudiantes tienen confianza en sus habilidades de personalidad

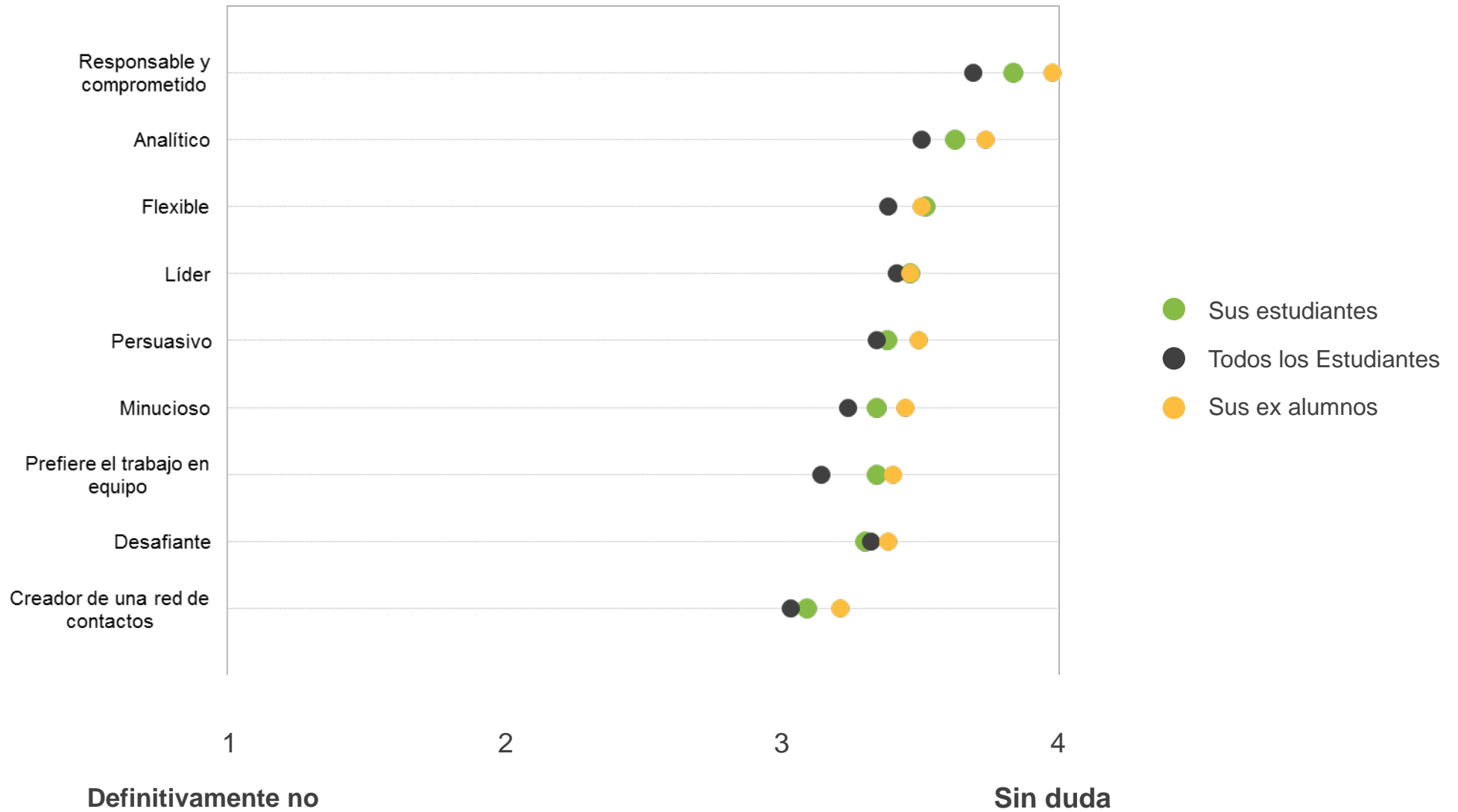
CONFIANZA EN HABILIDADES

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.

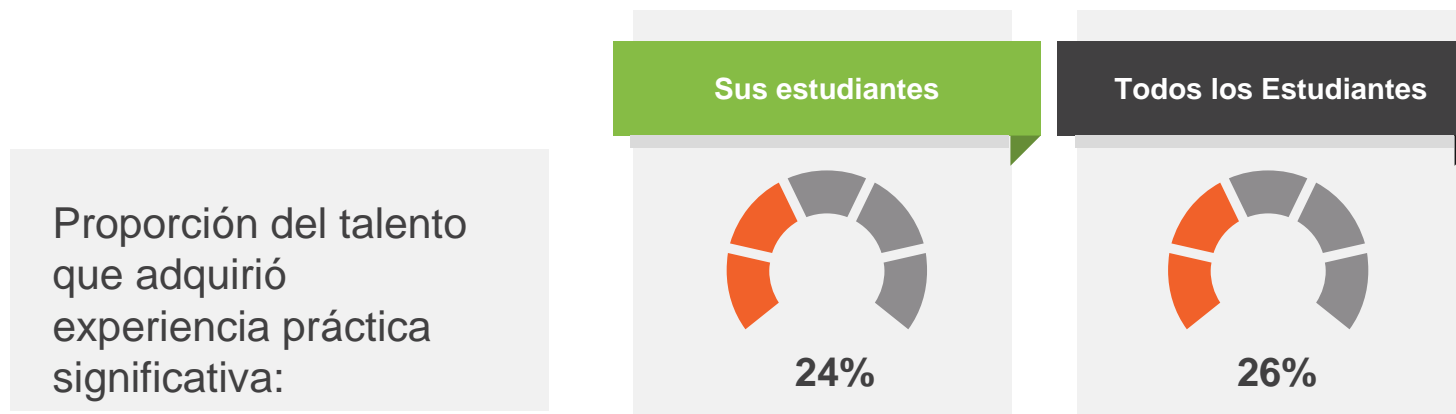
¿Qué habilidades de personalidad describen a cada grupo objetivo?



24% de sus estudiantes adquirieron experiencia práctica significativa durante sus estudios

EXPERIENCIA PRÁCTICA

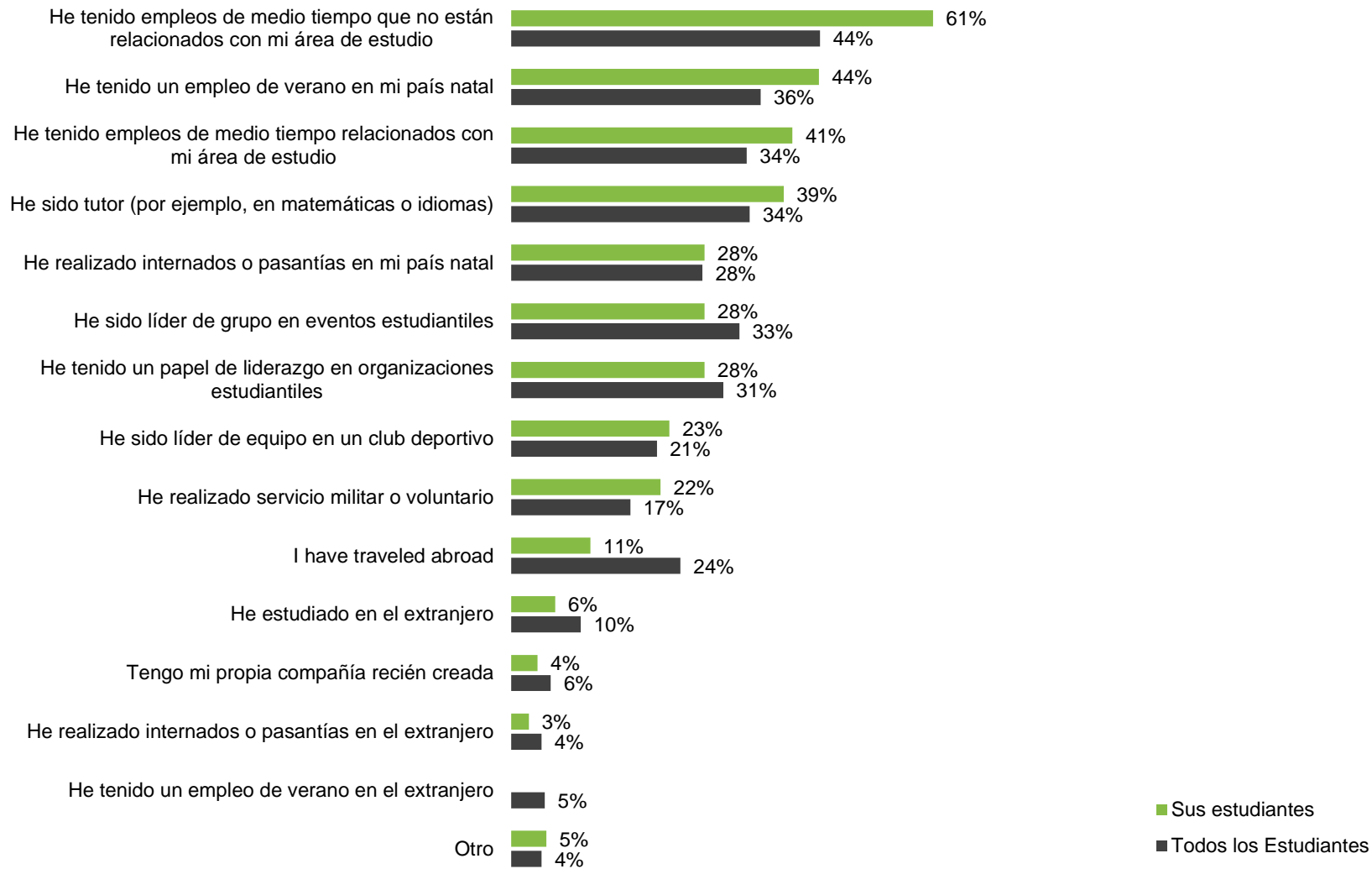
EP⁶
Experiencia
práctica



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?

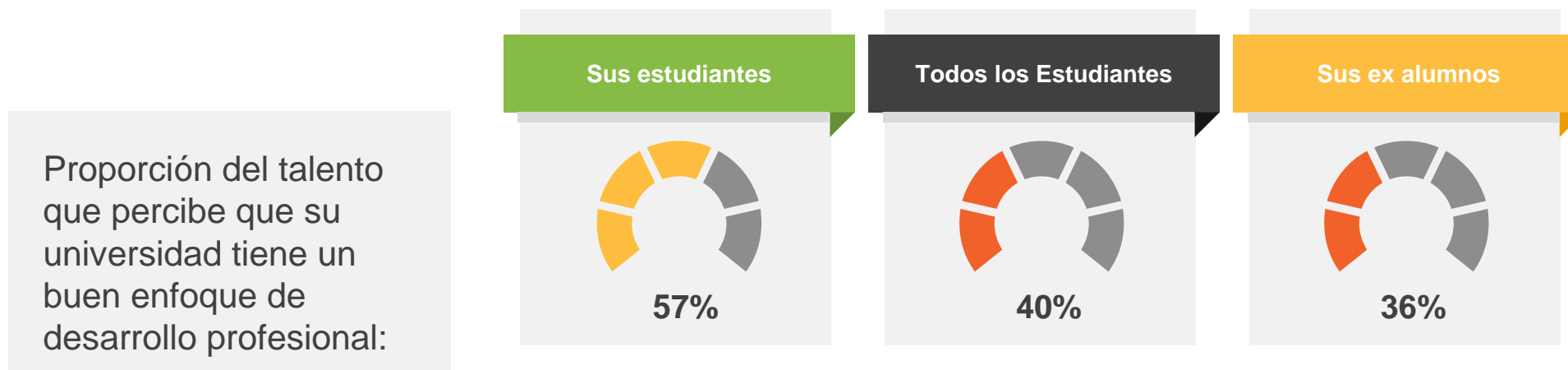


• ¿Cuál de las siguientes experiencias tiene usted? Por favor seleccione todas las alternativas que considere convenientes.

57% 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



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

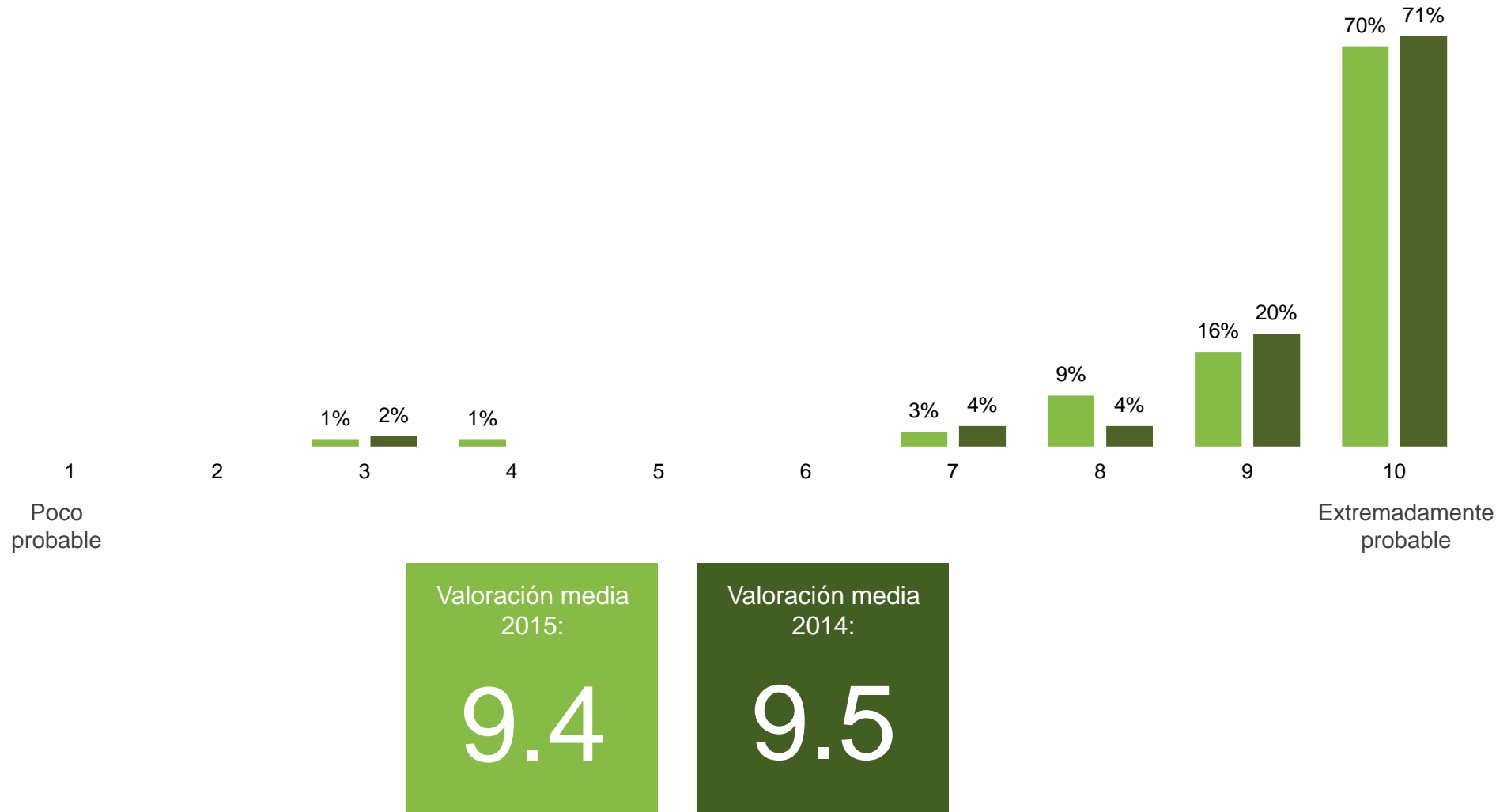
- 1 RESUMEN EJECUTIVO
- 2 EMPLEABILIDAD
- 3 PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD
- 4 PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR
- 5 LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL



PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD

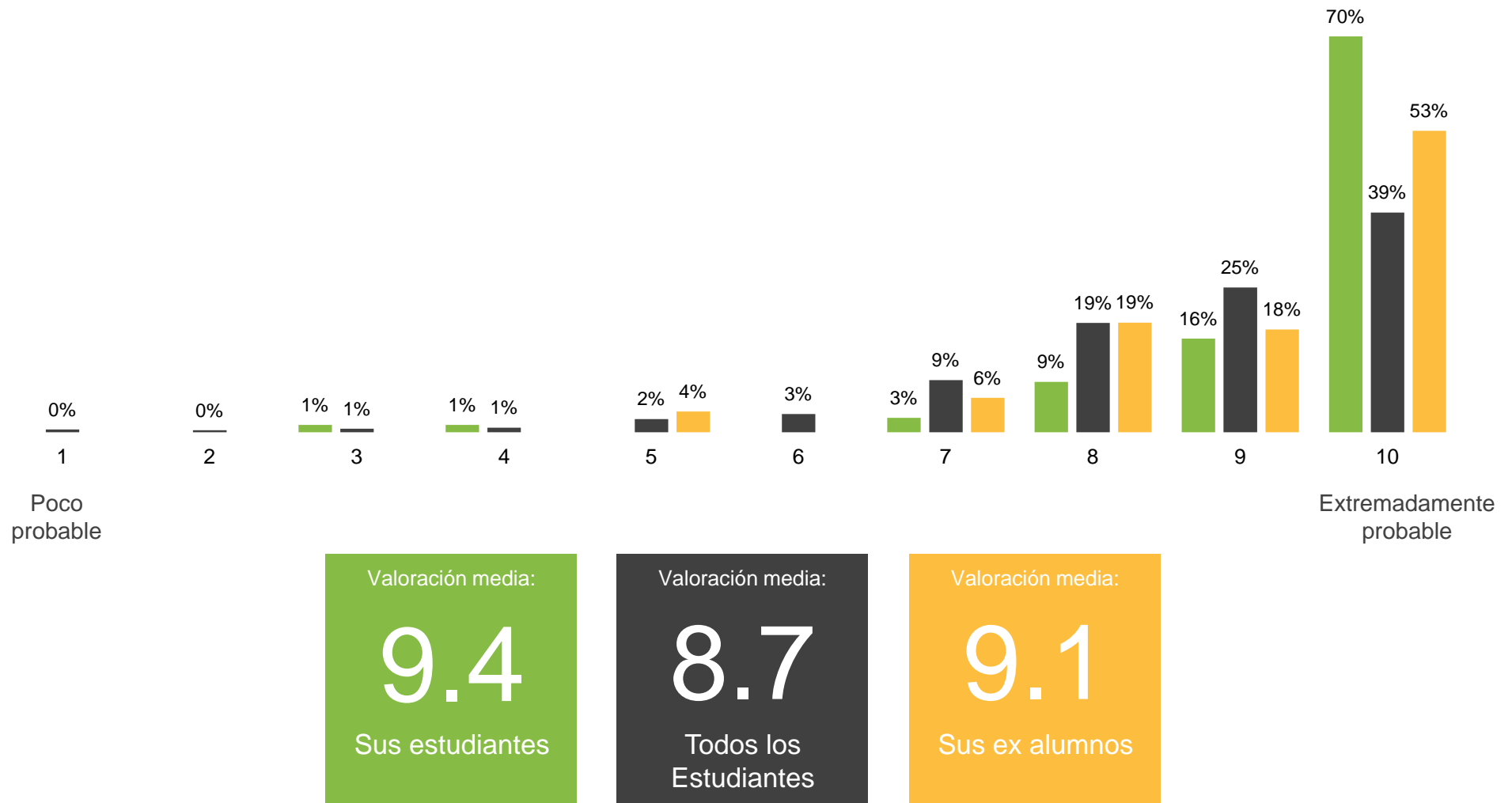
En este capítulo se evalúa la percepción de identidad de su universidad con respecto a la posibilidad de empleo y a las oportunidades de progreso profesional.

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



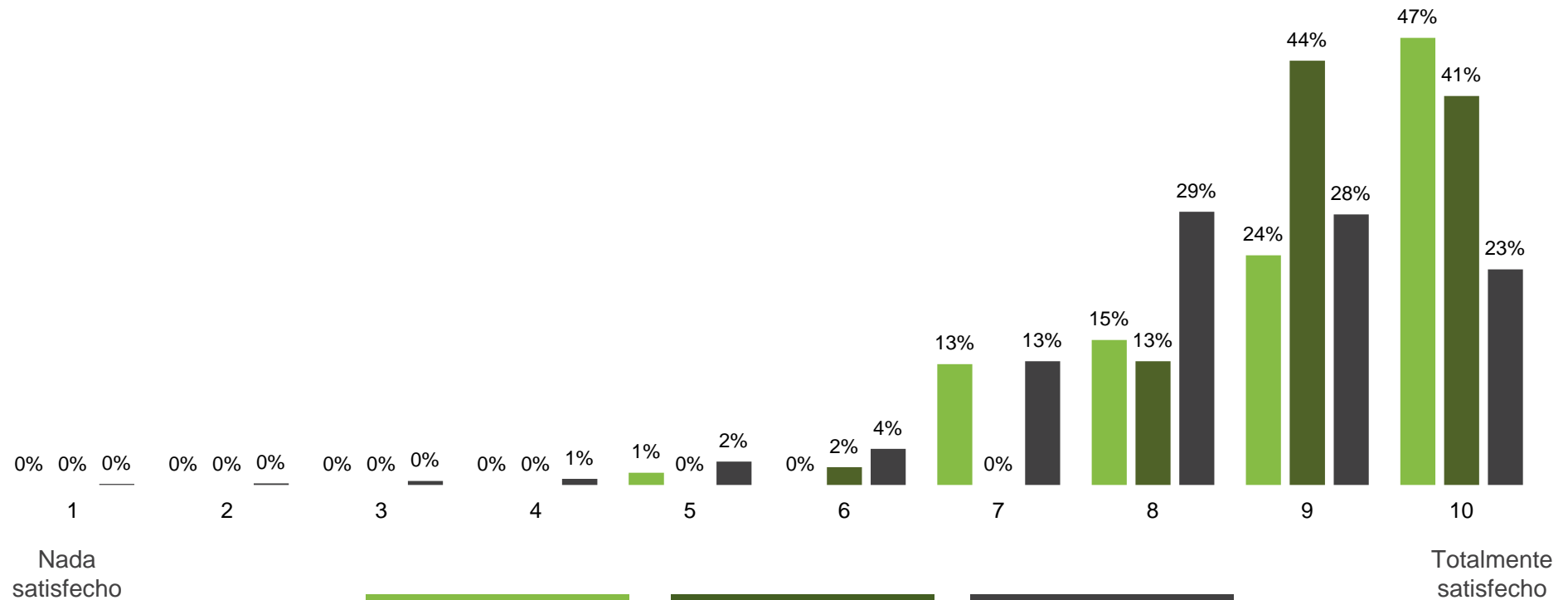
• ¿Qué probabilidades habría de que recomiende su facultad o universidad a un amigo o miembro de su familia?

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



• ¿Qué probabilidades habría de que recomiende su facultad o universidad a un amigo o miembro de su familia?

¿Cuán satisfechos están sus estudiantes con usted?



Valoración media 2015:
9.0
Sus estudiantes

Valoración media 2014:
9.2
Sus estudiantes

Valoración media 2015:
8.4
Todos los Estudiantes

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. Ofrece una plataforma de inicio para el desarrollo profesional en una amplia variedad de industrias o sectores

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. Ofrece una plataforma de inicio para el desarrollo profesional en una amplia variedad de industrias o sectores

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?

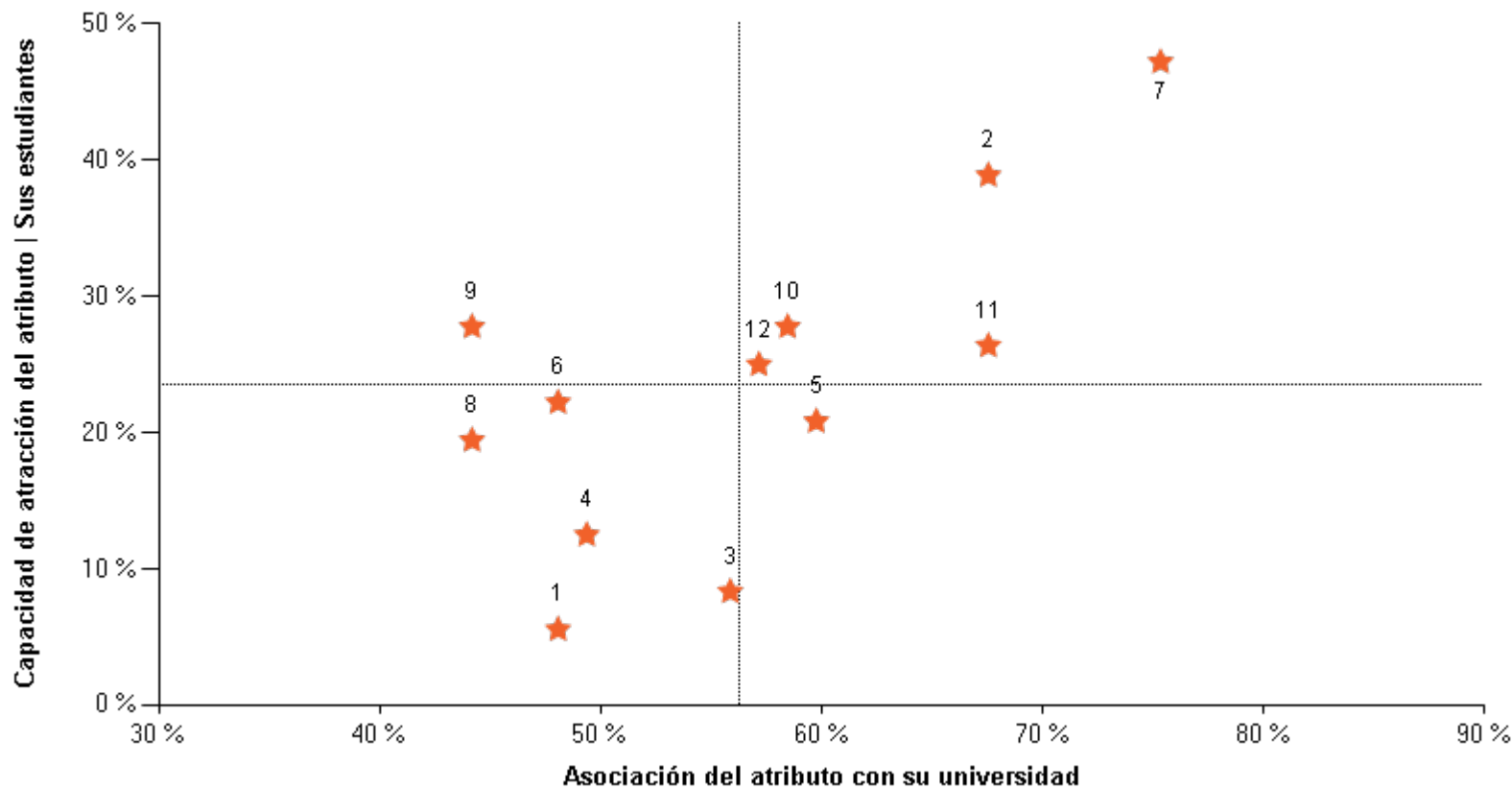
- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Atractividad vs. asociaciones



Oportunidades de empleo y proyección

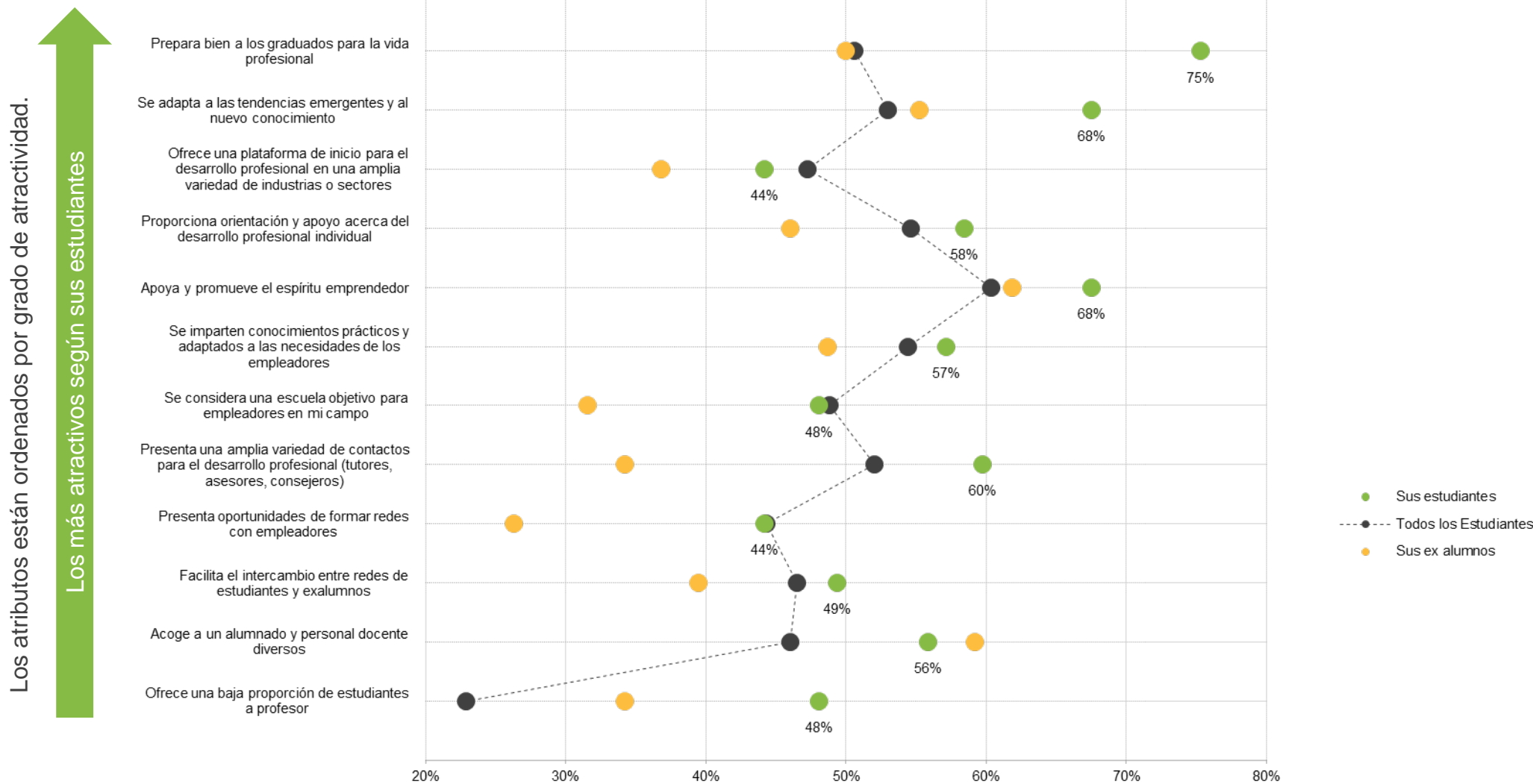
Atractividad vs. asociaciones | Sus estudiantes



1. Ofrece una baja proporción de estudiantes por cada profesor
2. Se adapta a las tendencias emergentes y al nuevo conocimiento
3. Acoge a un alumnado y personal docente diversos
4. Facilita el intercambio entre redes de estudiantes y exalumnos
5. Presenta una amplia variedad de contactos para el desarrollo profesional (tutores, asesores, consejeros)
6. Se considera una escuela objetivo para empleadores en mi campo
7. Prepara bien a los graduados para la vida profesional
8. Presenta oportunidades de formar redes con empleadores
9. Ofrece una plataforma de inicio para el desarrollo profesional en una amplia variedad de industrias o sectores
10. Proporciona orientación y apoyo acerca del desarrollo profesional individual
11. Apoya y promueve el espíritu emprendedor
12. Se imparten conocimientos prácticos y adaptados a las necesidades de los empleadores

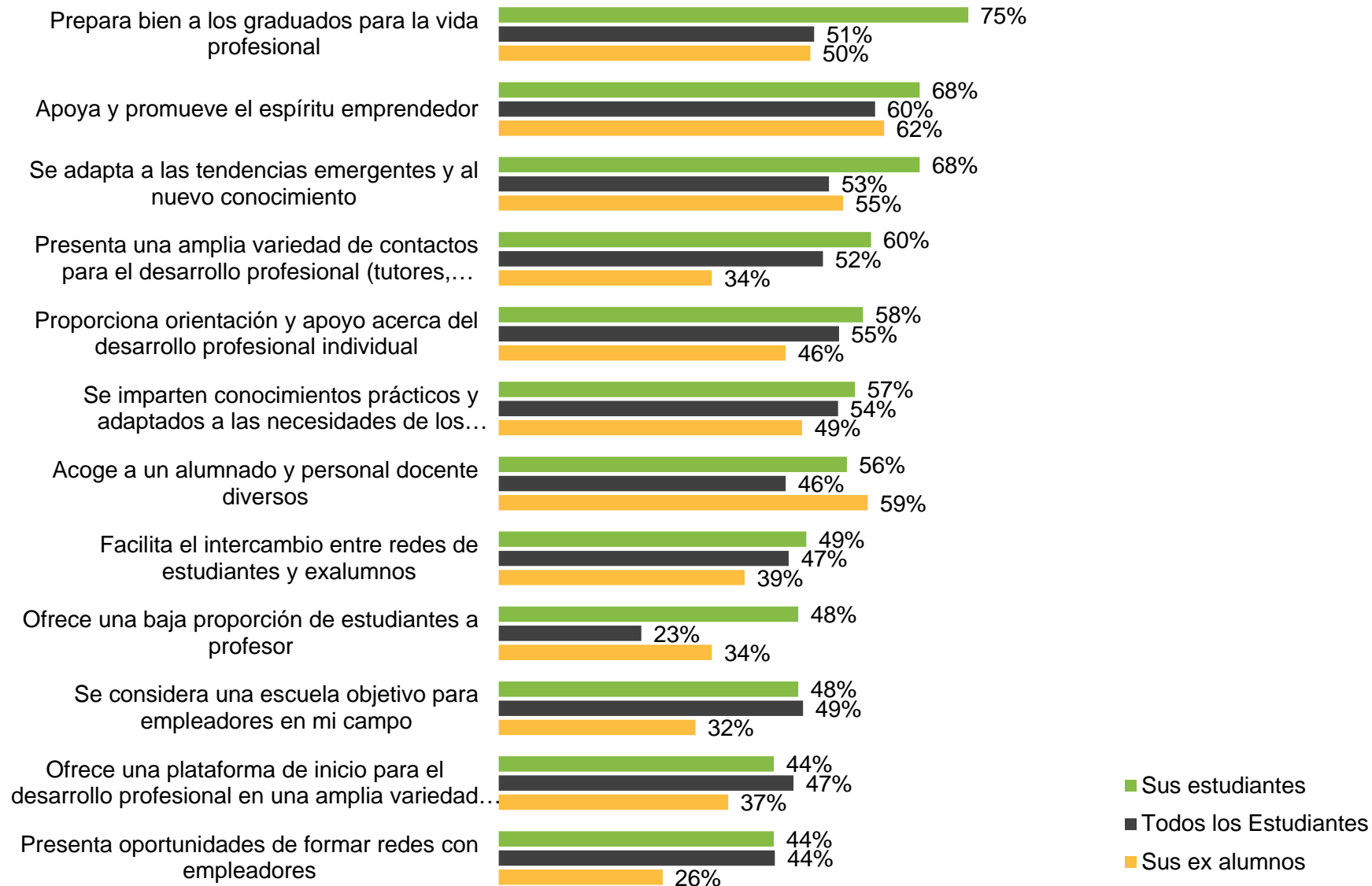
? ¿Cuáles de las siguientes cualidades relaciona con su institución educativa? Por favor seleccione todos los empleadores que considere convenientes.
 • ¿Cuáles de estas características considera más atractivas?

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



• ¿Cuáles de las siguientes cualidades relaciona con su institución educativa? Por favor seleccione todos los empleadores que considere convenientes.

Índice de contenidos

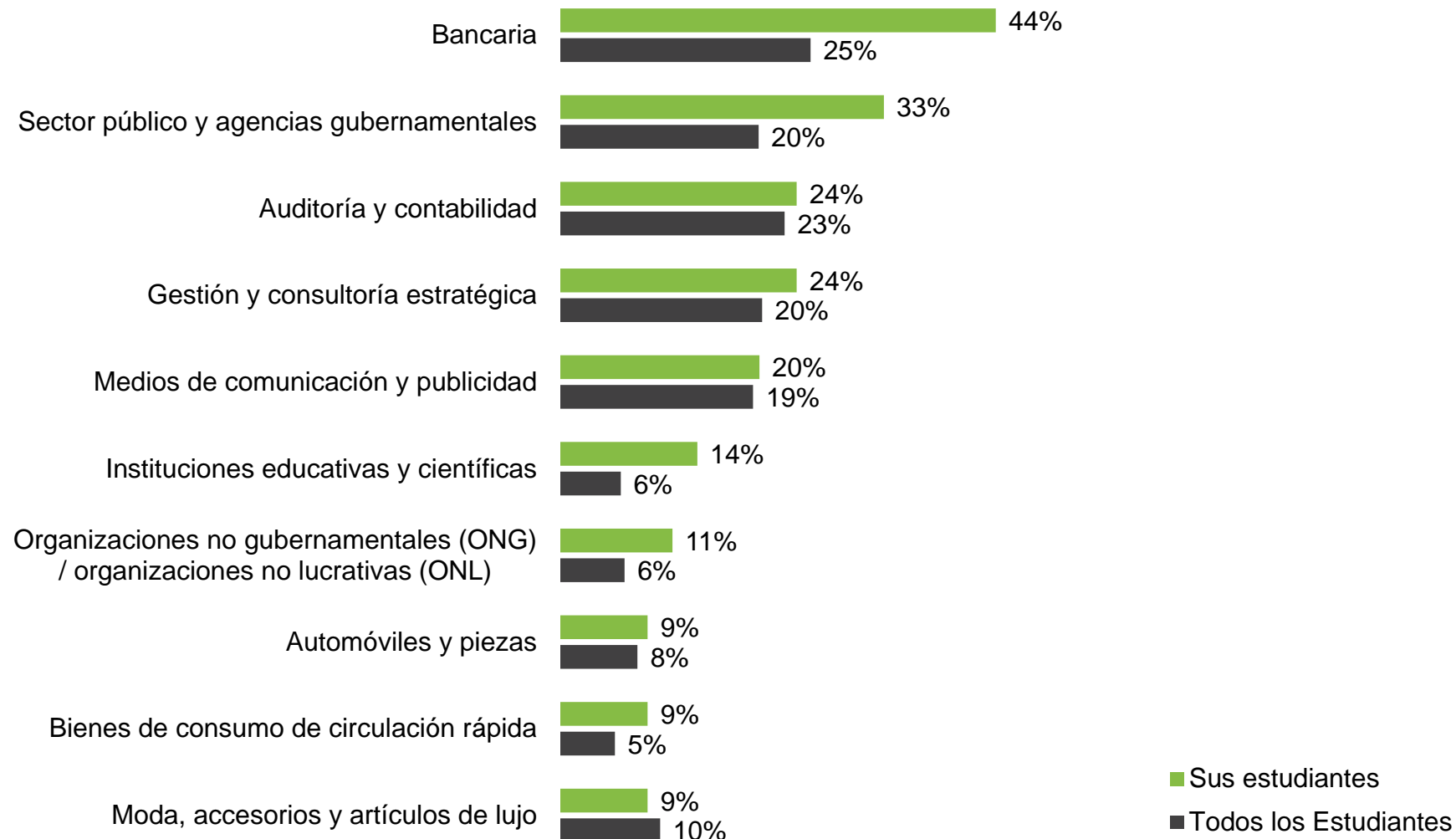
- 1 RESUMEN EJECUTIVO
- 2 EMPLEABILIDAD
- 3 PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD
- 4 PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR**
- 5 LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL



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.

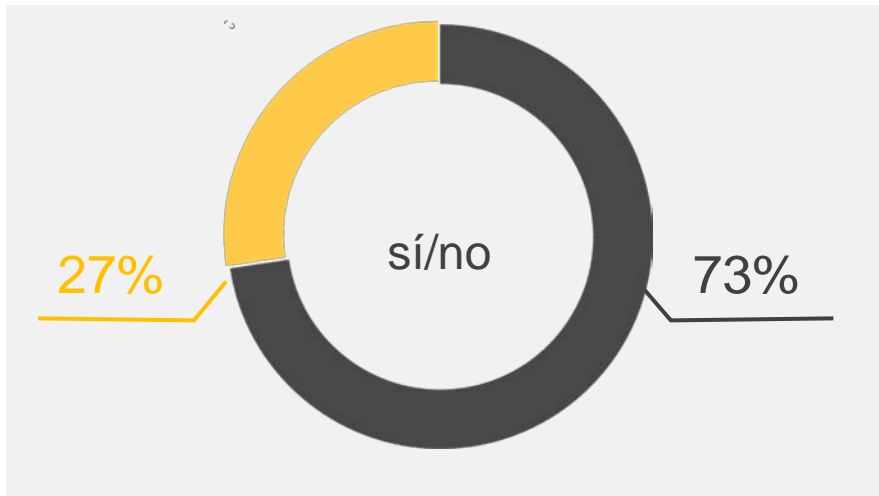
Industrias más preferidas de los estudiantes



• ¿En cual industria le gustaría idealmente trabajar en su primer empleo después de graduarse? Por favor seleccione un máximo de 3 alternativas.

Pasantías | Participación

Universidad Autónoma Metropolitana

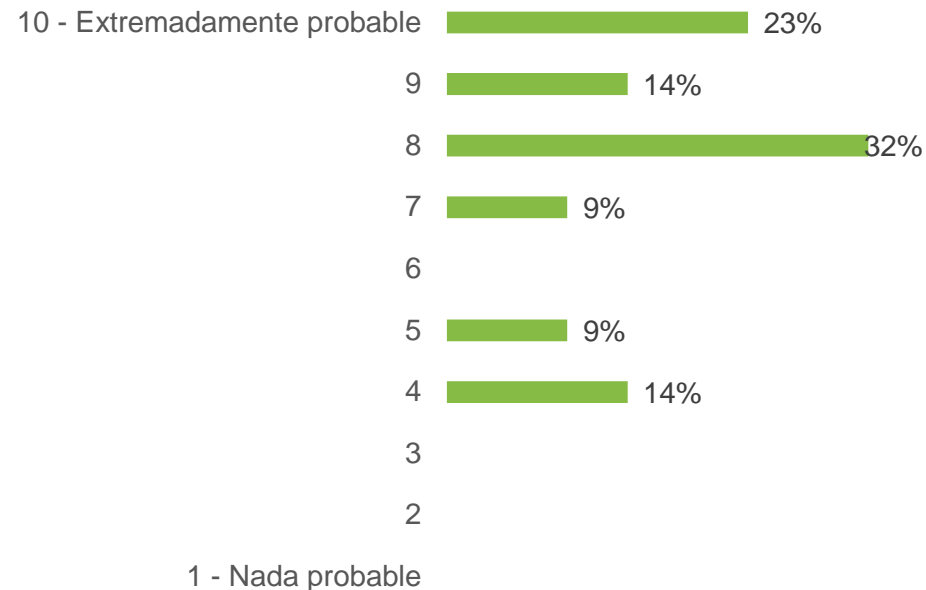
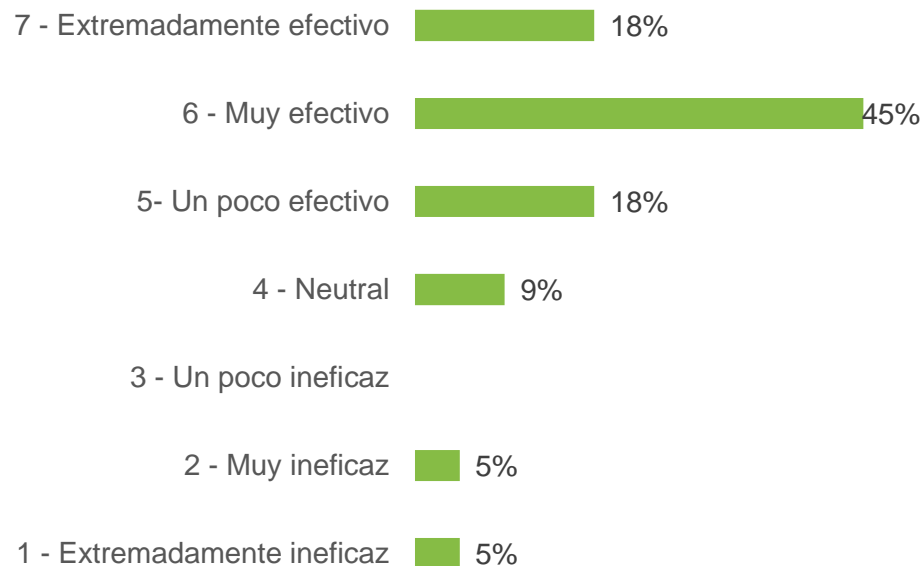


27%

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

Pasantías | Efectividad y promoción

Universidad Autónoma Metropolitana



82%

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

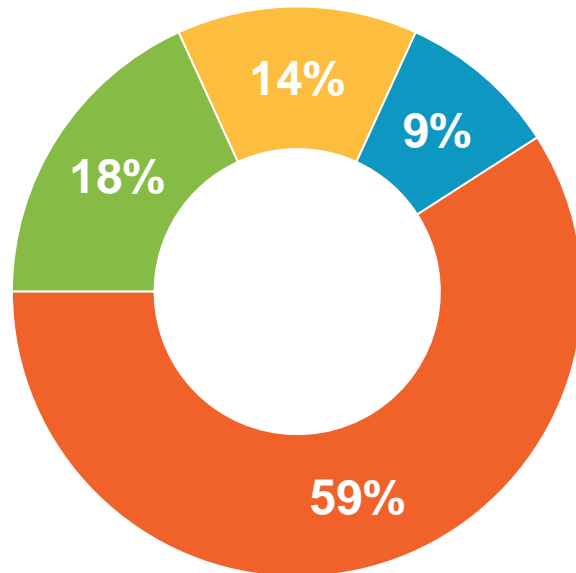
77%

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.

14%

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

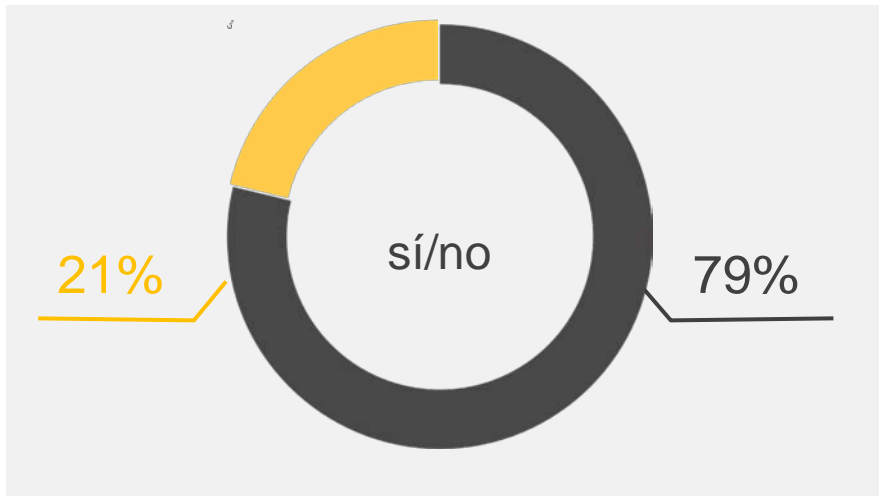
57%

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

? • Al final del programa de pasantías, ¿cuál de las siguientes opciones describe mejor el seguimiento?
 • ¿Aceptó la oferta de la compañía?

Pasantías | Participación

Todos los Estudiantes

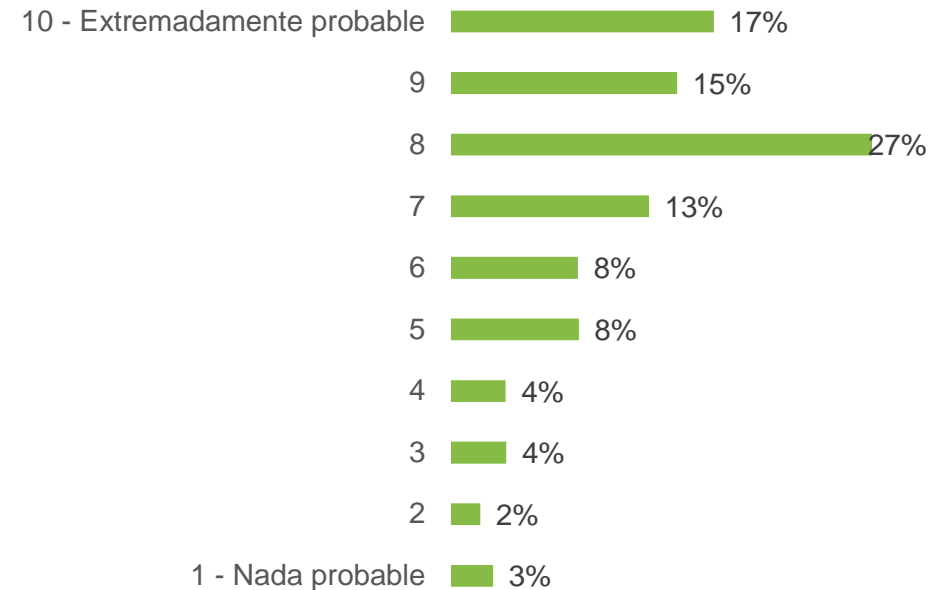
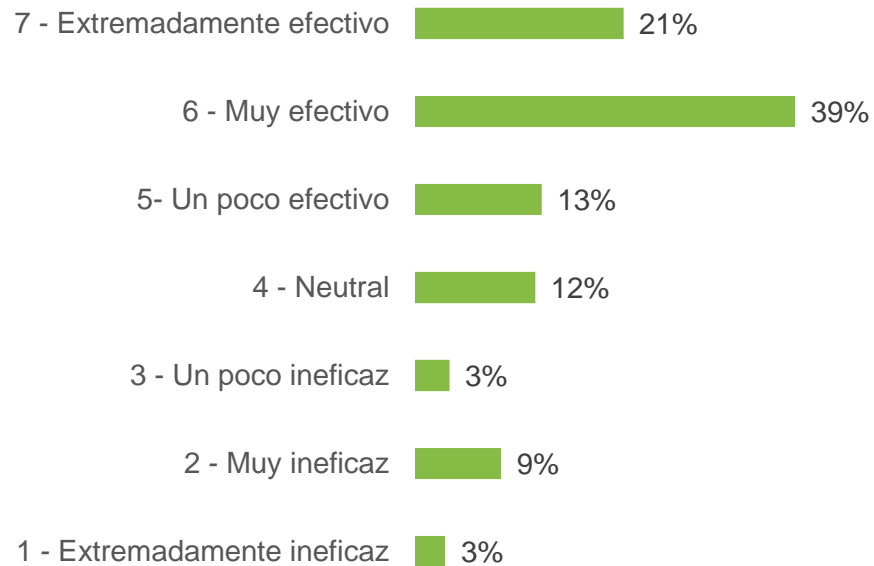


21%

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

Pasantías | Efectividad y promoción

Todos los Estudiantes



73%

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

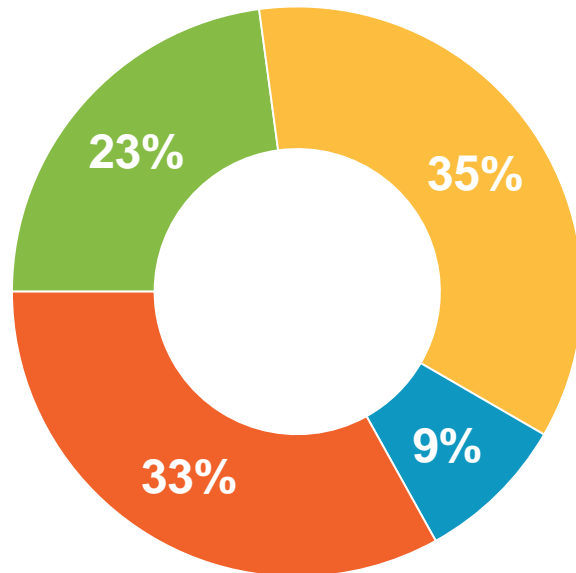
72%

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

45%

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

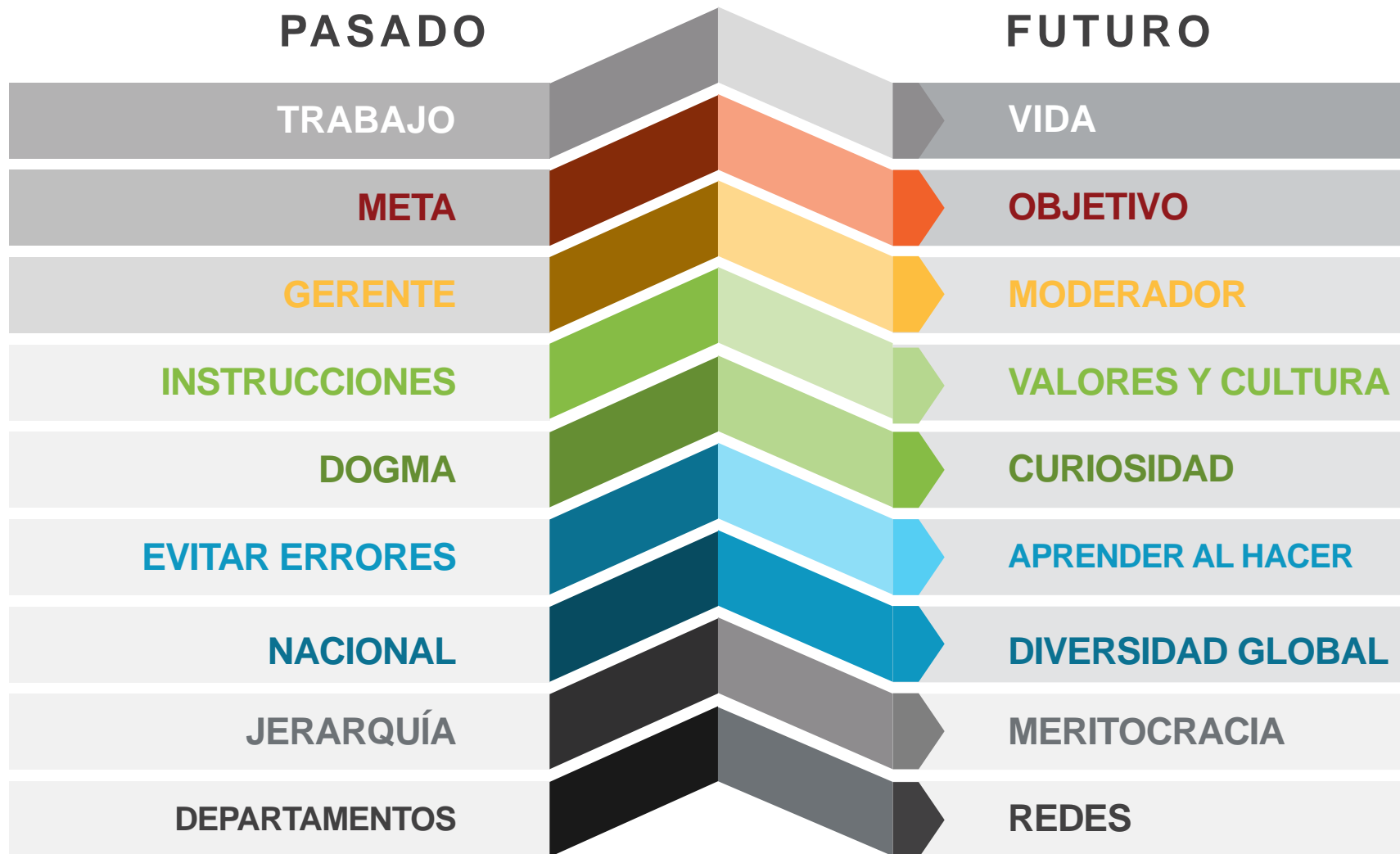
? Al final del programa de pasantías, ¿cuál de las siguientes opciones describe mejor el seguimiento?
 • ¿Aceptó la oferta de la compañía?

Salario mensual esperado de los estudiantes



• ¿Cuáles son sus expectativas salariales mensuales antes de impuestos (excluyendo comisiones y bonos) en su primer empleo después de graduarse?

¿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

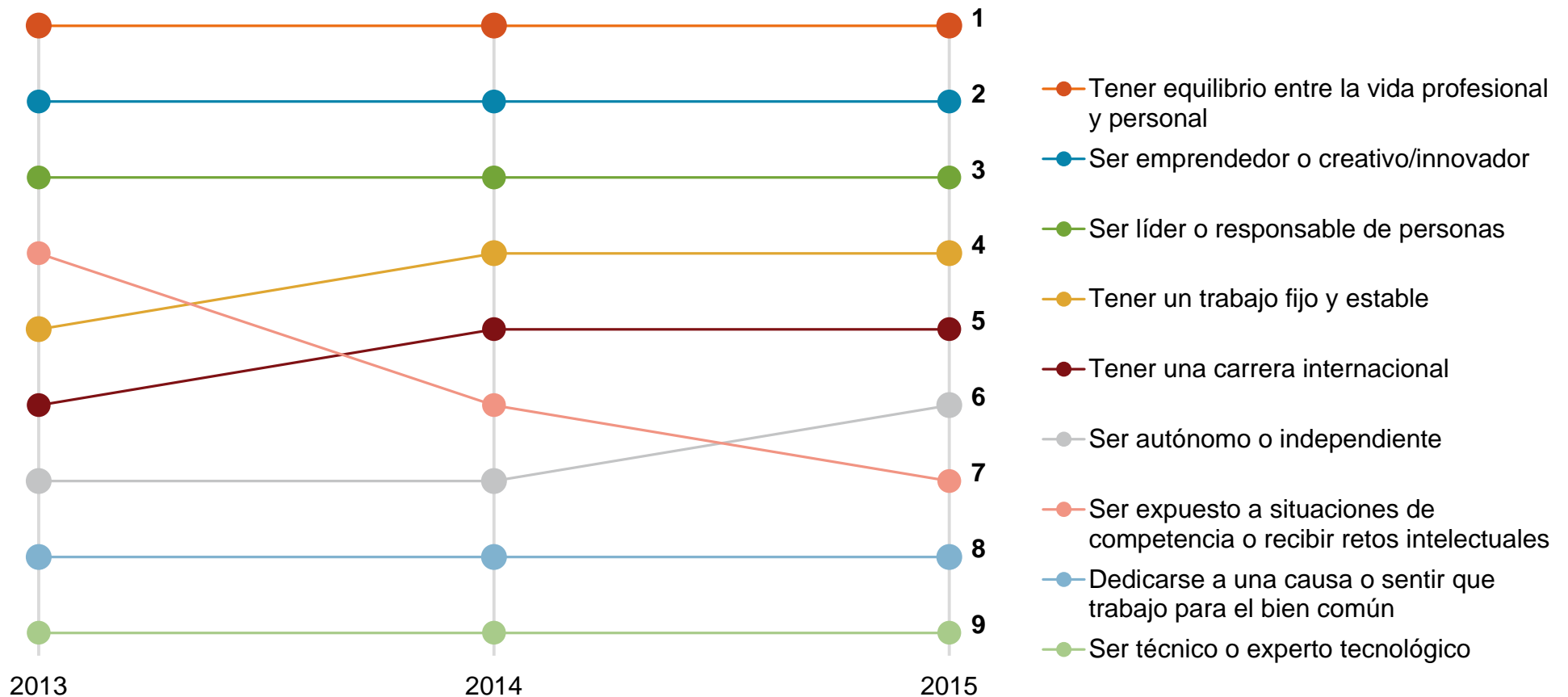


• ¿Cuáles de estas metas de desarrollo profesional son las más importantes para usted? Seleccione en orden de preferencia, donde '1' significa la más importante.

• La gráfica muestra metas de desarrollo profesional elegidas como primera, segunda y tercera opción en 2015.

Metas de desarrollo profesional a través del tiempo

Todos los Estudiantes



• ¿Cuáles de estas metas de desarrollo profesional son las más importantes para usted? Seleccione en orden de preferencia, donde '1' significa la más importante.

• La gráfica muestra metas de desarrollo profesional elegidas como primera, segunda y tercera opción en 2015.

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. Éxito en el mercado
1. Fortaleza financiera
3. Innovación

GENTE Y CULTURA

1. Líderes que apoyarán mi desarrollo
2. Reconocimiento del rendimiento (meritocracia)
3. Un ambiente de trabajo dinámico y creativo



REMUNERACIÓN Y OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO

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

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



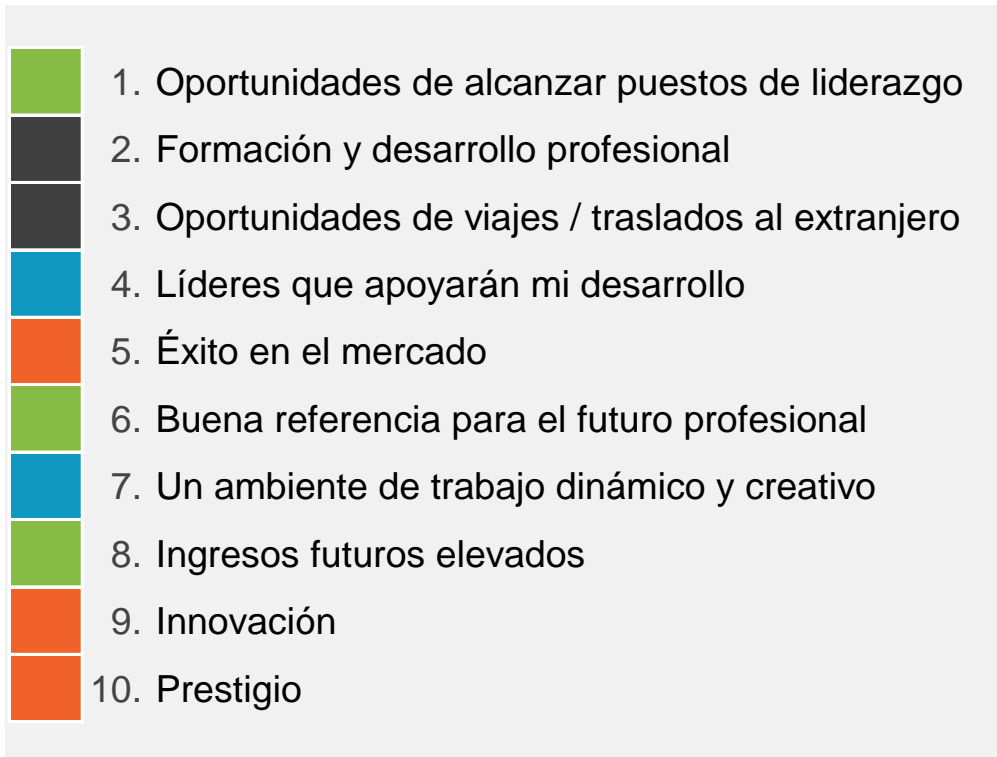
- ### Sus estudiantes
1. Formación y desarrollo profesional
 2. Líderes que apoyarán mi desarrollo
 3. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
 4. Fortaleza financiera
 5. Éxito en el mercado
 6. Ingresos futuros elevados
 7. Oportunidades de viajes / traslados al extranjero
 8. Empleo seguro
 9. Reconocimiento del rendimiento (meritocracia)
 10. Un ambiente de trabajo dinámico y creativo

• ¿Qué atributos percibe como los más atractivos? Seleccione tres alternativas como máximo.

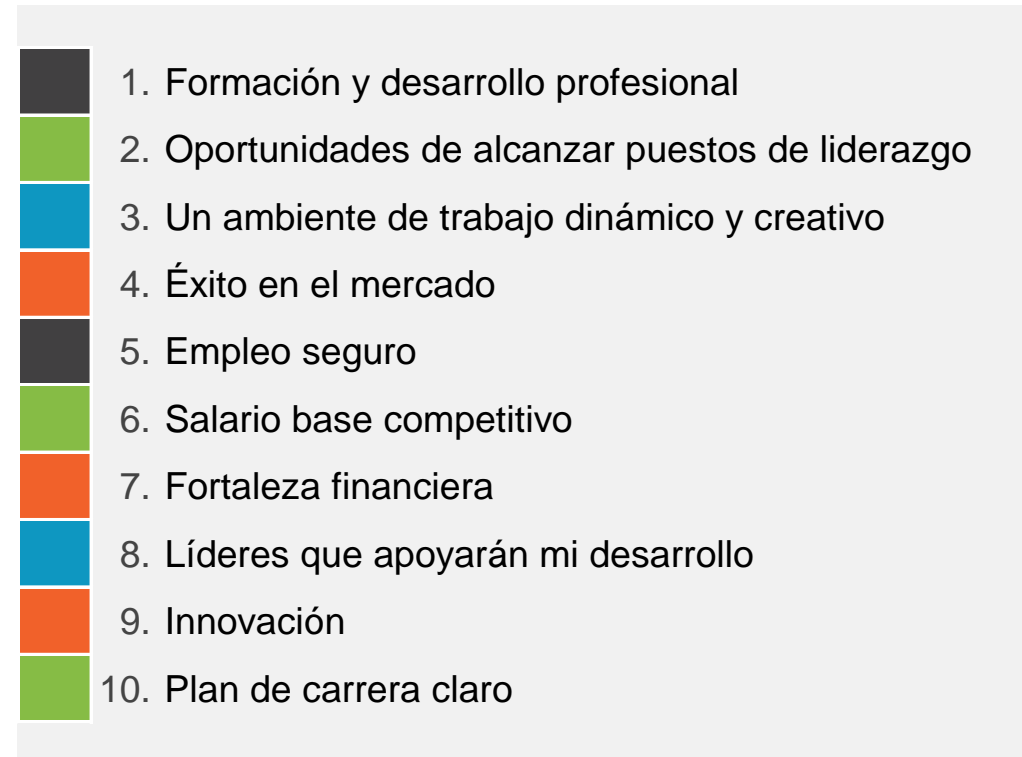
• Esta es la capacidad de atracción de los 40 atributos en relación a lo importante que consideran los participantes que es este motivador. Este análisis ofrece una visión resumida de 360 grados de lo que influye en la capacidad de atracción del empleador.

Atributos más atractivos | Comparación del grupo objetivo

Todos los Estudiantes



Sus ex alumnos



■ Reputación e Imagen del empleador

■ Remuneración y oportunidades de crecimiento

■ Gente y cultura

■ Características del trabajo

• ¿Qué atributos percibe como los más atractivos? Seleccione tres alternativas como máximo.

• Esta es la capacidad de atracción de los 40 atributos en relación a lo importante que consideran los participantes que es este motivador. Este análisis ofrece una visión resumida de 360 grados de lo que influye en la capacidad de atracción del empleador.

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



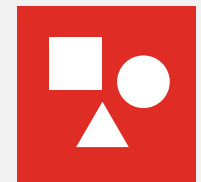
CONTACTO PERSONAL

- 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. Redes sociales
- 2. Sitios Web de empresas
- 3. Ferias de empleo
- 4. Anuncios de empleadores en redes sociales
- 5. Publicidad al aire libre / en cartelera
- 6. Anuncios de empleadores en páginas web de noticias/negocios
- 7. Prensa universitaria y publicaciones estudiantiles
- 8. Sitios Web sobre orientación profesional
- 9. Anuncios de trabajo en revistas de negocios
- 10. Anuncios de empleadores en revistas sobre estilos de vida

Todos los Estudiantes

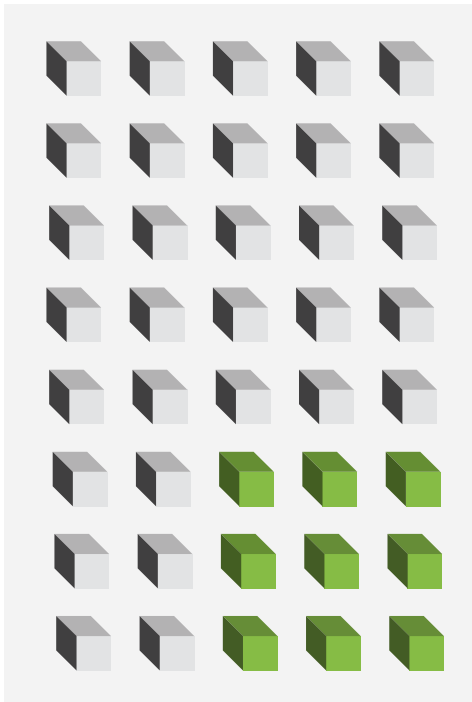
- 1. Redes sociales
- 2. Sitios Web de empresas
- 3. Publicidad al aire libre / en cartelera
- 4. Ferias de empleo
- 5. Anuncios de empleadores en páginas web de noticias/negocios
- 6. Presentaciones de empresas en el campus universitario
- 7. Prensa universitaria y publicaciones estudiantiles
- 8. Eventos patrocinados por empresas
- 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

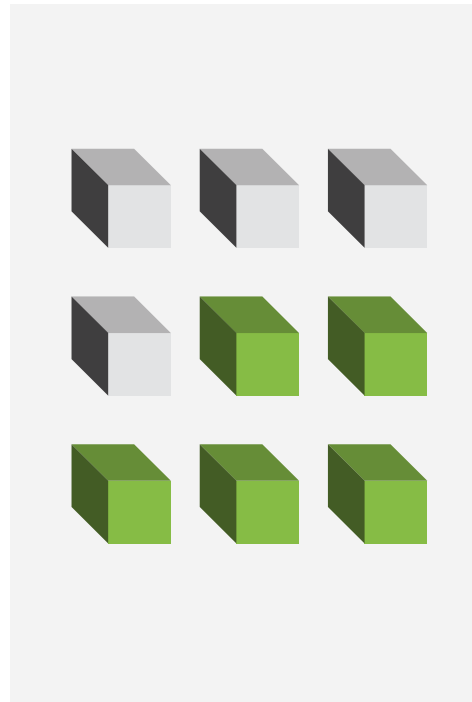
(129 empleadores dentro de cada campo de estudio principal)



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

RANKING DE EMPLEADOR CONSIDERADO

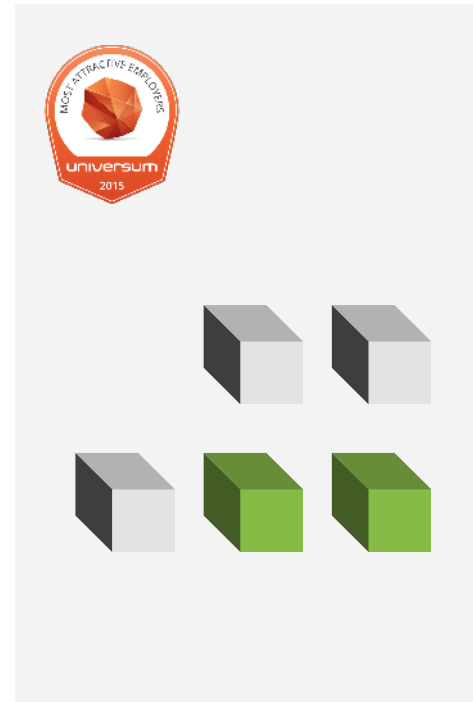
(todas las que correspondan)



“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 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 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)

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

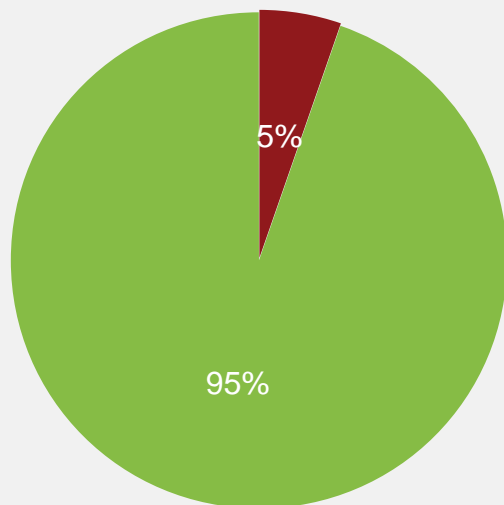


LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL

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



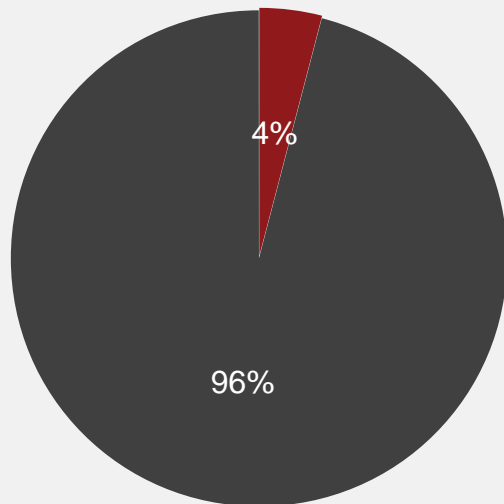
- Proporción de estudiantes que usan uno o más servicios de carrera en su universidad
- Proporción de estudiantes que no usan ningún servicio de carrera en su universidad



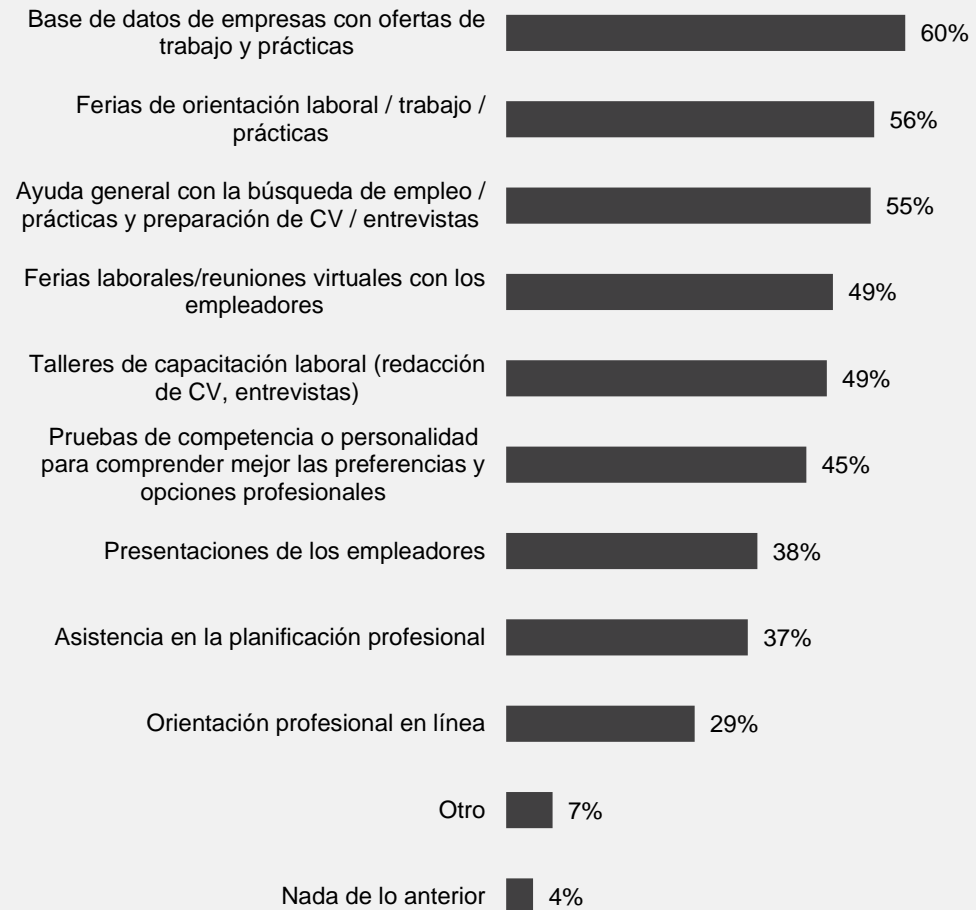
• ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional ofrece su centro educativo?
Por favor seleccione todos los empleadores que considere convenientes.

Uso general de servicios de orientación profesional

Todas las Universidades

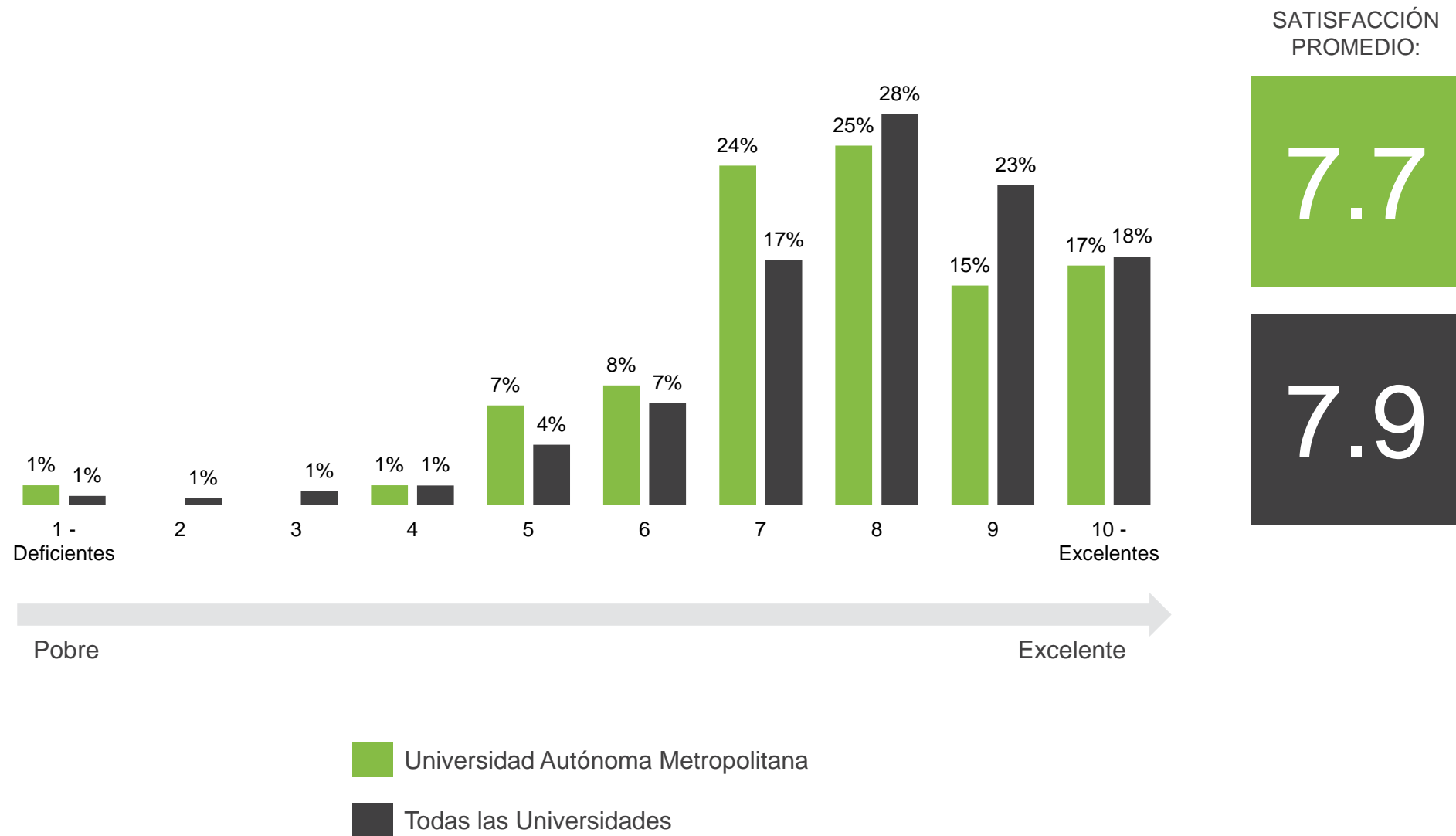


- Proporción de estudiantes que usan uno o más servicios de carrera en su universidad
- Proporción de estudiantes que no usan ningún servicio de carrera en su universidad



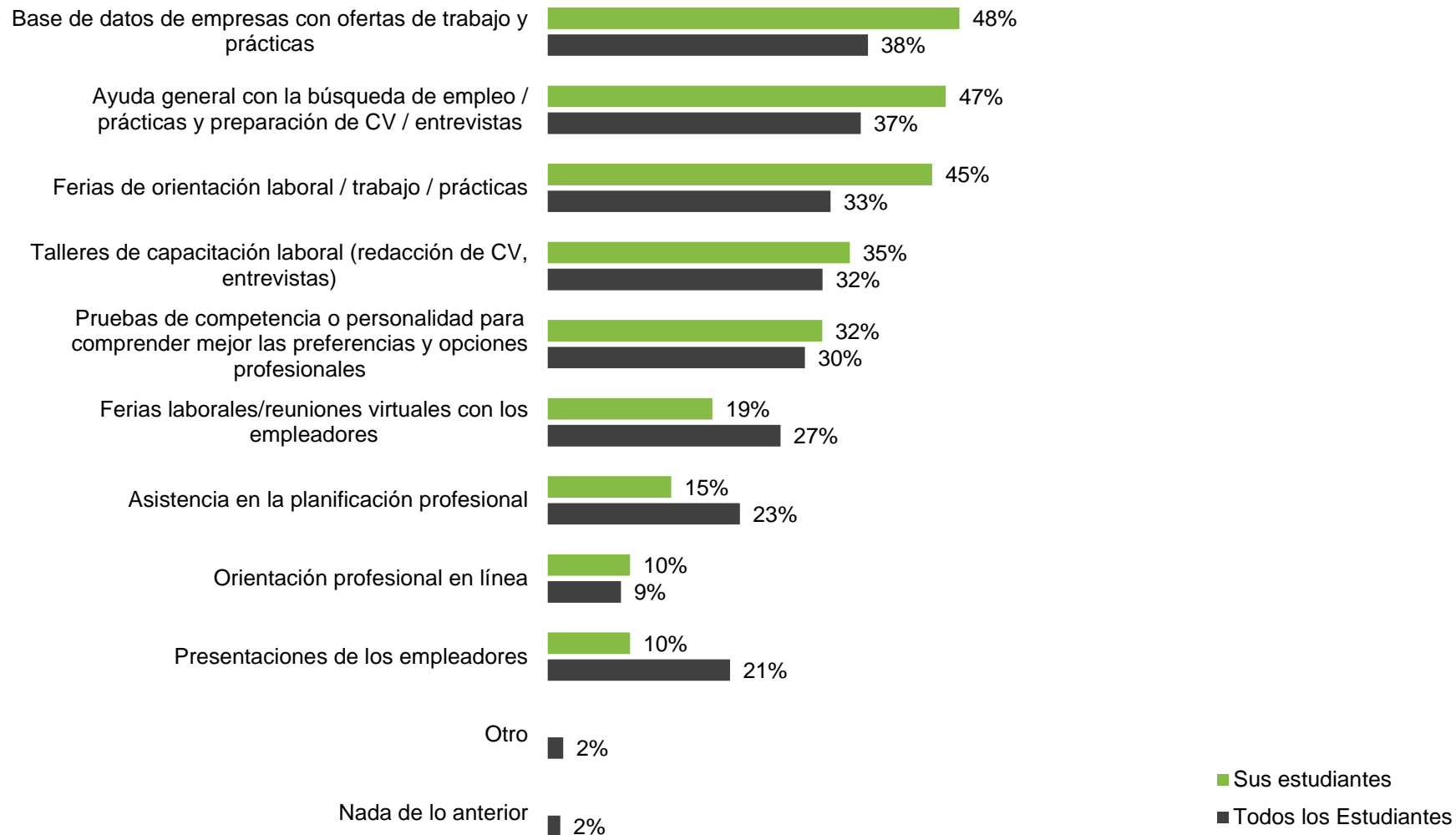
• ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional ofrece su centro educativo?
Por favor seleccione todos los empleadores que considere convenientes.

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



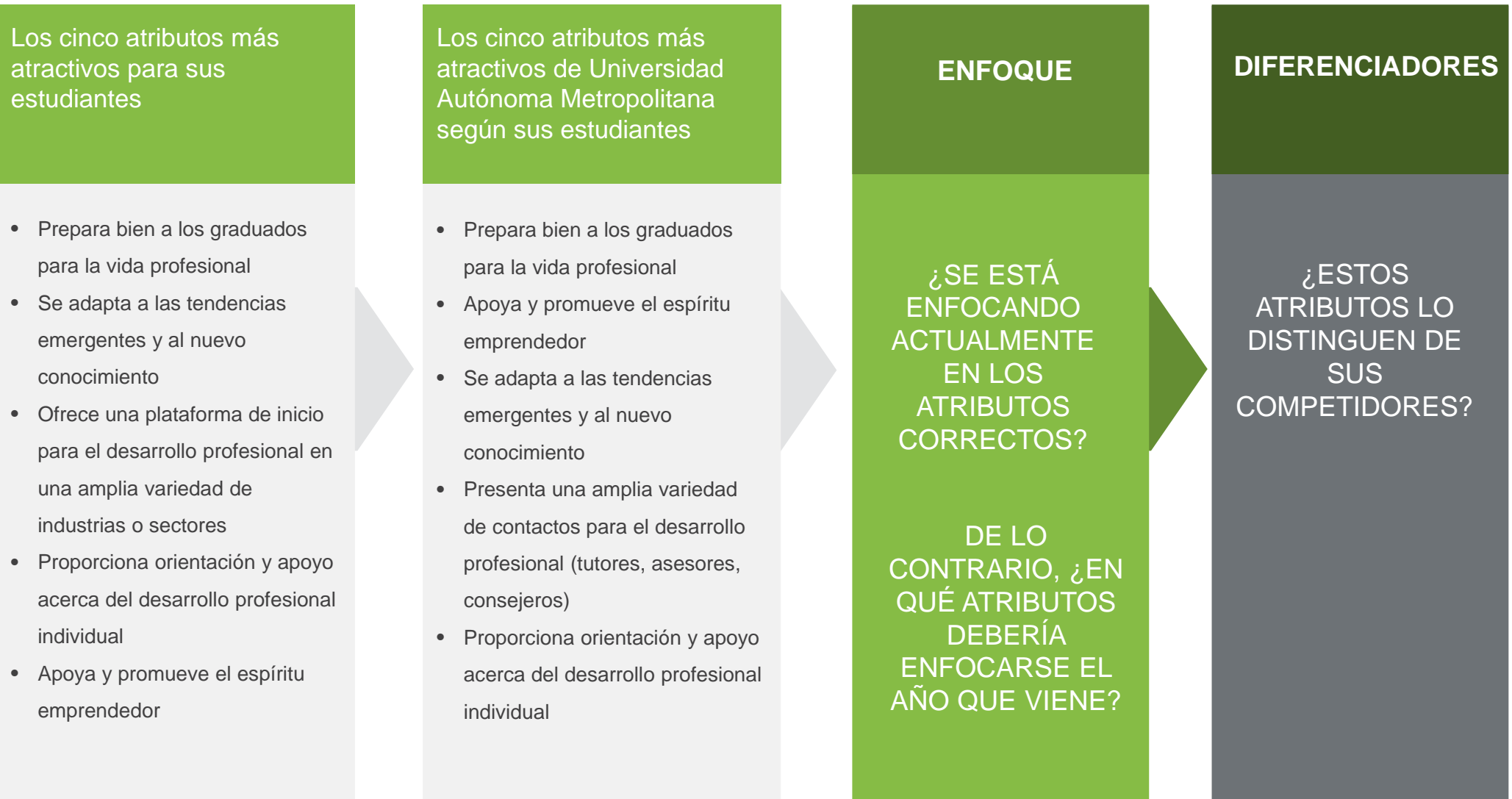
• ¿Cómo calificaría los servicios de orientación laboral que ofrece su centro educativo? 1 - Deficientes, 10 - Excelentes

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



• ¿Cuáles de estas características considera más atractivas? (Máx. 3)

¿Cuáles son los siguientes pasos de su estrategia?



universum

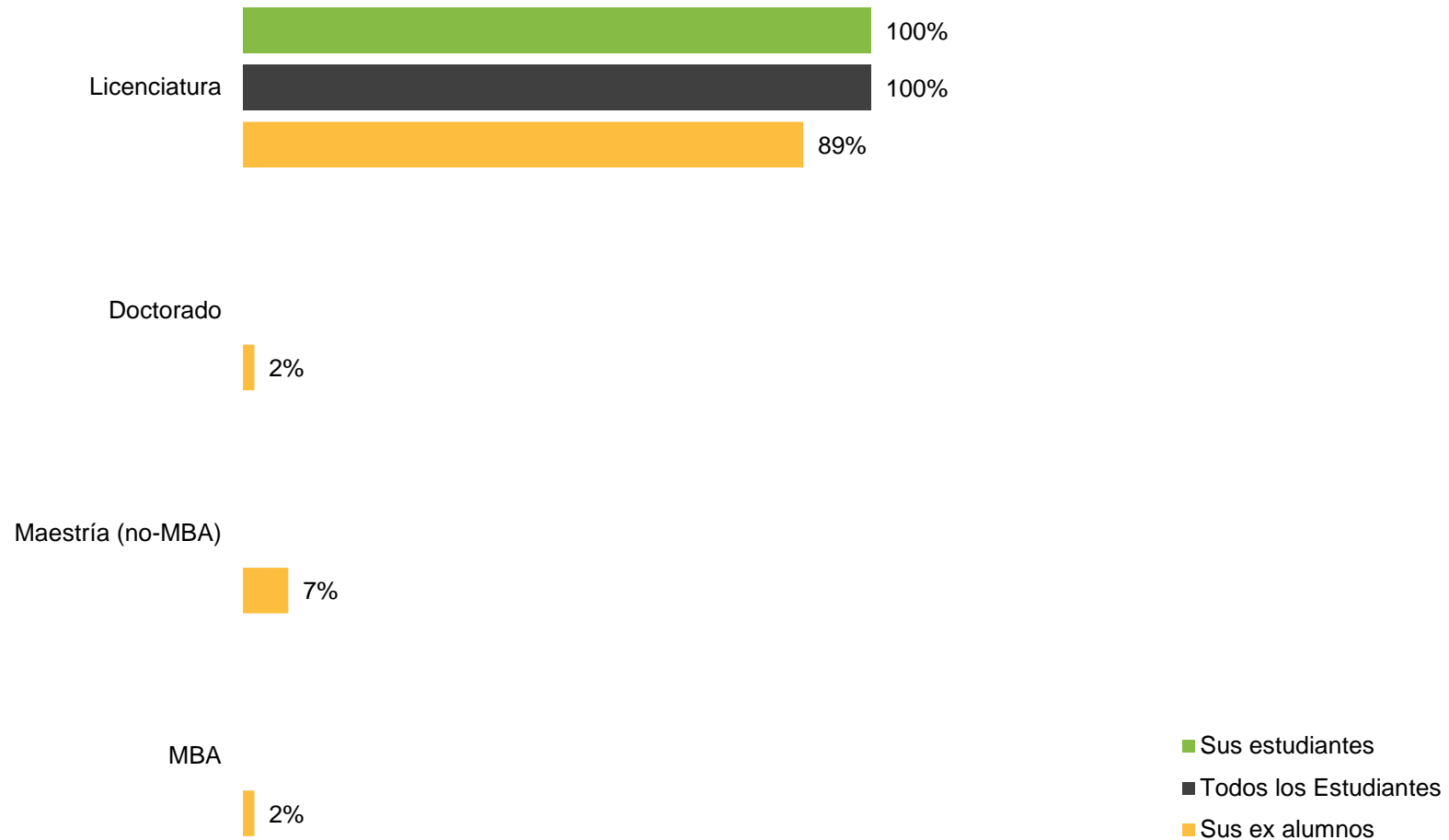
¡GRACIAS!

¿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)

Instituciones académicas (1/3)

Todos los Estudiantes

Universidad	Todos los Estudiantes	Universidad	Todos los Estudiantes
Universidad de Guadalajara	7.28%	Universidad Autónoma de Yucatán	1.22%
Universidad Nacional Autónoma de México	6.94%	Universidad Iberoamericana	1.21%
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	4.11%	Universidad Autónoma de Ciudad Juárez	1.17%
Universidad Veracruzana	3.97%	Tec de Monterrey, Campus Monterrey	1.16%
Universidad del Valle de México	3.77%	Universidad Autónoma del Estado de Morelos	1.13%
Universidad Autónoma del Estado de México	3.58%	Universidad Autónoma de Sinaloa	1.10%
Universidad Tecnológica de México	3.43%	Instituto Tecnológico Autónomo de México	1.09%
Instituto Politécnico Nacional	3.26%	Universidad Panamericana	0.90%
Instituto Politécnico Nacional, ESCA Santo Tomás	3.01%	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente	0.88%
Universidad Autónoma de Baja California	2.53%	Universidad Michoacana de San Nicolás	0.87%
Universidad Autónoma de Nuevo León	2.39%	Universidad Autónoma de Aguascalientes	0.77%
Universidad Autónoma Metropolitana	2.38%	Escuela Bancaria y Comercial	0.76%
Universidad Autónoma de San Luis Potosí	2.34%	Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	0.76%
Universidad de Sonora	1.98%	Universidad de Monterrey	0.75%
Instituto Politécnico Nacional, ESCA Tepepan	1.80%	Tec de Monterrey, Campus Guadalajara	0.73%
Universidad Autónoma de Querétaro	1.61%	Universidad La Salle Bajío	0.70%
Universidad de Guanajuato	1.50%	Tec de Monterrey, Campus Ciudad de México	0.68%
Universidad Anáhuac, México Norte	1.32%	Instituto Tecnológico de Sonora	0.65%



- ¿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 Popular Autónoma del Estado de Puebla	0.64%	Universidad del Valle de México, Campus Querétaro	0.27%
Universidad de Las Américas Puebla	0.59%	Tec de Monterrey, Campus Chihuahua	0.26%
Universidad Panamericana, Campus Guadalajara	0.56%	Tec de Monterrey, Campus Cuernavaca	0.25%
Universidad La Salle	0.54%	Universidad Anáhuac, México Sur	0.23%
Tec de Monterrey, Campus Estado de México	0.50%	Universidad Anáhuac Mayab	0.23%
Universidad Autónoma de Tamaulipas	0.48%	Tec de Monterrey, Campus Laguna	0.22%
Universidad Regiomontana	0.47%	Tec de Monterrey, Campus Toluca	0.20%
Instituto Tecnológico de Cancún	0.46%	Tec de Monterrey, Campus Sinaloa	0.18%
Universidad Autónoma de Guadalajara	0.44%	Universidad Anáhuac, Campus Querétaro	0.17%
Tec de Monterrey, Campus Puebla	0.43%	Universidad Iberoamericana, Puebla	0.17%
Tec de Monterrey, Campus Querétaro	0.42%	Universidad Anáhuac Cancún	0.16%
Universidad Tecnológica de Querétaro	0.41%	Tec de Monterrey, Campus San Luis Potosí	0.16%
Tec de Monterrey, Campus Santa Fé	0.40%	Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas	0.16%
Universidad Cristóbal Colón (Veracruz)	0.34%	Cetys Universidad	0.15%
Universidad del Noreste	0.31%	Tec de Monterrey, Campus León	0.15%
Instituto Tecnológico de San Luis Potosí	0.29%	Universidad Iberoamericana, Campus León	0.14%
Instituto Tecnológico de Tijuana	0.28%	Universidad Autónoma de Chapingo	0.13%
Centro de Estudios Superiores CTM Mérida	0.28%	Universidad del Valle de México, Campus Torreón	0.13%



- ¿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 Iberoamericana, Torreón	0.13%	Tec de Monterrey, Campus Central de Veracruz	0.07%
Tec de Monterrey, Campus Tampico	0.12%	Universidad del Valle de México, Campus Tampico	0.06%
Tec de Monterrey, Campus Sonora Norte	0.12%	Universidad Tec Milenio, Campus Durango	0.05%
EGADE Business School	0.11%	Universidad Tec Milenio, Campus Ciudad de México	0.05%
Universidad Autónoma de Tamaulipas, Campus Tampico	0.11%	Universidad del Valle de México, Campus Laredo	0.05%
Universidad Villa Rica (Veracruz)	0.11%	Universidad Tec Milenio, Campus Querétaro	0.04%
Universidad Xochicalco	0.11%	Universidad del Valle de México, Campus Matamoros	0.04%
Tec de Monterrey, Campus Aguascalientes	0.11%	Universidad Maya	0.04%
Tec de Monterrey, Campus Morelia	0.11%	Tec de Monterrey, Campus Irapuato	0.04%
Tec de Monterrey, Campus Saltillo	0.11%	Tec de Monterrey, Campus Chiapas	0.04%
Instituto Tecnológico de Nuevo Laredo	0.10%	Universidad de las Californias	0.03%
Universidad La Salle Noroeste	0.10%	Tec de Monterrey, Campus Ciudad Obregón	0.03%
Tec de Monterrey, Campus Ciudad Juárez	0.10%	Universidad La Salle, Campus Laguna	0.03%
Universidad Tec Milenio, Campus Estado de México	0.09%	Universidad España de Durango	0.03%
Universidad del Valle de México, Campus Reynosa	0.09%	Universidad Tec Milenio, Campus Matamoros	0.03%
IPADE Business School	0.08%	Universidad Iberoamericana, Campus Tijuana	0.02%
Universidad Tec Milenio, Campus Monterrey	0.08%	Universidad de Las Américas DF	0.01%
Tec de Monterrey, Campus Hidalgo	0.08%	Otro	12.49%
Tec de Monterrey, Campus Zacatecas	0.08%		



- ¿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%

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 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

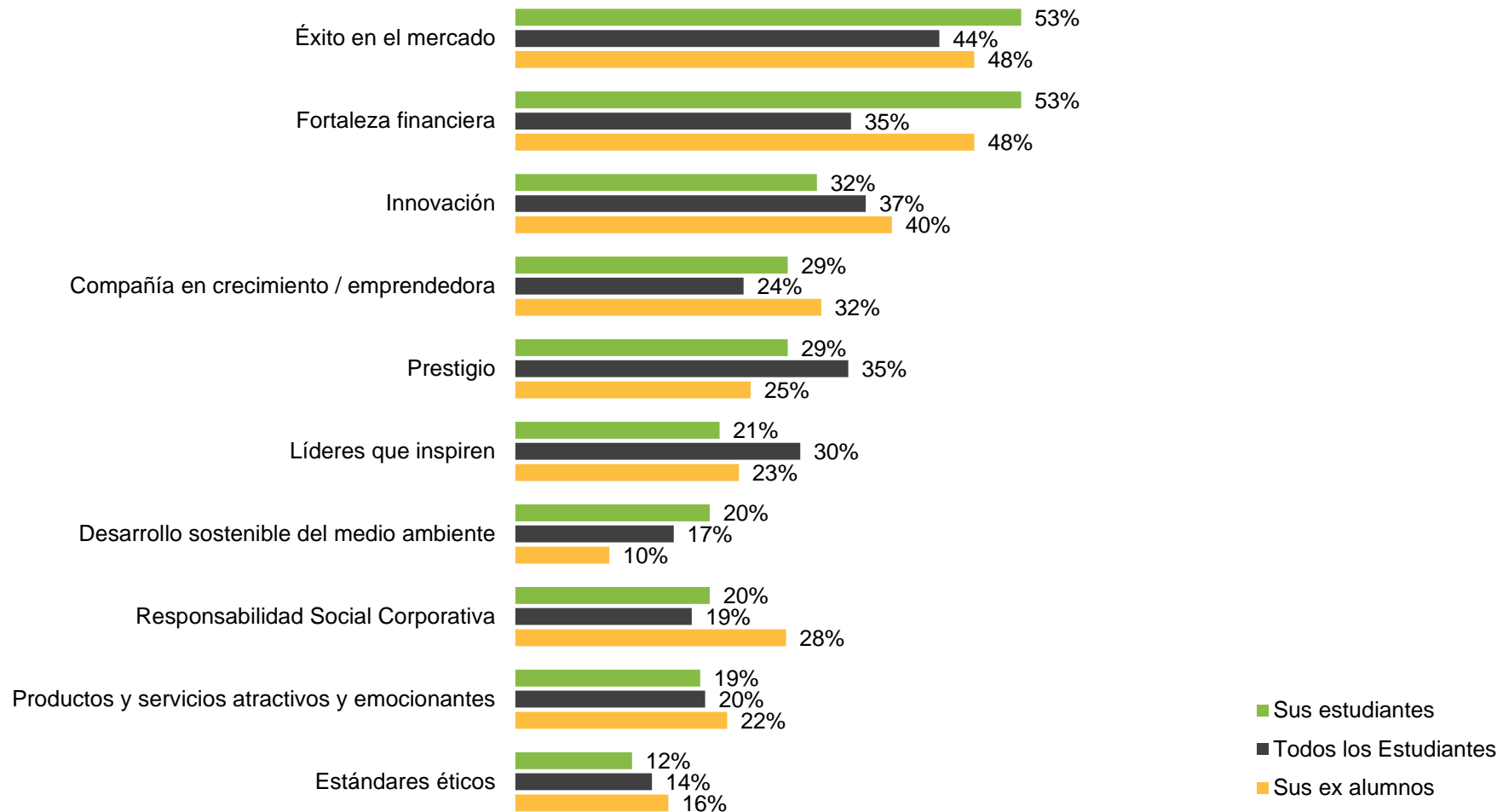
Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 30

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

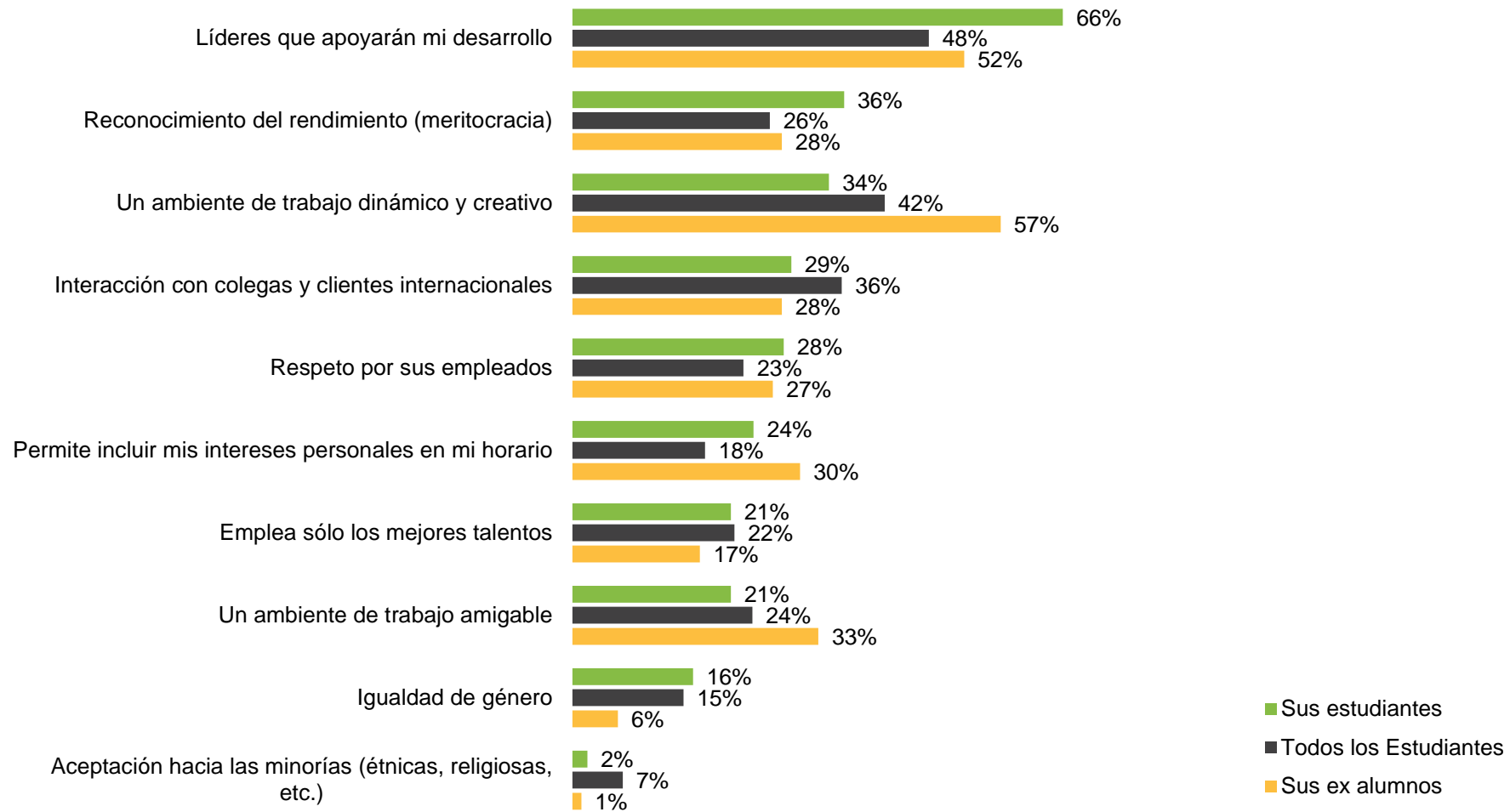
Reputación e Imagen del empleador

Atributos atractivos



Gente y cultura

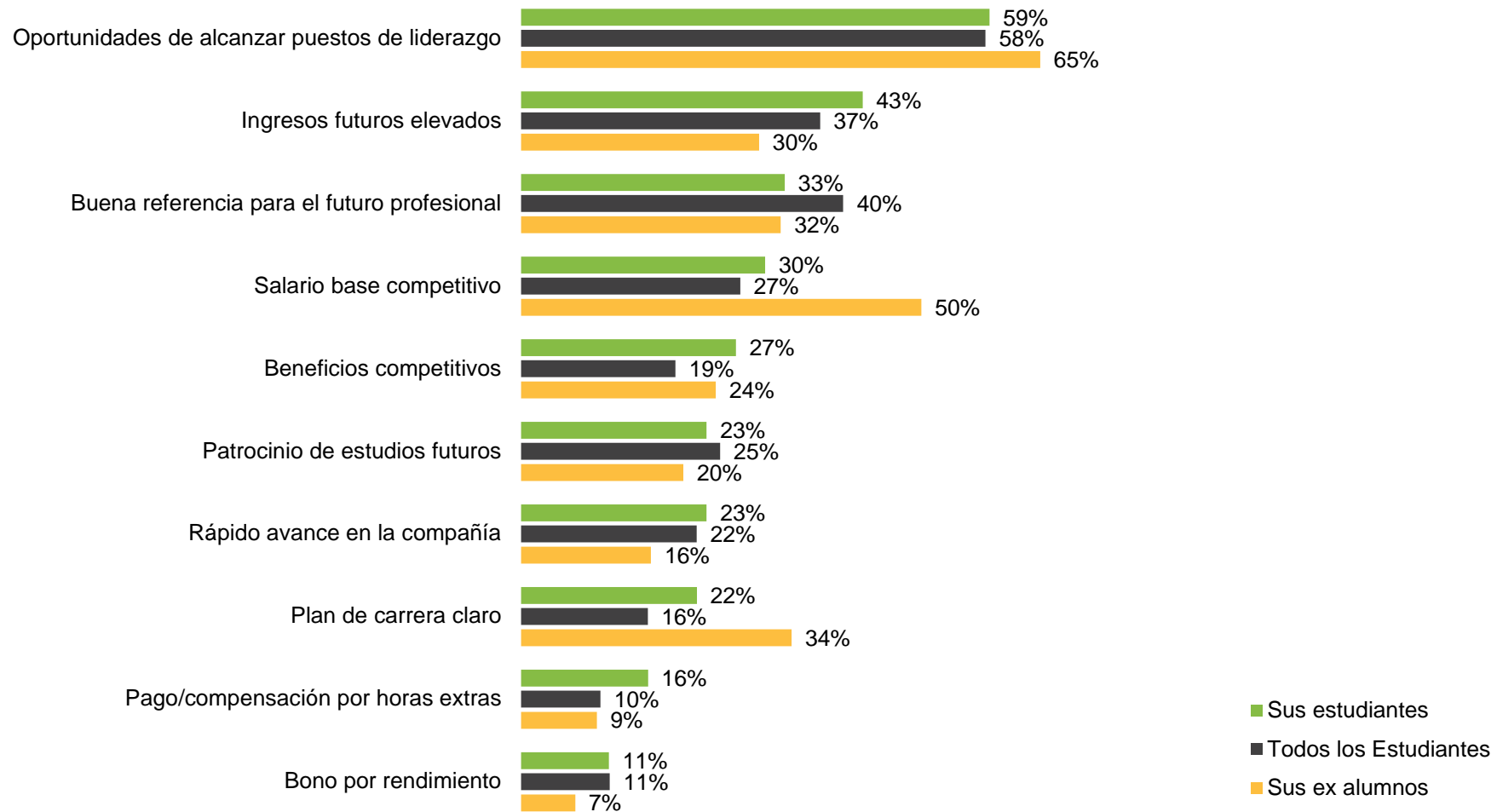
Atributos atractivos



? • ¿Qué atributos percibe como los más atractivos? Seleccione tres alternativas como máximo.

Remuneración y oportunidades de crecimiento

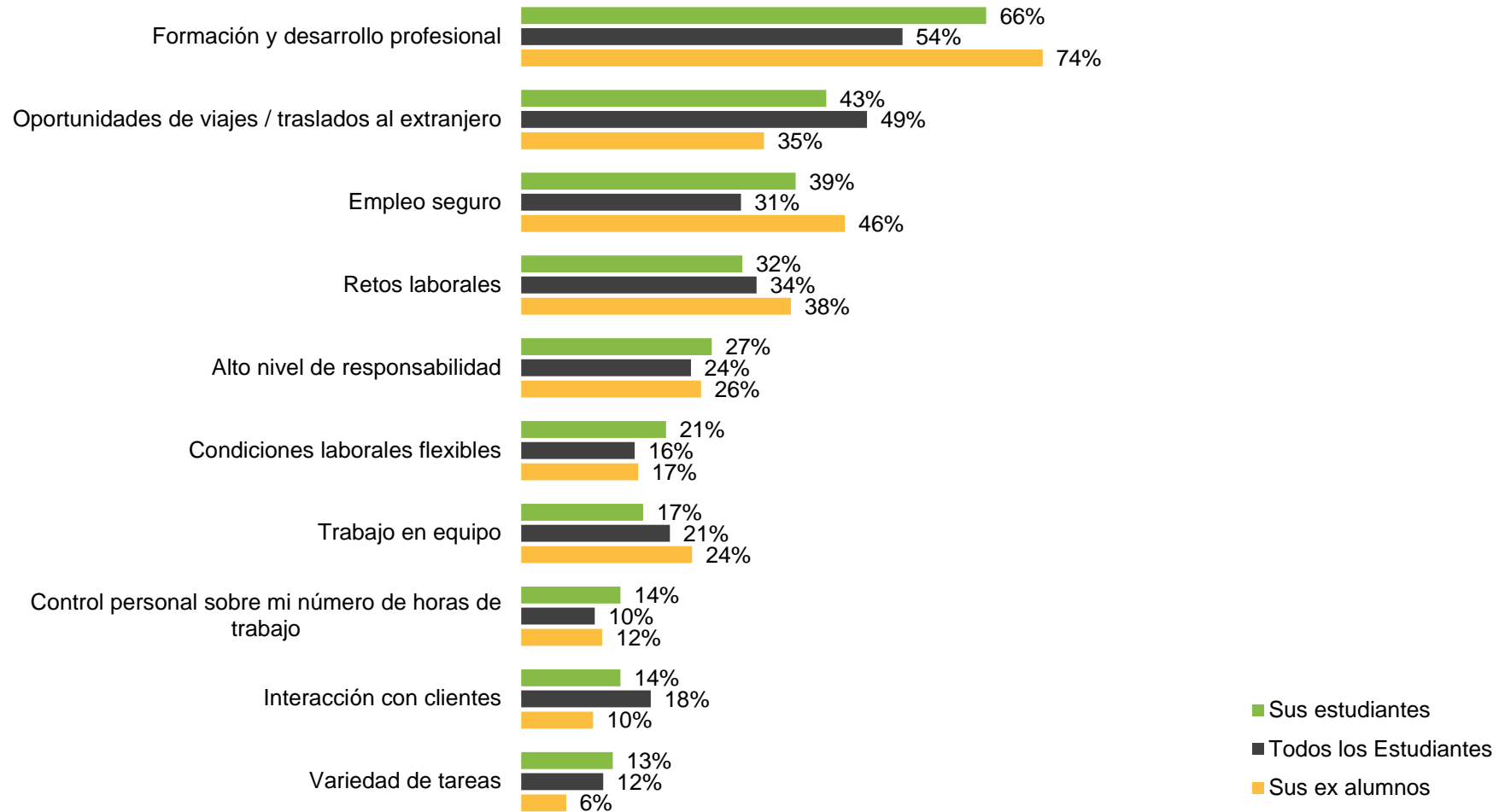
Atributos atractivos



? • ¿Qué atributos percibe como los más atractivos? Seleccione tres alternativas como máximo.

Características del trabajo

Atributos atractivos



? • ¿Qué atributos percibe como los más atractivos? Seleccione tres alternativas como máximo.

universum

¡GRACIAS!

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