



Investigación de Talentos de Universum 2015

Informe de colaboradores | Universidad Autónoma Metropolitana
Edición México | Estudiantes | Ciencias de la Salud



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.



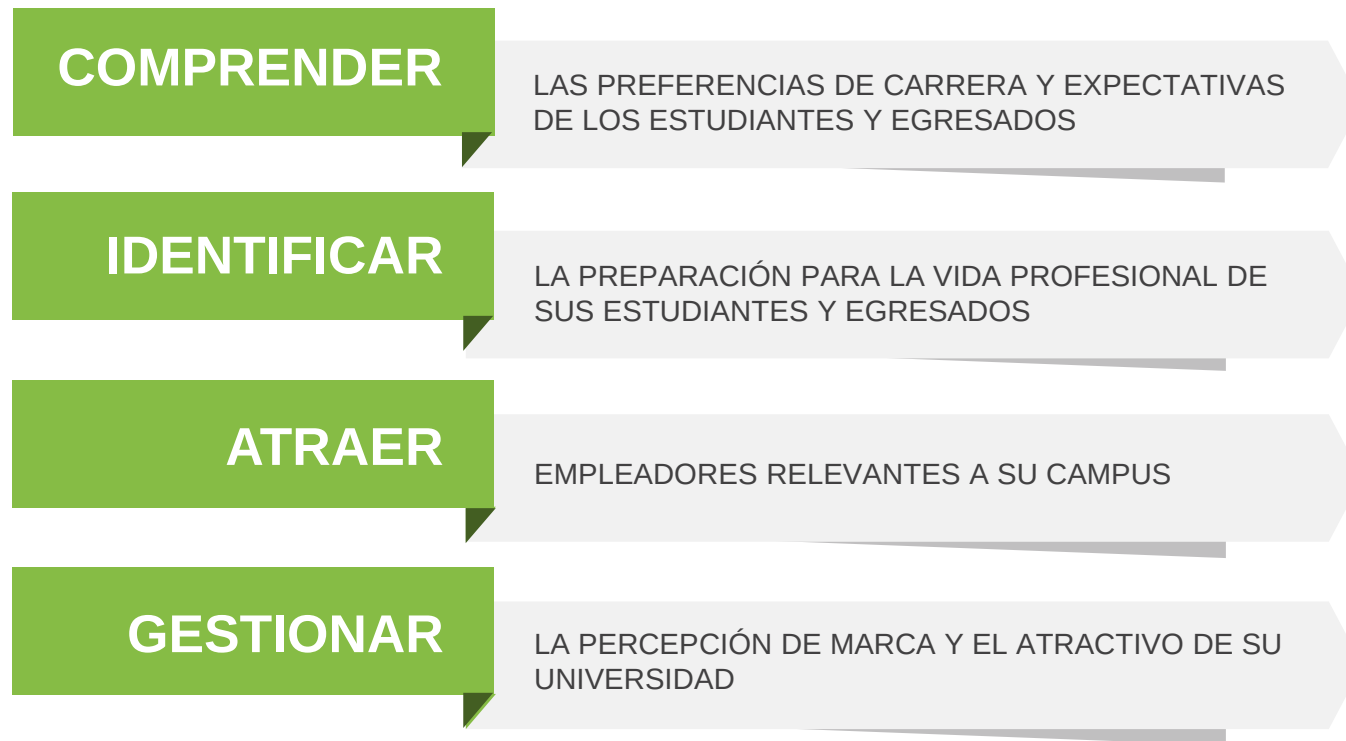
Nuestro alcance global asegura que los resultados de nuestros estudios pueden ser comparados entre mercados. Trabajamos con más de 2,000 de las mejores instituciones académicas en el mundo.



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

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 **39,209**

ESTE REPORTE

Número de encuestados

Grupo 1

Sus estudiantes

124

Grupo 2

Todos los Estudiantes

5,065

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

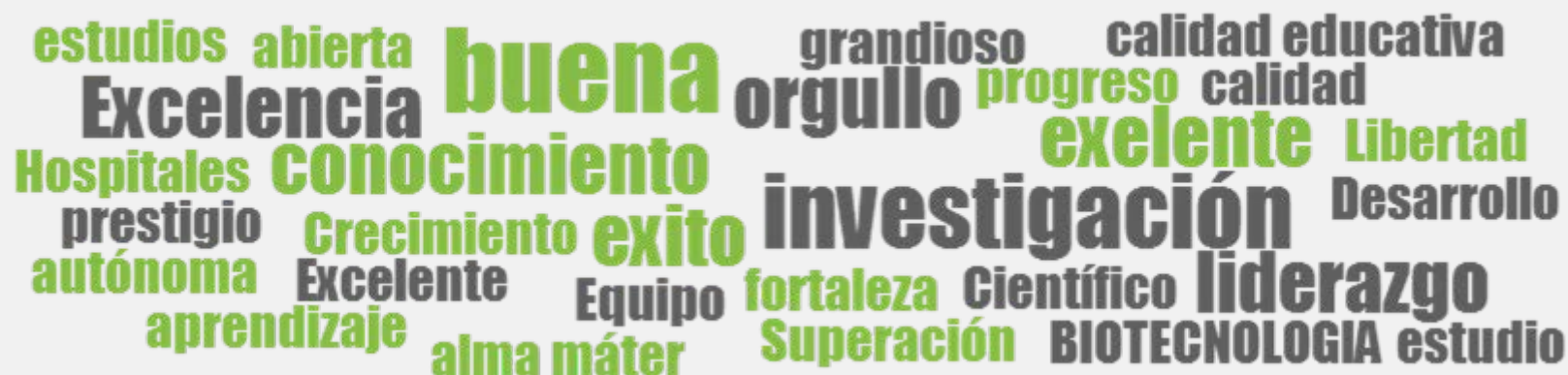


RESUMEN EJECUTIVO

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 **9.3**

Todos los Estudiantes **8.6**

Puntaje promedio de satisfacción de la universidad:

Sus estudiantes **8.8**

Todos los Estudiantes **8.2**

• ¿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 obtener 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 un trabajo fijo y estable
2. Tener equilibrio entre la vida profesional y personal
3. Dedicarse a una causa o sentir que trabajo para el bien común

LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

1. Prestigio
2. Patrocinio de estudios futuros
3. Formación y desarrollo profesional
4. Salario base competitivo
5. Empleo seguro



ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS ESTUDIANTES SE IDENTIFICAN

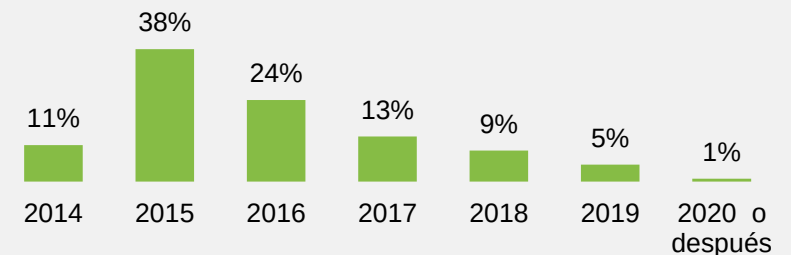
1. Se enfoca en la solución
2. Orientado hacia el futuro
3. Se toma el tiempo para pensar



LAS 3 PRINCIPALES INDUSTRIAS

1. Servicios de salud
2. Productos farmacéuticos y biotecnología
3. Equipo de salud

AÑO DE GRADUACIÓN:



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. Tener un trabajo fijo y estable
3. Dedicarse a una causa o sentir que trabajo para el bien común

LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

1. Formación y desarrollo profesional
2. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
3. Buena referencia para el futuro profesional
4. Prestigio
5. Empleo seguro



ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS ESTUDIANTES SE IDENTIFICAN

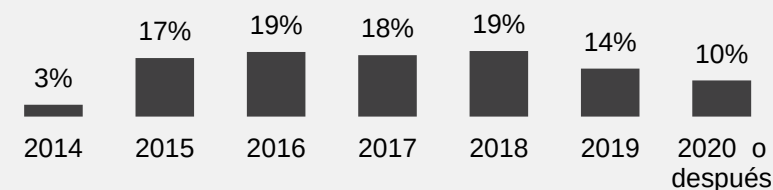
1. Orientado hacia el futuro
2. Se toma el tiempo para pensar
3. Tiene una visión general



LAS 3 PRINCIPALES INDUSTRIAS

1. Servicios de salud
2. Equipo de salud
3. Productos farmacéuticos y biotecnología

AÑO DE GRADUACIÓN:



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?		

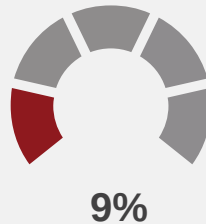
9% de sus estudiantes tienen una actitud internacional

INTERNACIONALISTAS



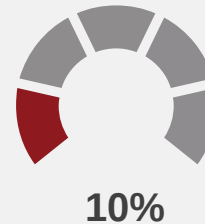
Proporción del talento con una visión internacional dentro del grupo objetivo:

Sus estudiantes



9%

Todos los Estudiantes

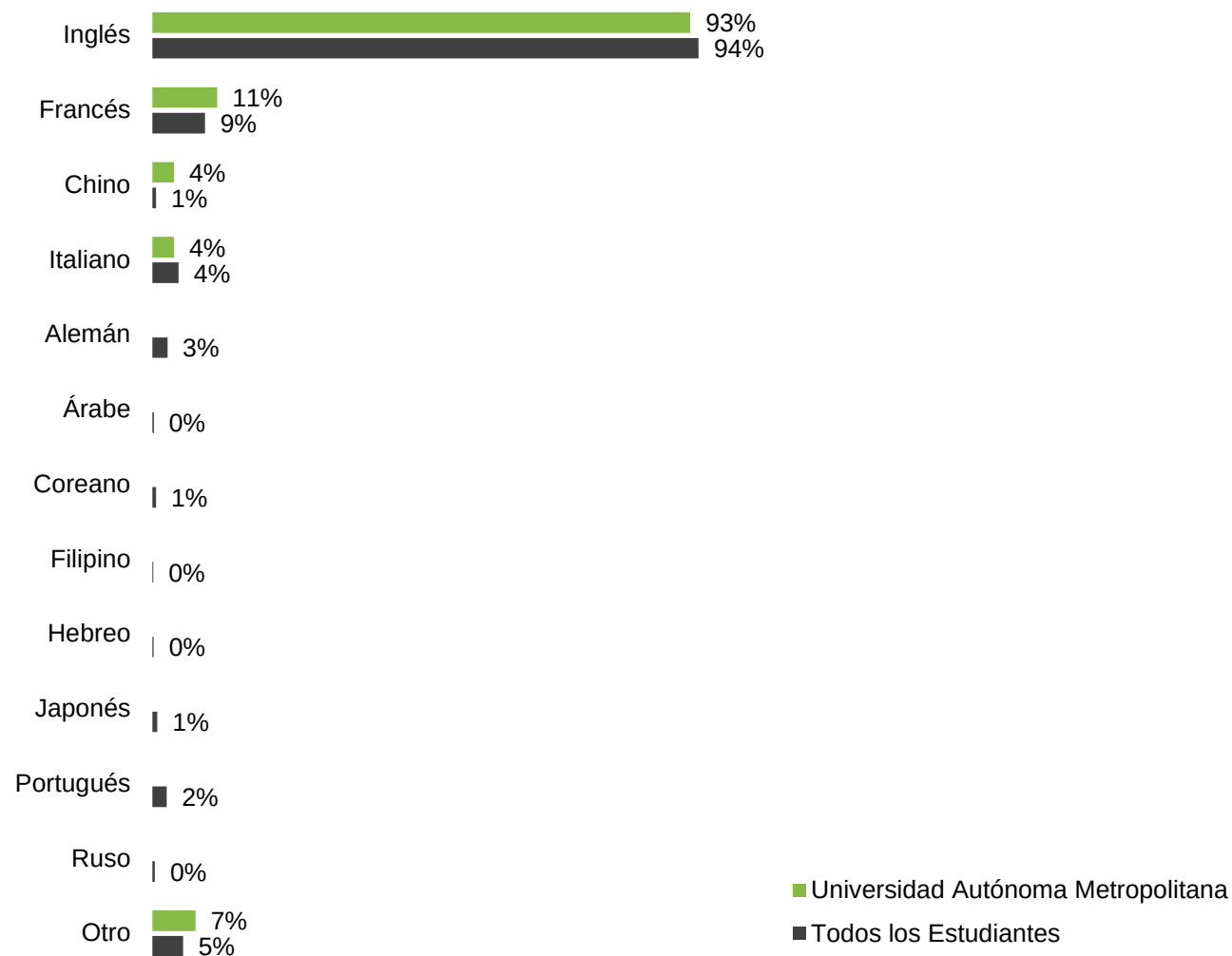


10%

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.)

13% 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



13%

Todos los Estudiantes



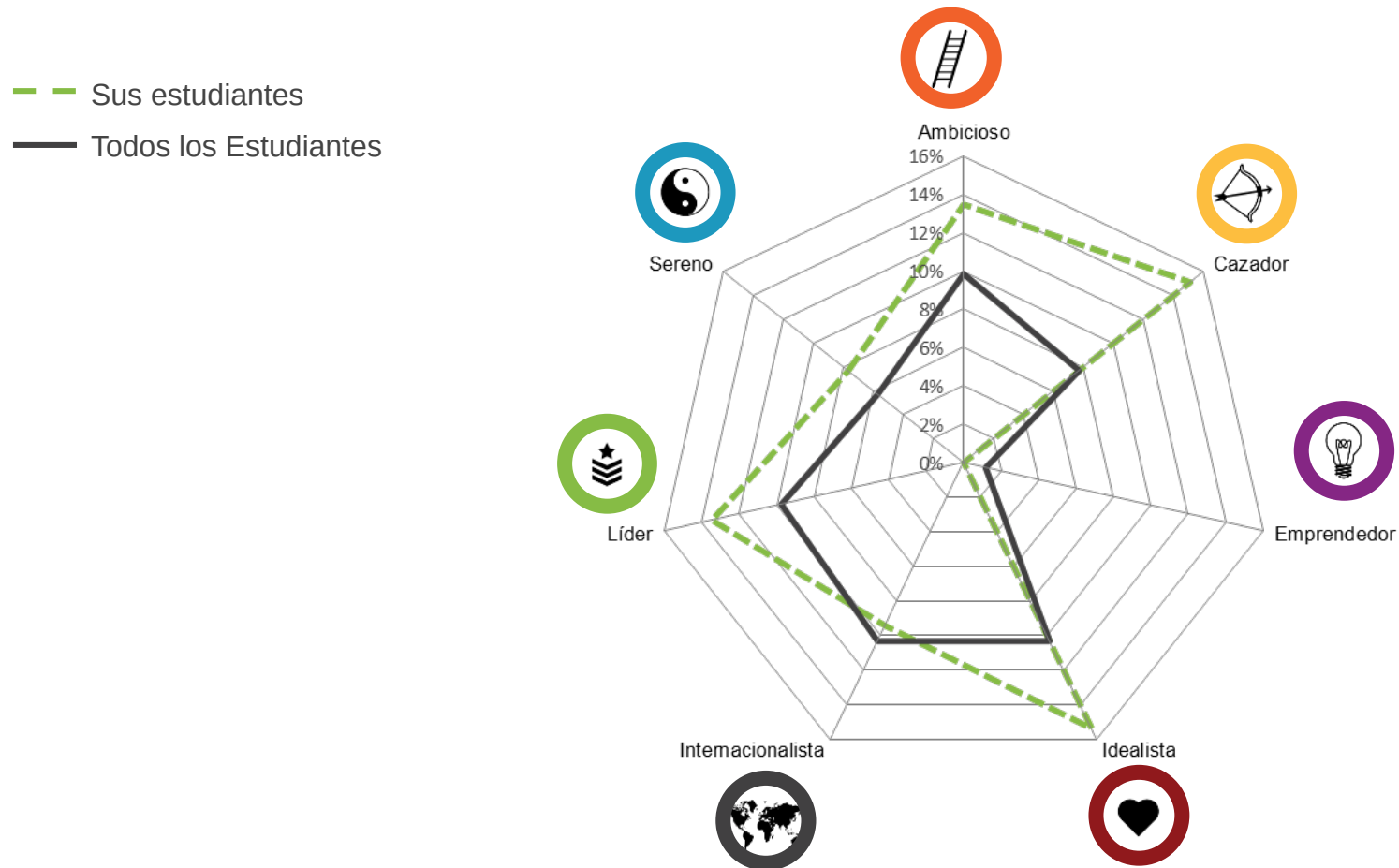
10%

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.

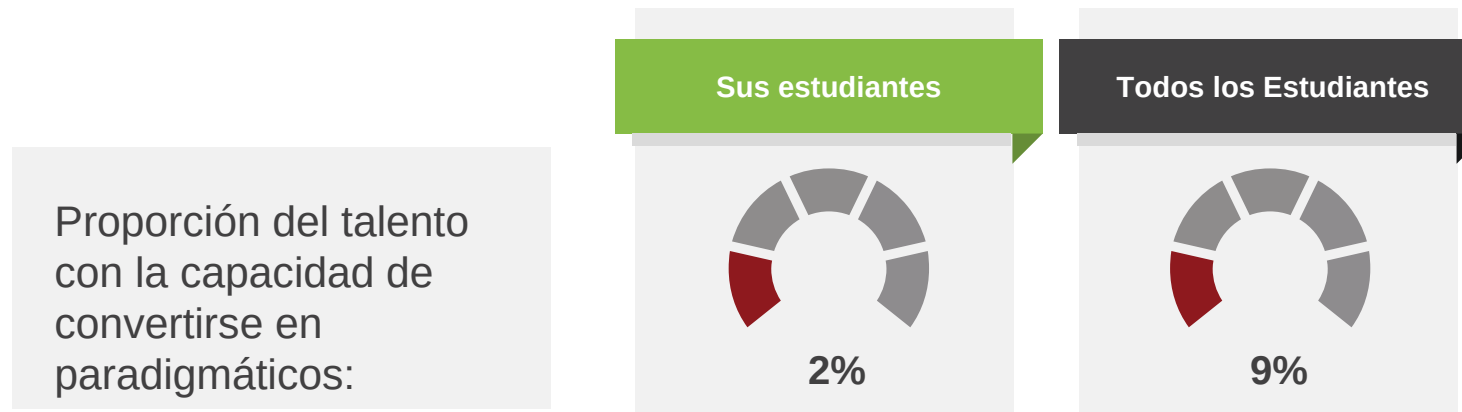
Los perfiles de desarrollo profesional de Universum

Distribución por grupo objetivo



2% 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*

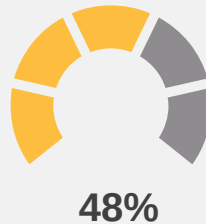
48% de sus estudiantes tienen un aprendizaje flexible

APRENDIZAJE FLEXIBLE

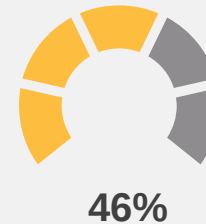
AF⁴
Aprendizaje
flexible

Proporción del talento que muestra una actitud de desarrollo de aprendizaje:

Sus estudiantes



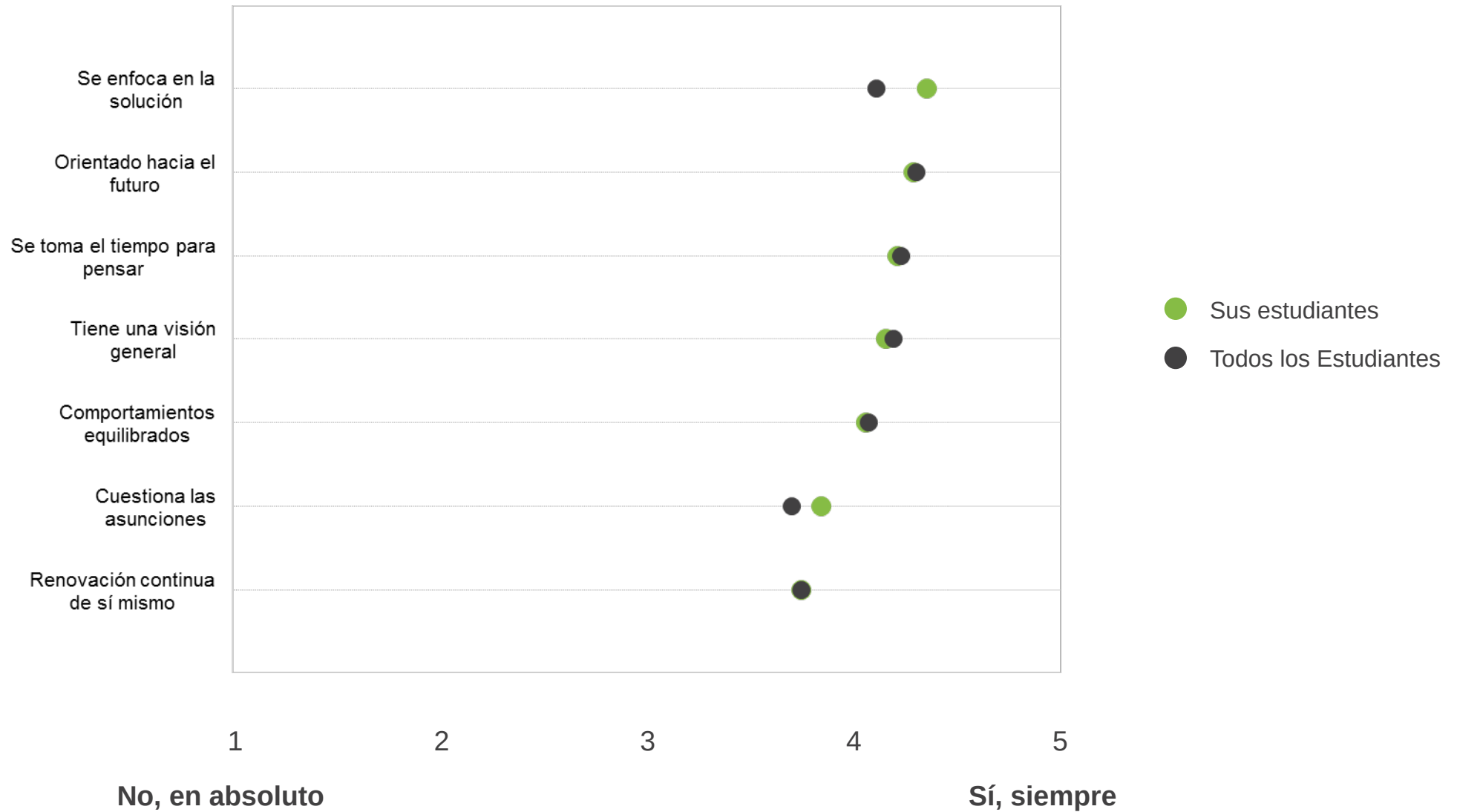
Todos los Estudiantes



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".*

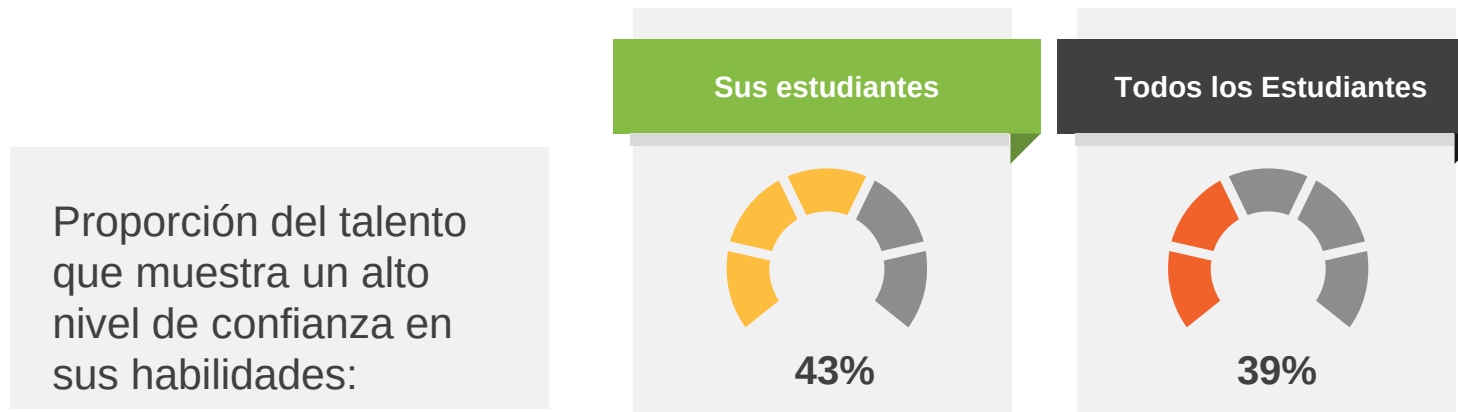
Cómo varía la visión flexible entre los grupos objetivos



43% de sus estudiantes tienen confianza en sus habilidades de personalidad

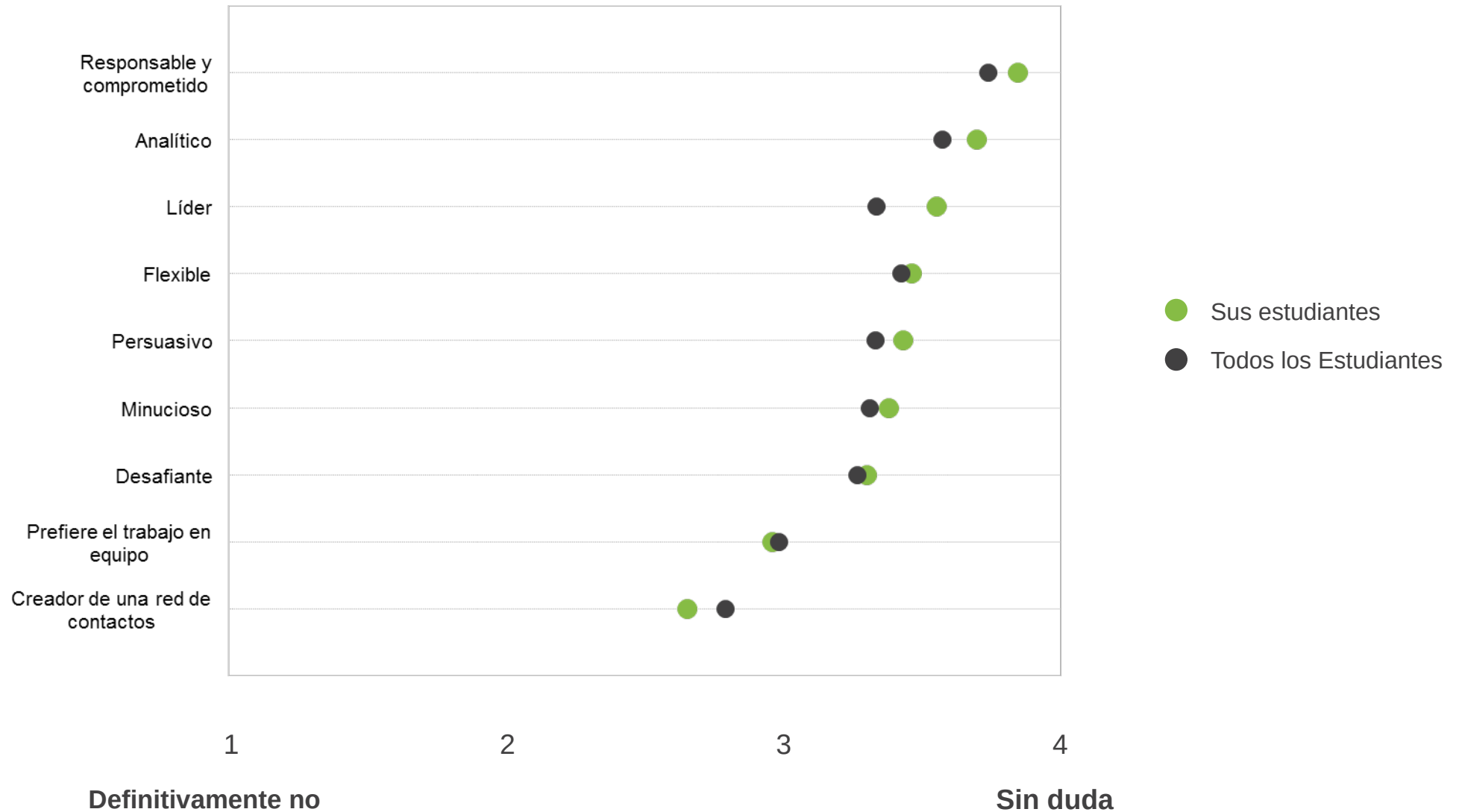
CONFIANZA EN HABILIDADES

CH⁵
Confianza en
sus
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?



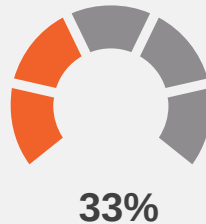
33% de sus estudiantes adquirieron experiencia práctica significativa durante sus estudios

EXPERIENCIA PRÁCTICA

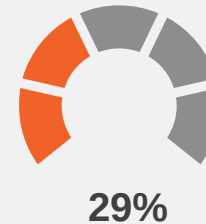
EP⁶
Experiencia
práctica

Proporción del talento que adquirió experiencia práctica significativa:

Sus estudiantes



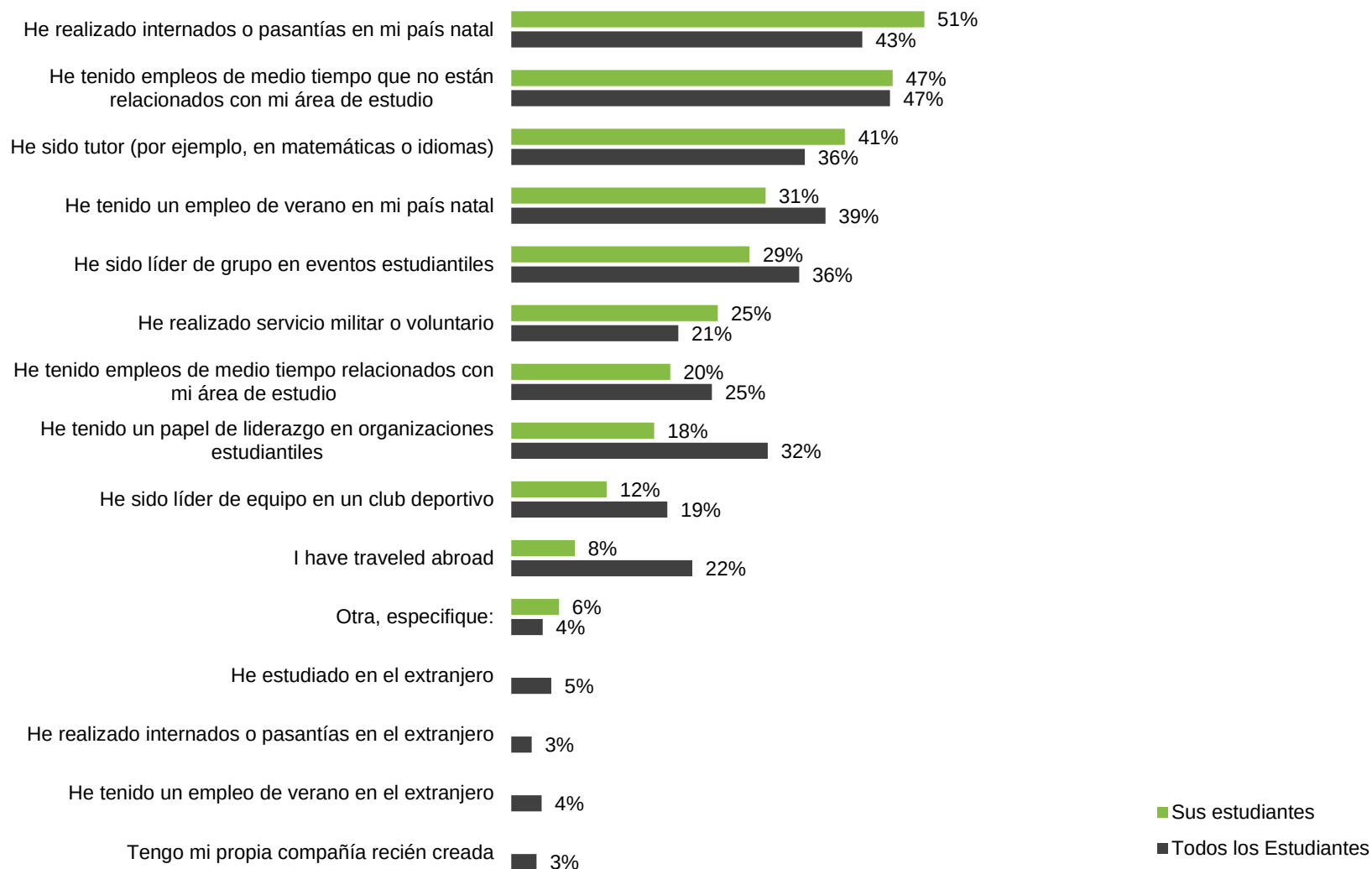
Todos los Estudiantes



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?



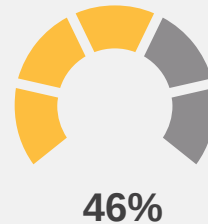
46% de sus estudiantes perciben que su universidad tiene un fuerte enfoque en su desarrollo profesional

ENFOQUE DE DESARROLLO PROFESIONAL DE LA UNIVERSIDAD

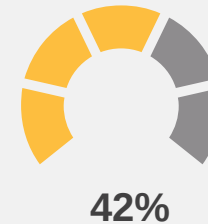
DP⁷
Desarrollo profesional

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

Sus estudiantes



Todos los Estudiantes



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

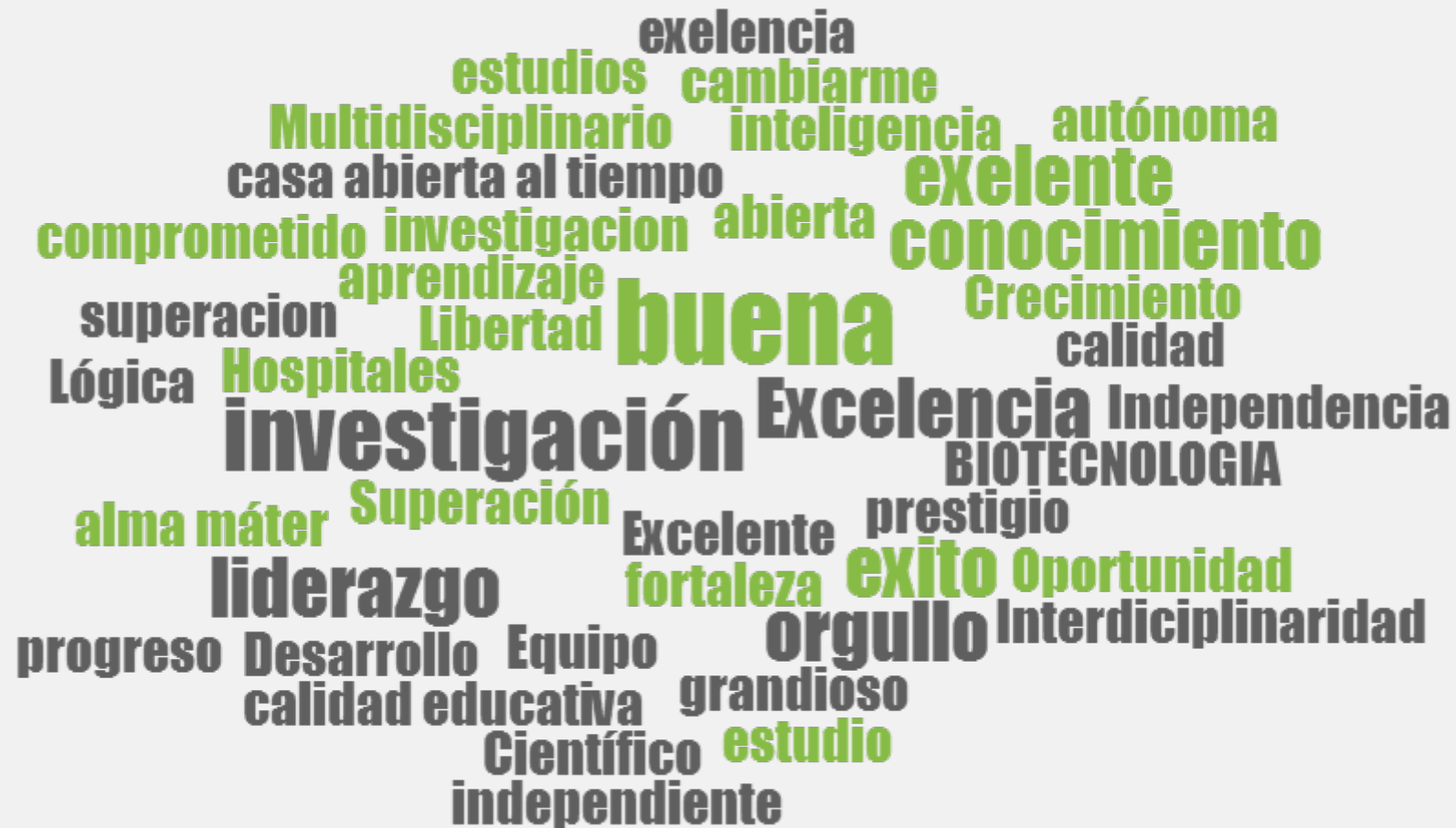
- 1 RESUMEN EJECUTIVO
- 2 EMPLEABILIDAD
- 3 PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD
- 4 PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR
- 5 LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL



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.

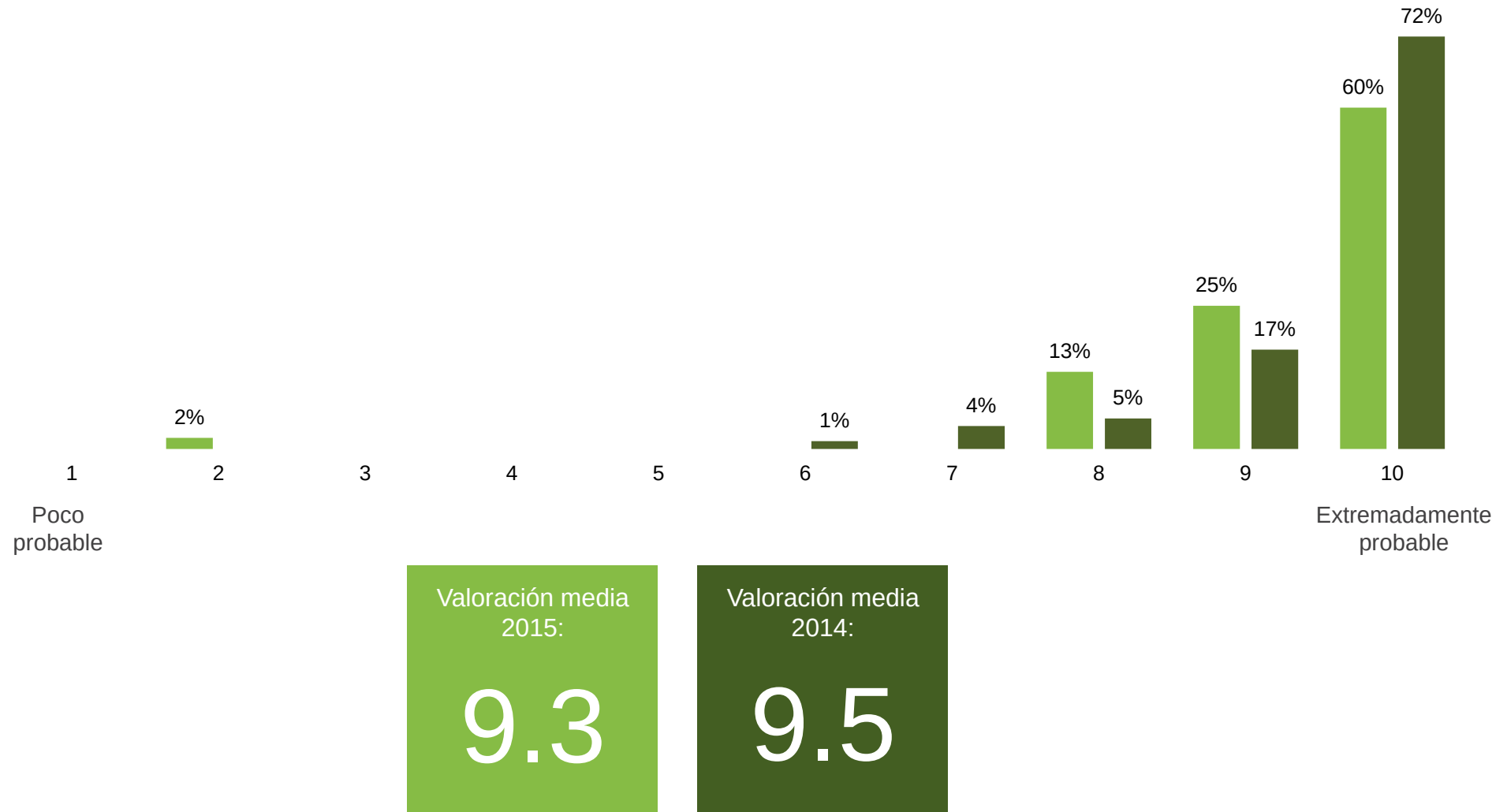
Principales asociaciones con Universidad Autónoma Metropolitana



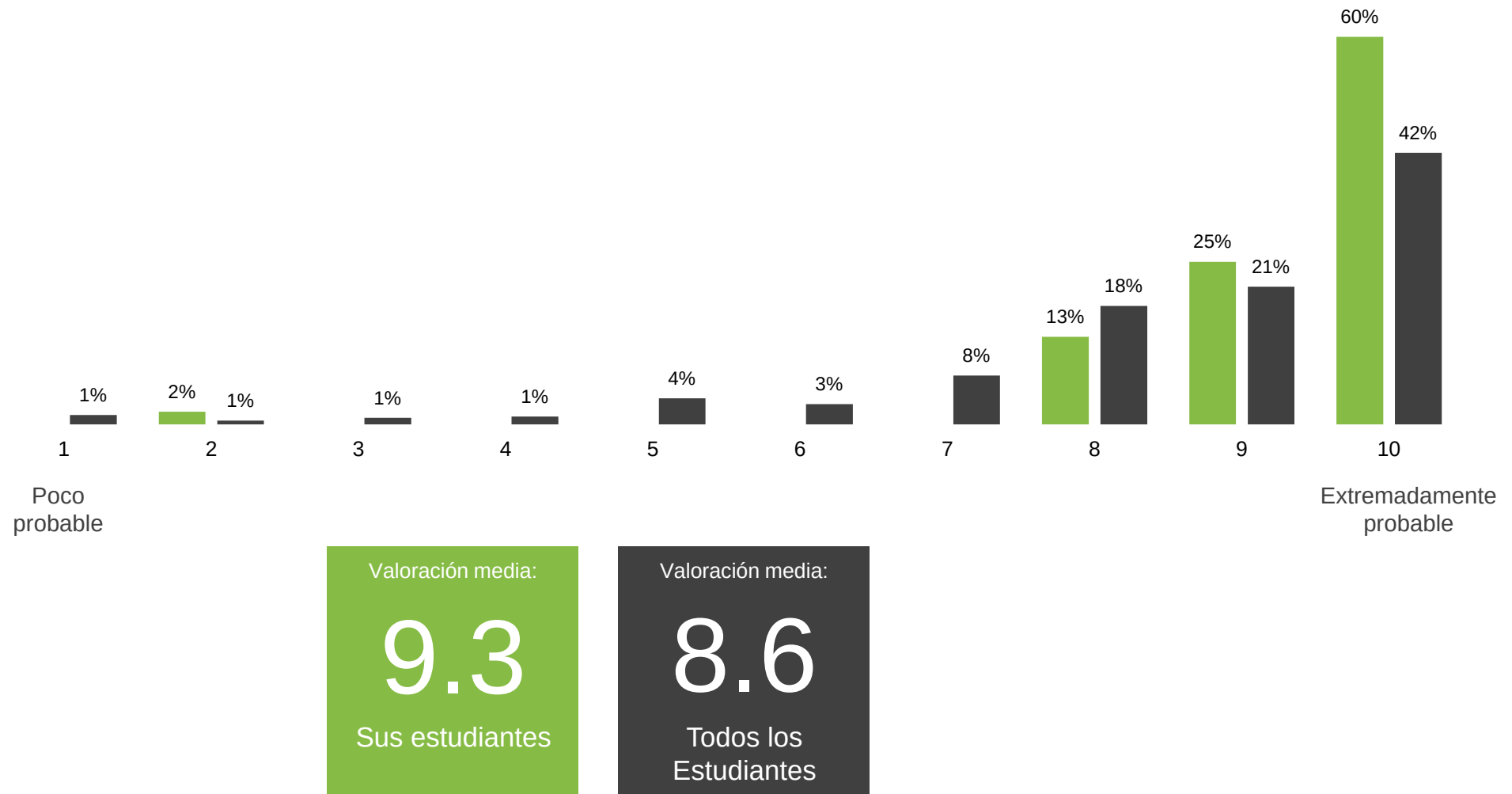
- ¿Cuál es la primera palabra que le viene a la mente cuando piensa en el centro educativo en el que cursa sus estudios?

- Estas son las respuestas que escribieron los estudiantes.
- Podría haber errores de ortografía.

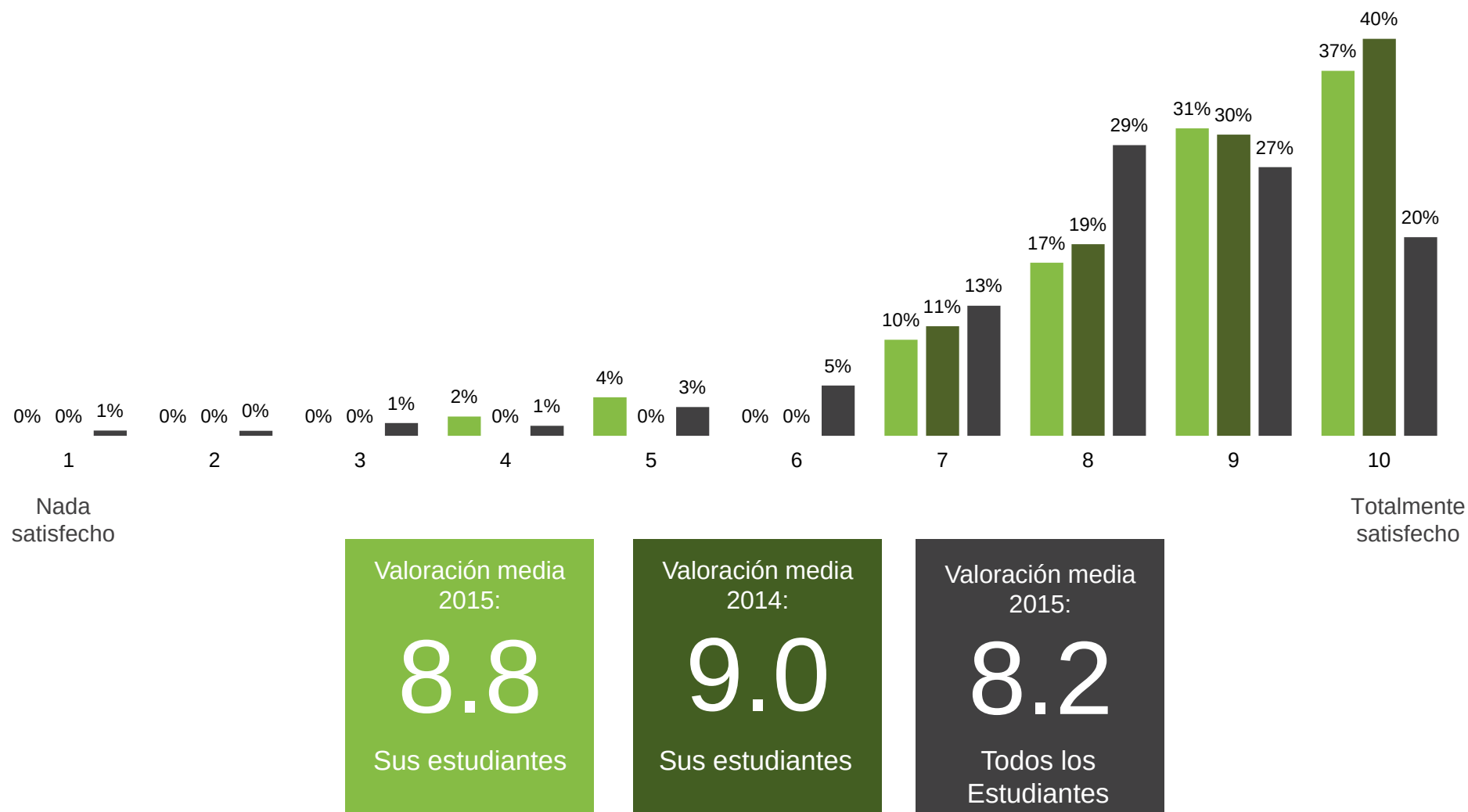
¿Sus estudiantes recomendarían Universidad Autónoma Metropolitana a un amigo o familiar? | Comparación histórica



¿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 imparten conocimientos prácticos y adaptados a las necesidades de los empleadores
3. Apoya y promueve el espíritu emprendedor

Todos los Estudiantes

1. Prepara bien a los graduados para la vida profesional
2. Se imparten conocimientos prácticos y adaptados a las necesidades de los empleadores
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.

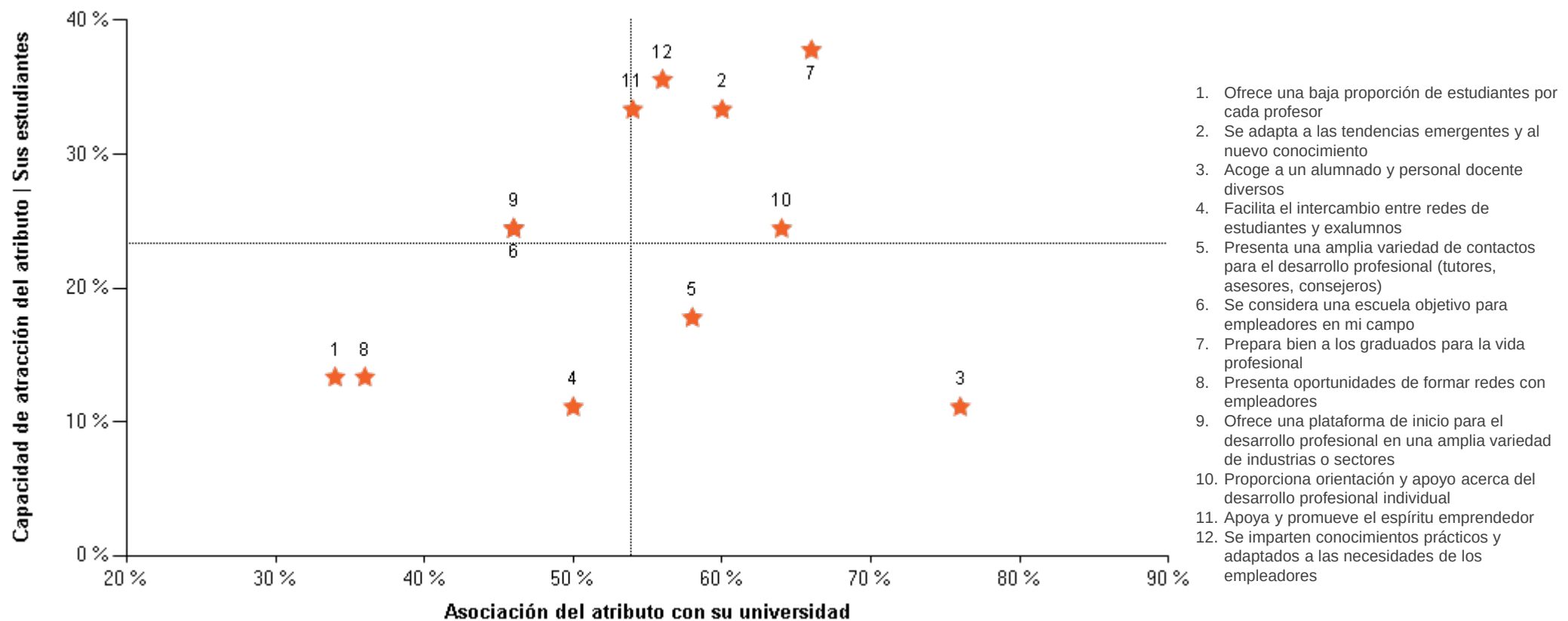


Atractividad vs. asociaciones



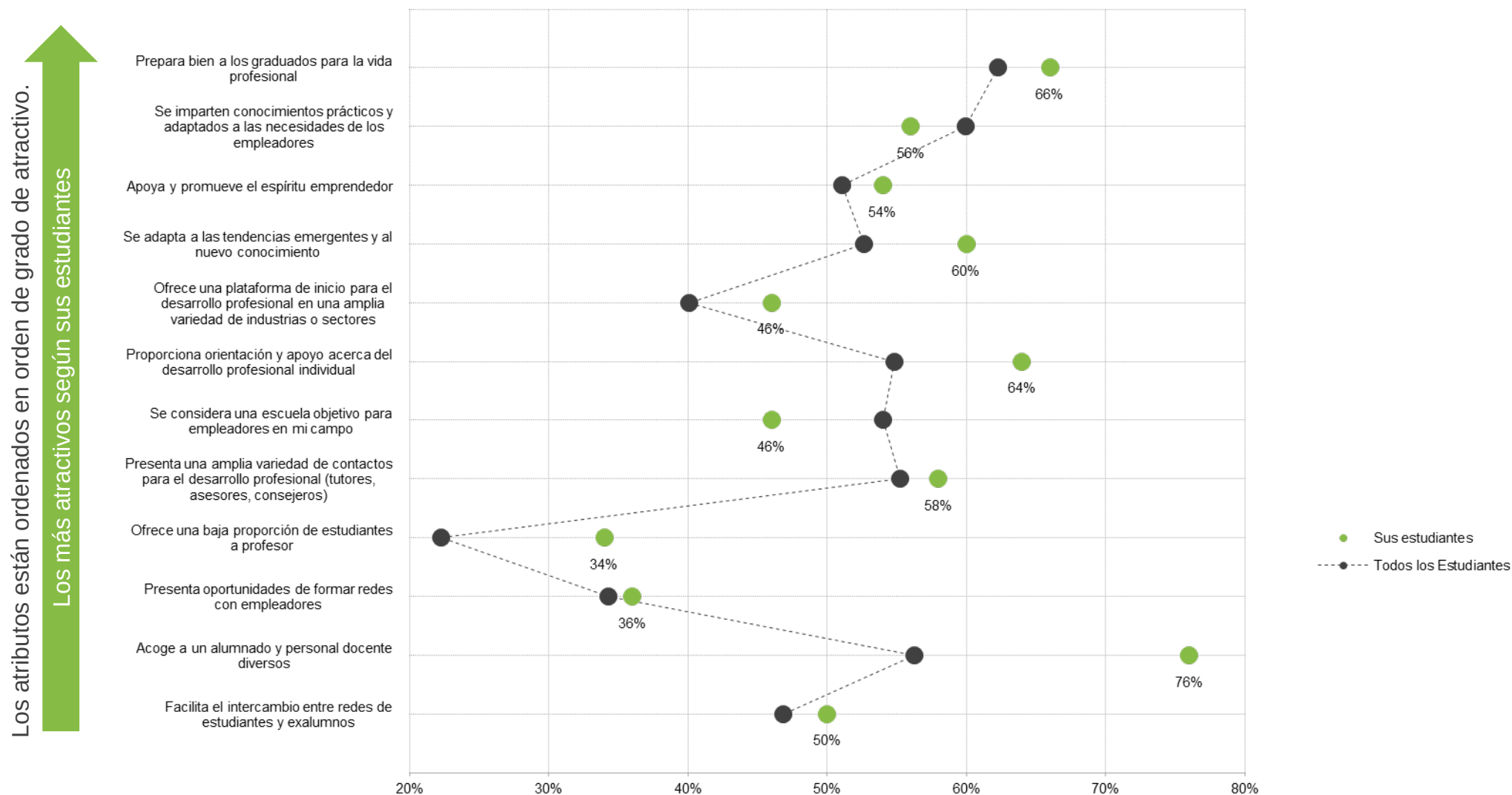
Oportunidades de empleo y proyección

Atractividad vs. asociaciones | Sus estudiantes



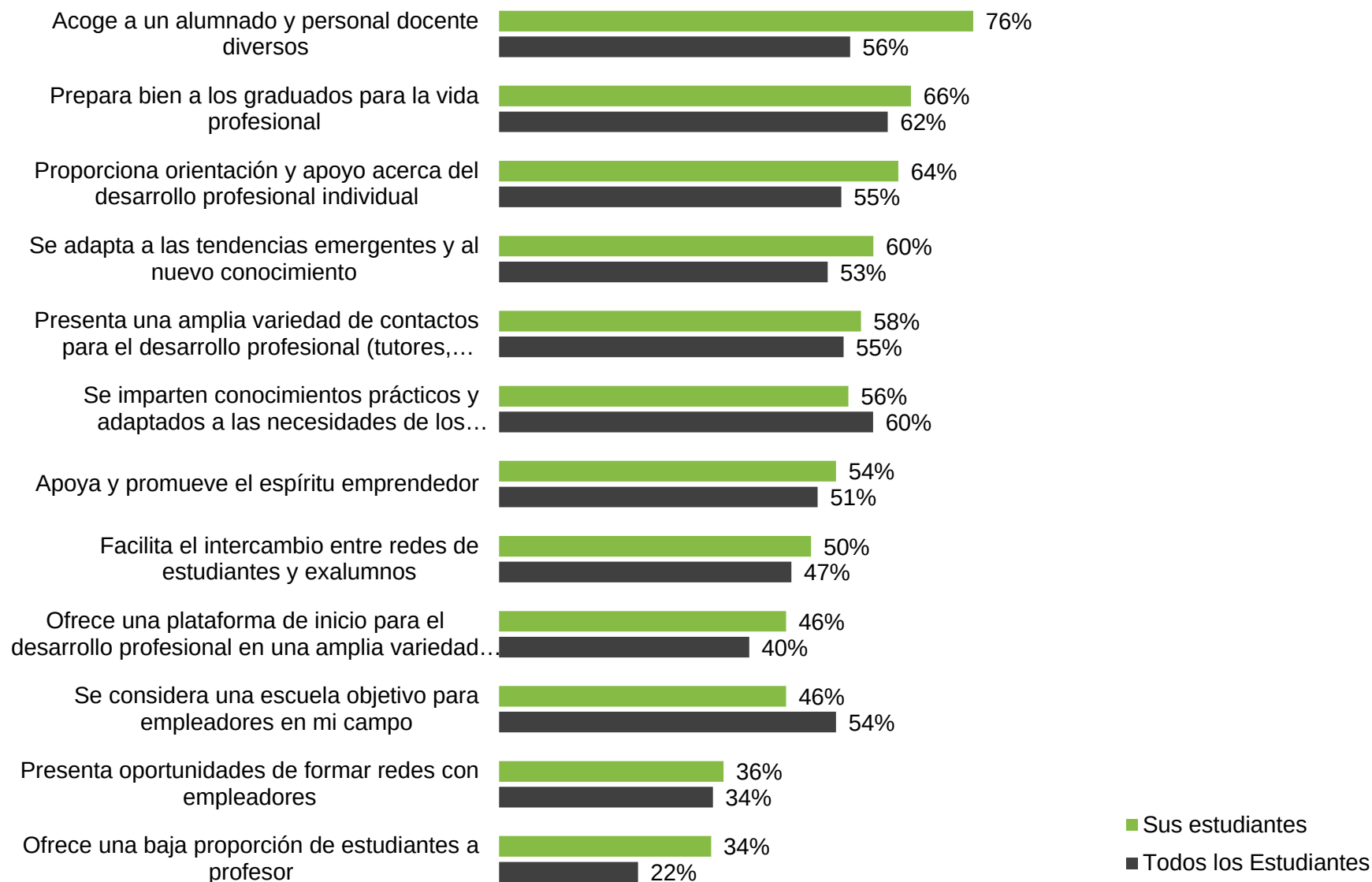
- ¿ Cuáles de las siguientes cualidades relaciona con su institución educativa? Por favor seleccione todos los empleadores que considere convenientes.
- ¿ Cuáles de estas características considera más atractivas?

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

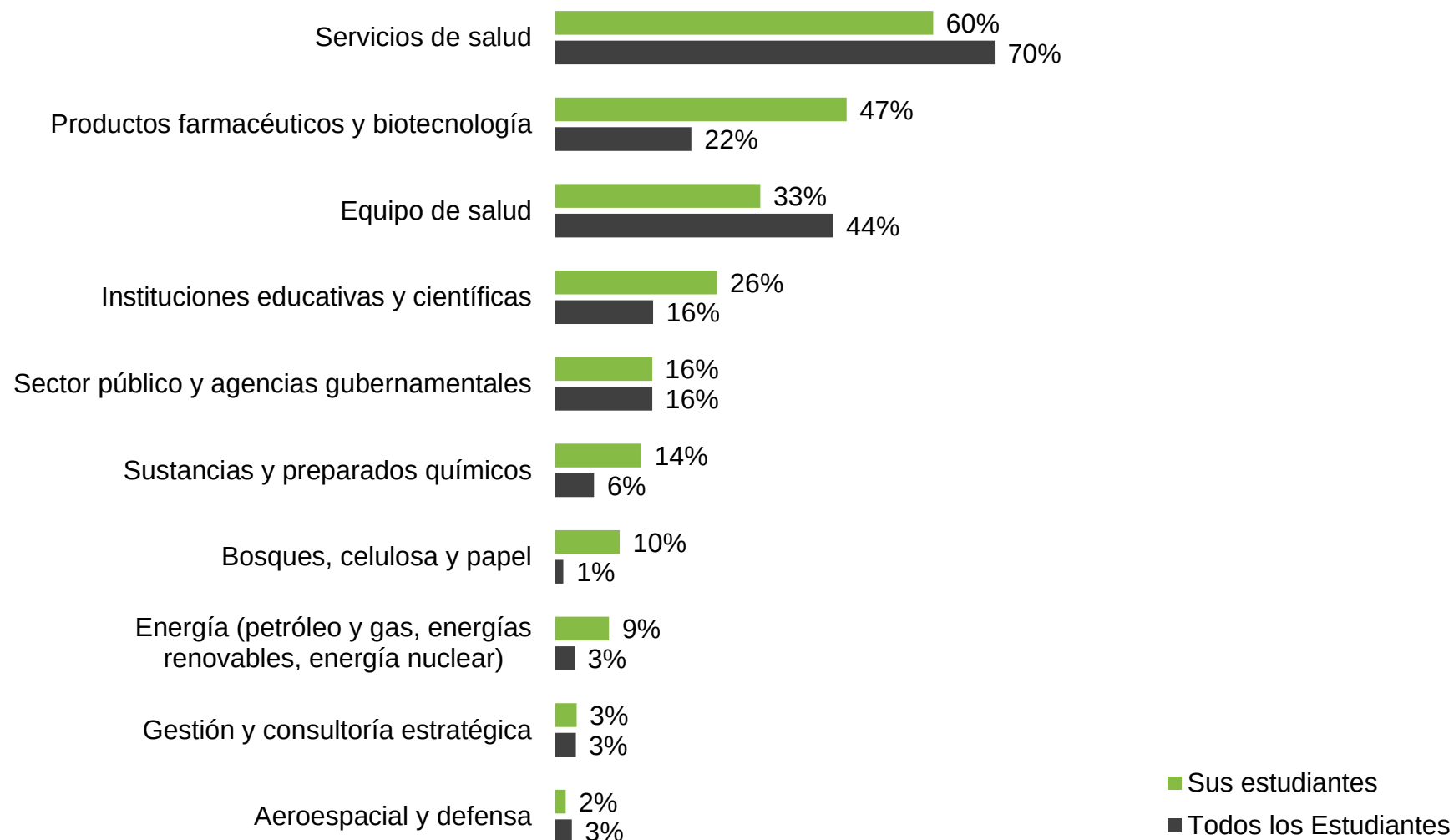
- 1 RESUMEN EJECUTIVO
- 2 EMPLEABILIDAD
- 3 PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD
- 4 PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR**
- 5 LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL



PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR

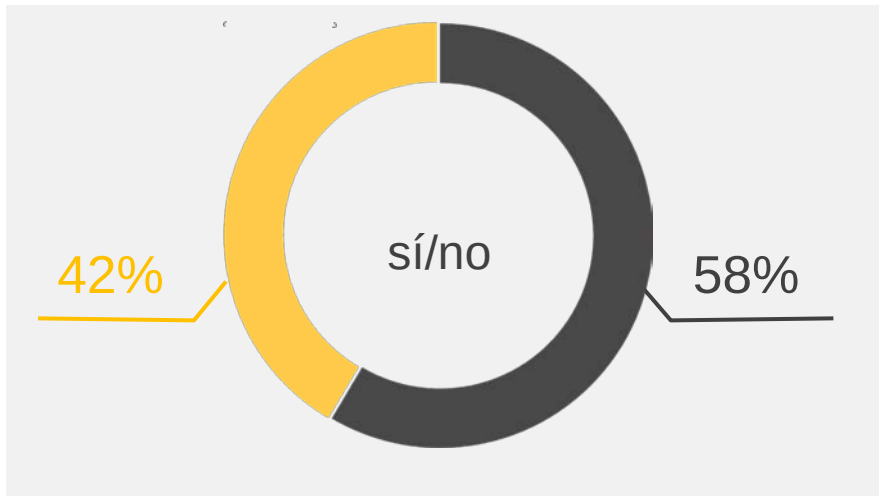
Determine qué empleadores prefieren los estudiantes y averigüe las preferencias y expectativas profesionales en comparación con la población en general. Además, comprenda cómo su institución moldea el trayecto profesional de sus estudiantes y egresados.

Industrias más preferidas de los estudiantes



Pasantías | Participación

Universidad Autónoma Metropolitana

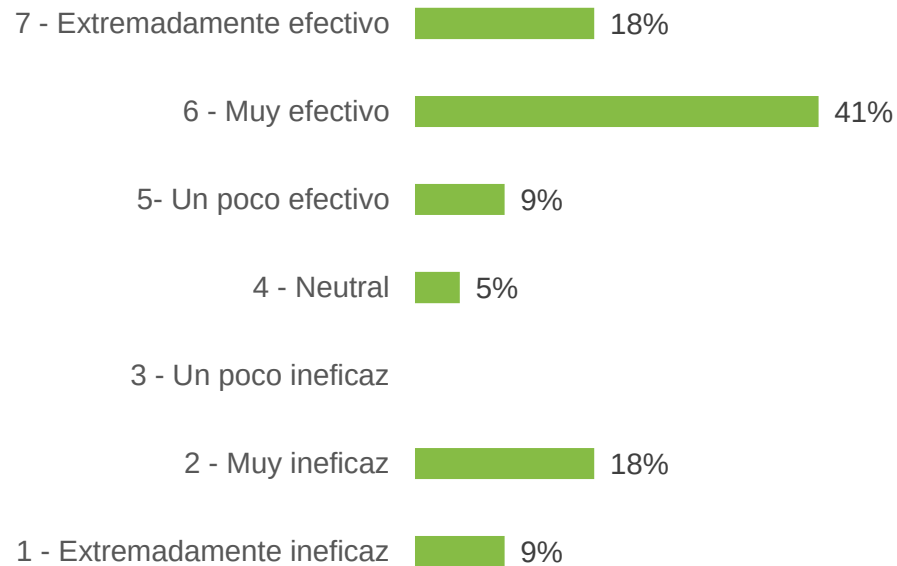


42%

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

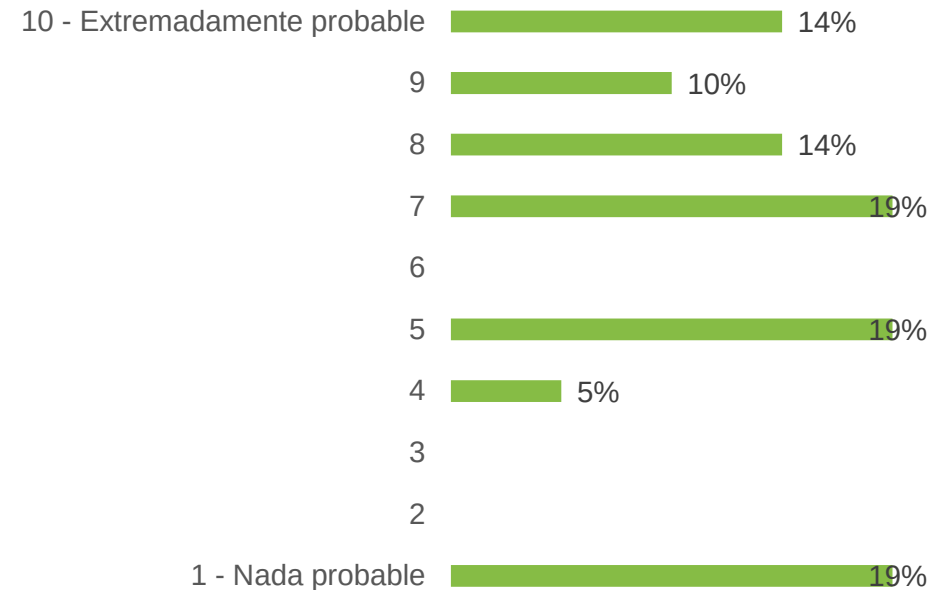
Pasantías | Efectividad y promoción

Universidad Autónoma Metropolitana



68%

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



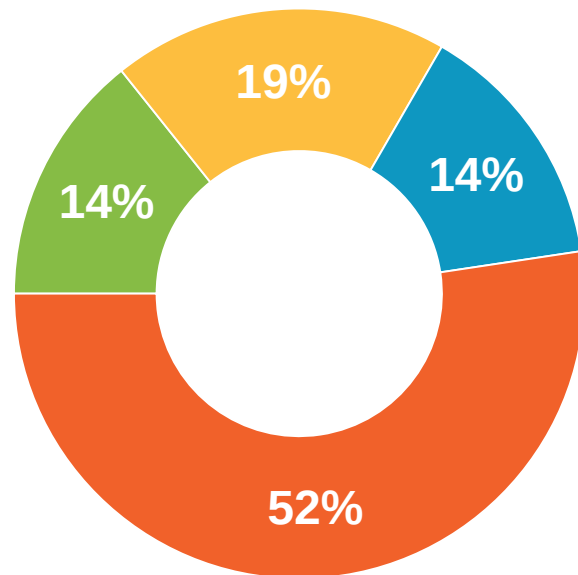
57%

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.

29%

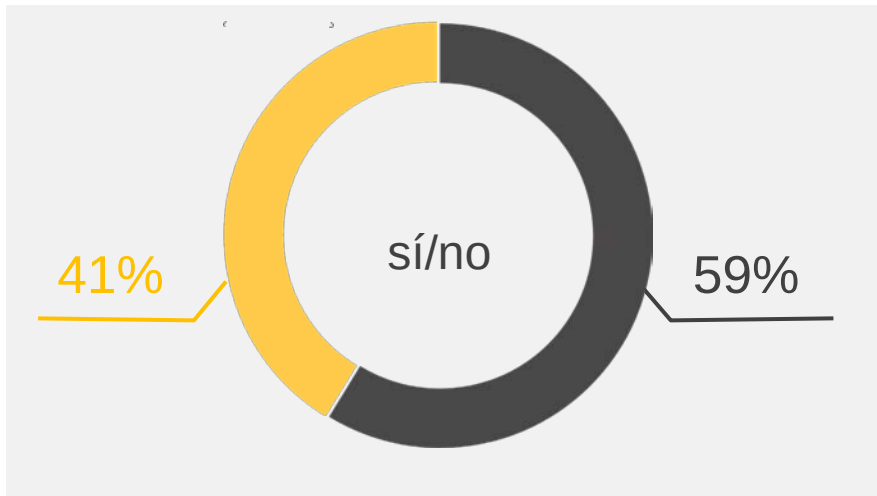
de los estudiantes que recibieron una oferta dicen que tienen pensado aceptar esa oferta

57%

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

Pasantías | Participación

Todos los Estudiantes

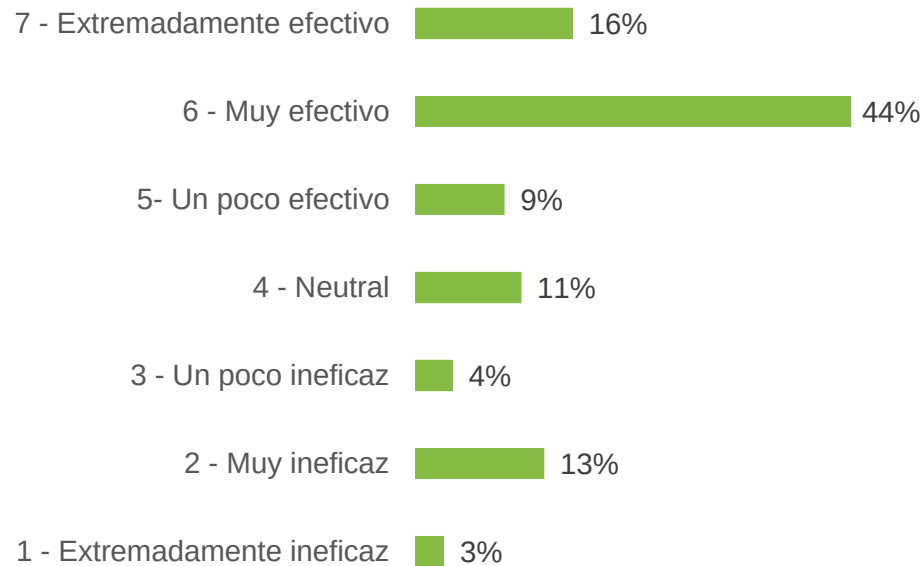


41%

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

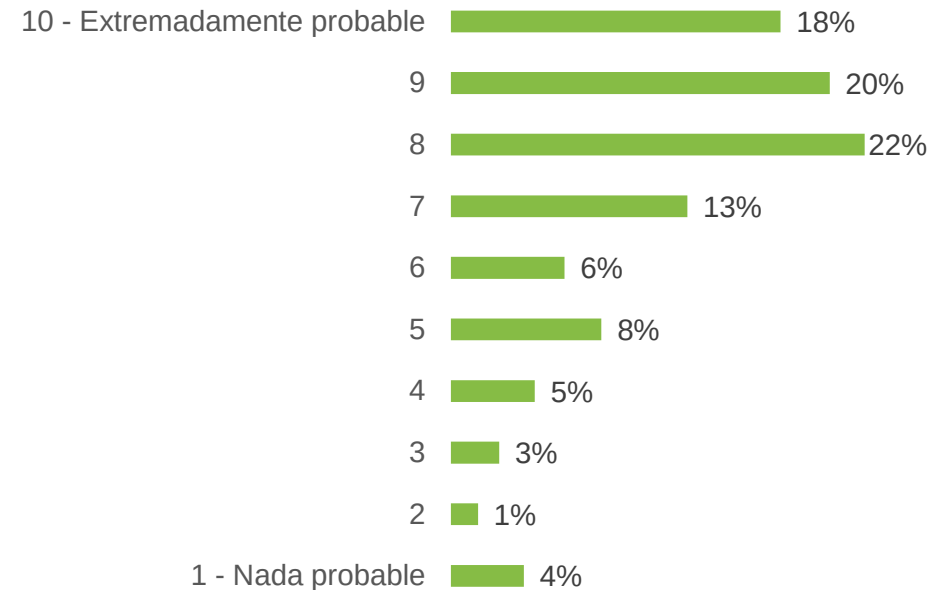
Pasantías | Efectividad y promoción

Todos los Estudiantes



69%

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



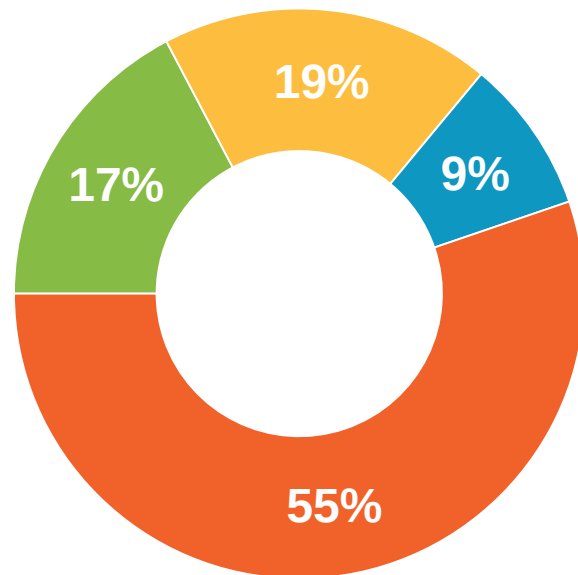
73%

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.

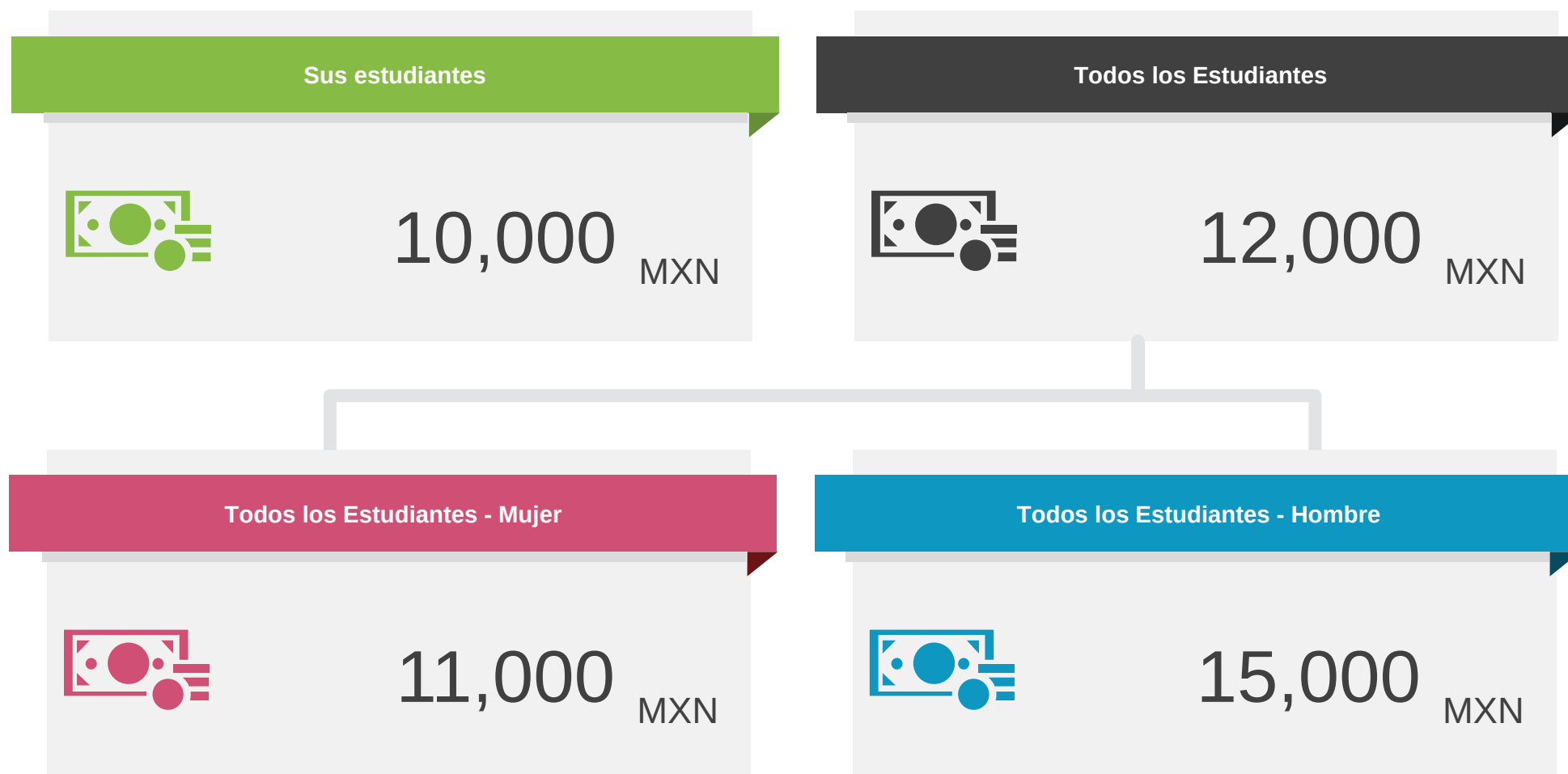
23%

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

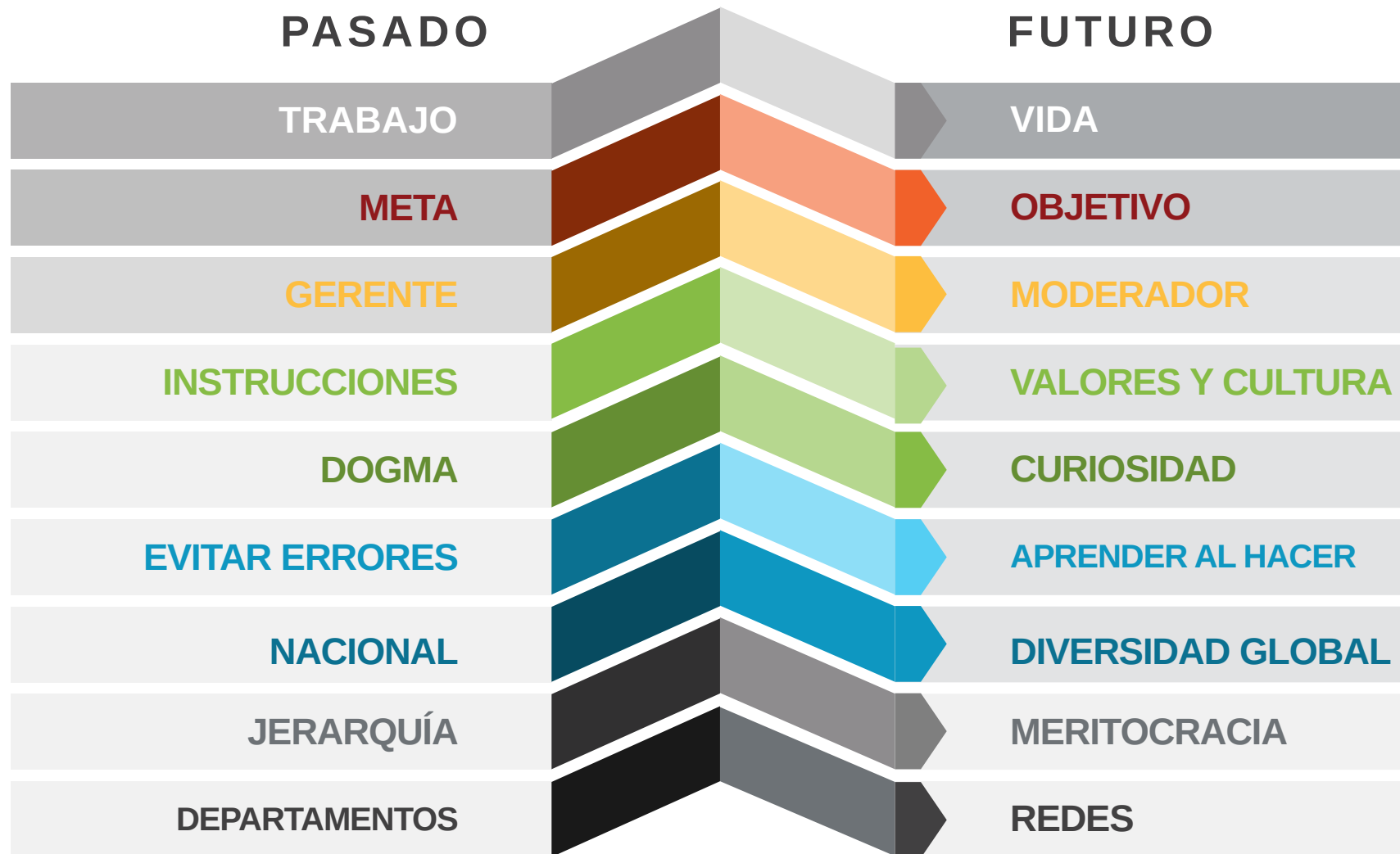
52%

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

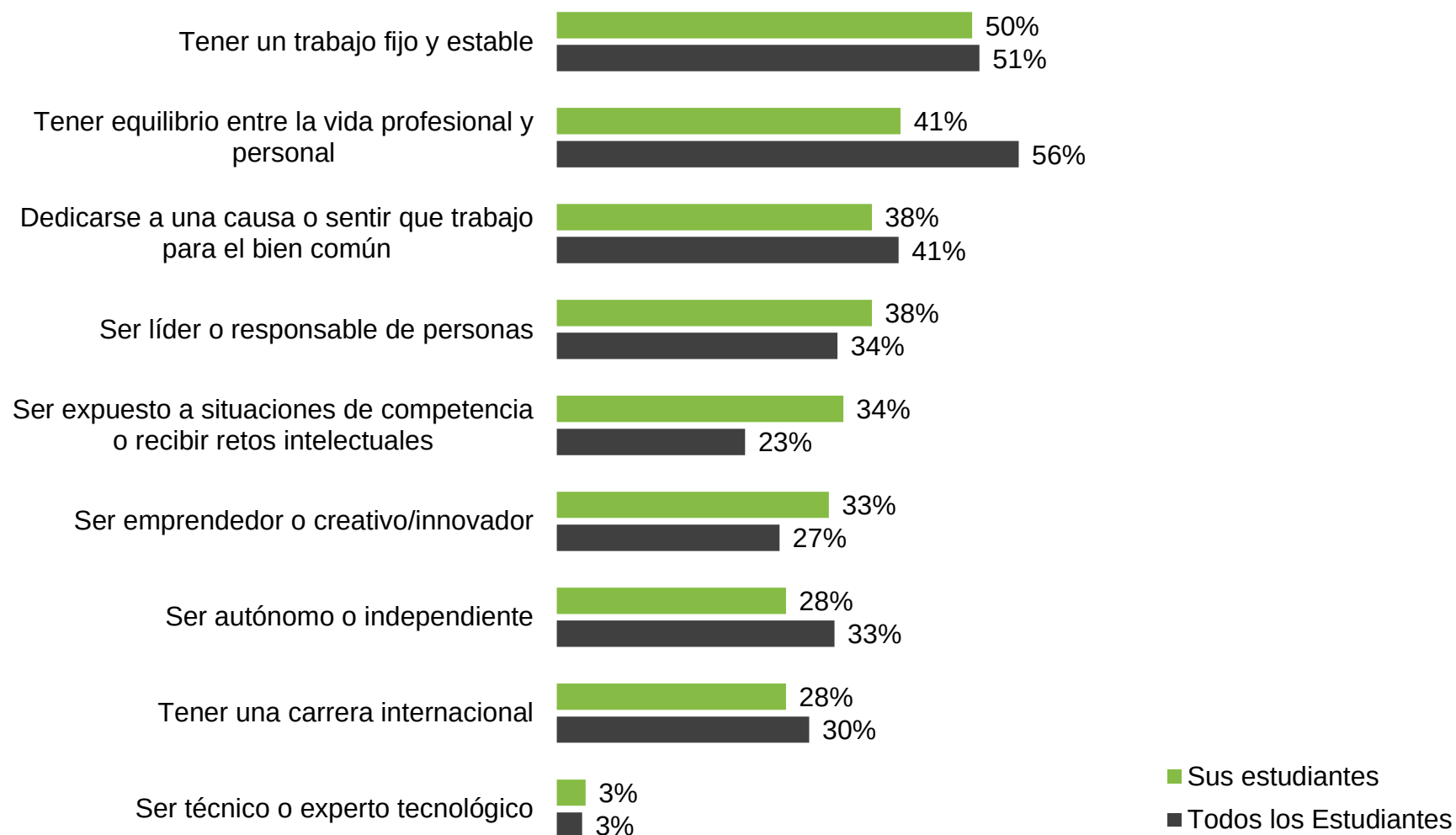
Salario mensual esperado de los estudiantes



¿Cómo notamos que el mundo está cambiando?

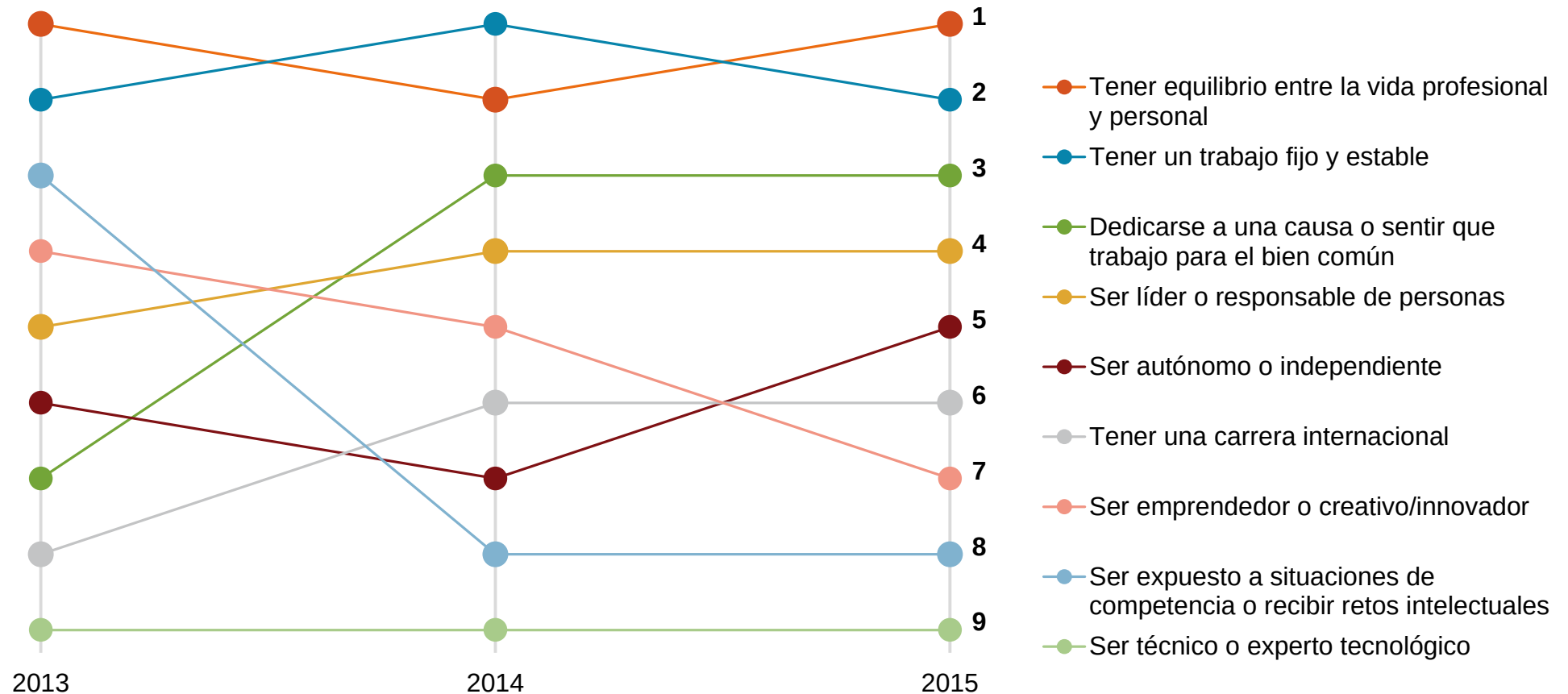


“Tener un trabajo fijo y estable” es el objetivo a largo plazo más importante para sus estudiantes



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. Prestigio
2. Estándares éticos
2. Innovación

GENTE Y CULTURA

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



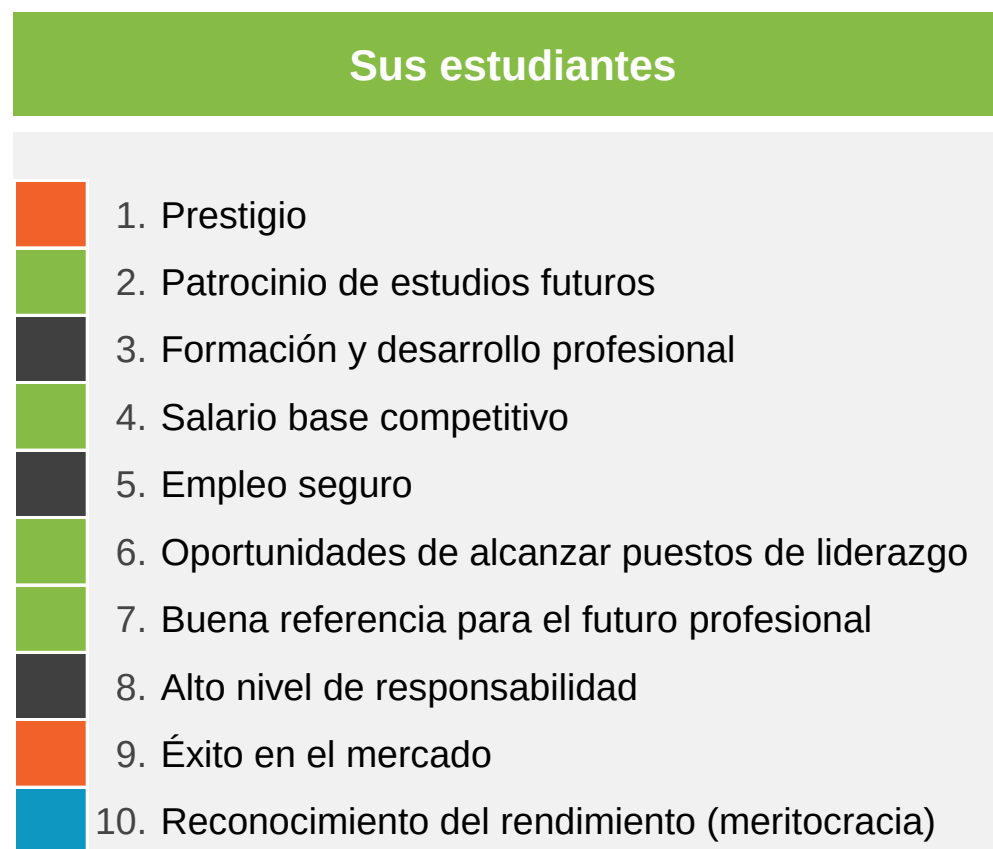
REMUNERACIÓN Y OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO

1. Patrocinio de estudios futuros
2. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
2. Salario base competitivo

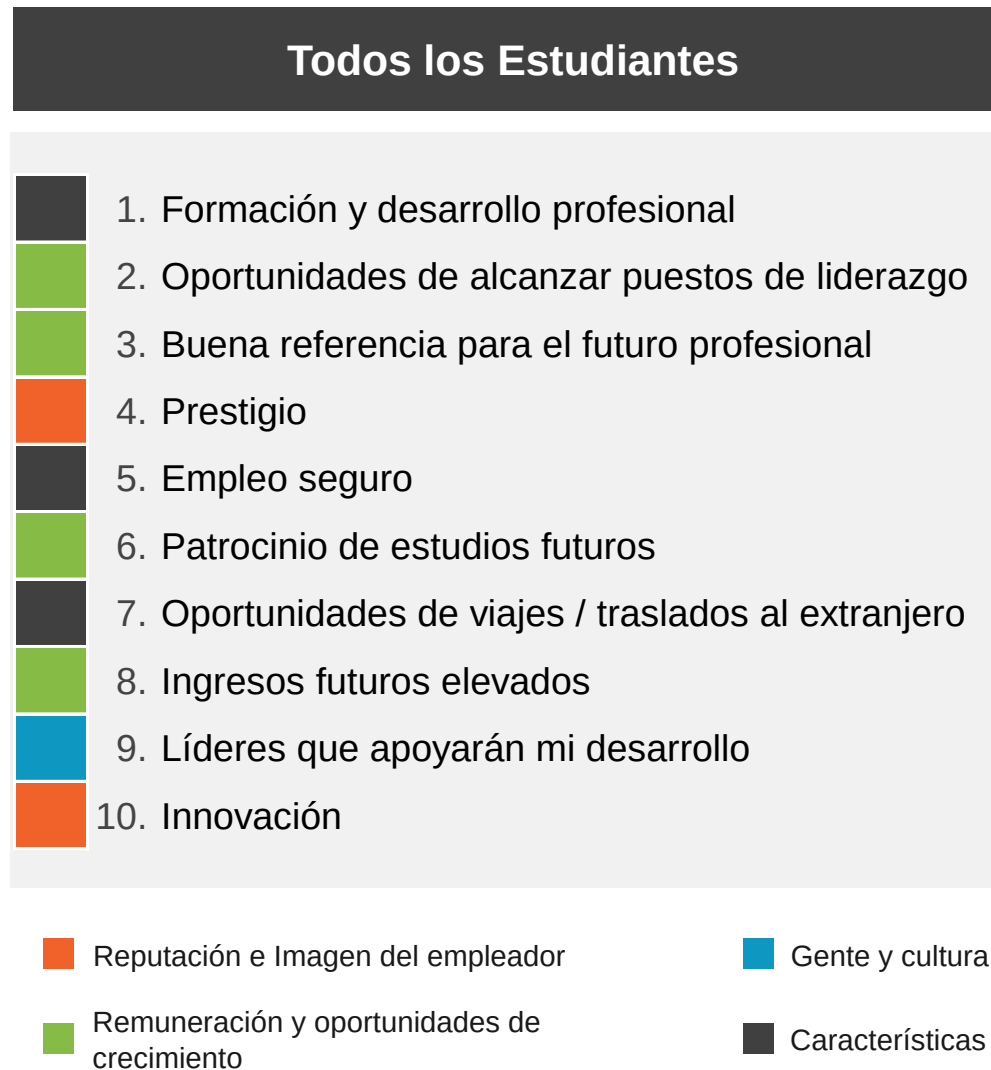
CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO

1. Formación y desarrollo profesional
2. Alto nivel de responsabilidad
2. Empleo seguro

“Prestigio” es el atributo más importante para sus estudiantes



Atributos más atractivos



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



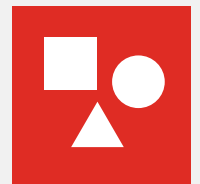
CONTACTO PERSONAL

- 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. Sitios Web sobre orientación profesional
- 4. Prensa universitaria y publicaciones estudiantiles
- 4. Publicidad al aire libre / en cartelera
- 6. Anuncios de empleadores en redes sociales
- 7. Anuncios de empleadores en páginas web de noticias/negocios
- 7. Anuncios de trabajo en TV
- 9. Revistas estudiantiles/Guías/ libros
- 10. Charlas / casos de estudio como parte del plan de estudios

Todos los Estudiantes

- 1. Redes sociales
- 2. Publicidad al aire libre / en cartelera
- 3. Sitios Web de empresas
- 4. Prensa universitaria y publicaciones estudiantiles
- 5. Anuncios de trabajo en TV
- 6. Revistas estudiantiles/Guías/ libros
- 7. Charlas / casos de estudio como parte del plan de estudios
- 8. Sitios Web sobre orientación profesional
- 9. Presentaciones de empresas en el campus universitario
- 10. Folletos donde se presentan las posibilidades profesionales

Medios impresos

Digitales

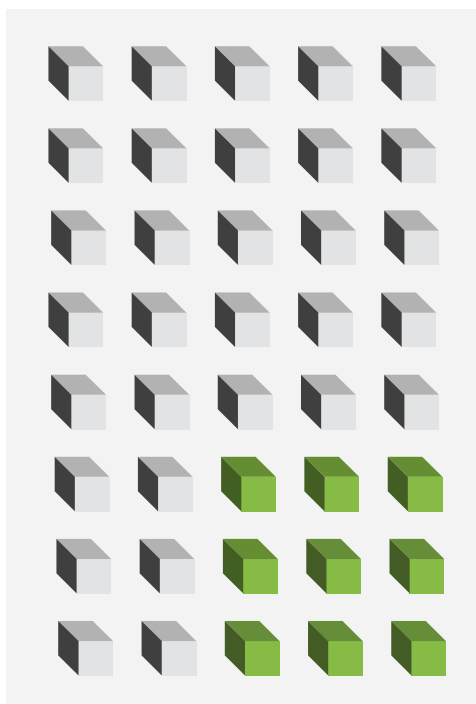
Contacto personal

Otro

Los rankings de Universum

LISTA COMPLETA DE COMPAÑÍAS

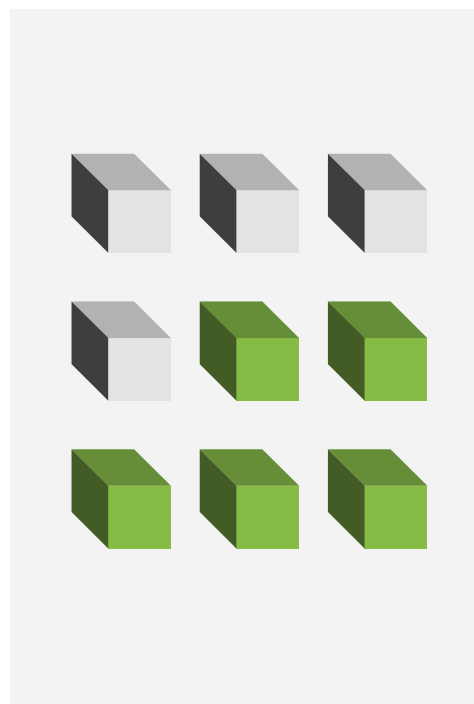
(129 empleadores dentro de cada campo de estudio principal)



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

RANKING DE EMPLEADOR CONSIDERADO

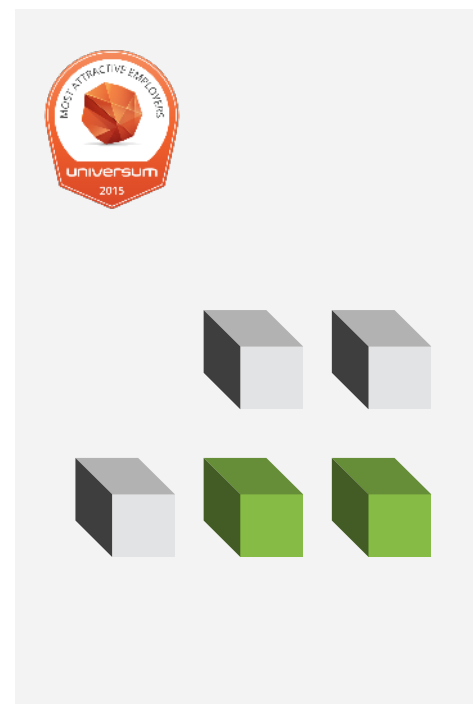
(todas las que correspondan)



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

RANKING DE EMPLEADORES IDEALES

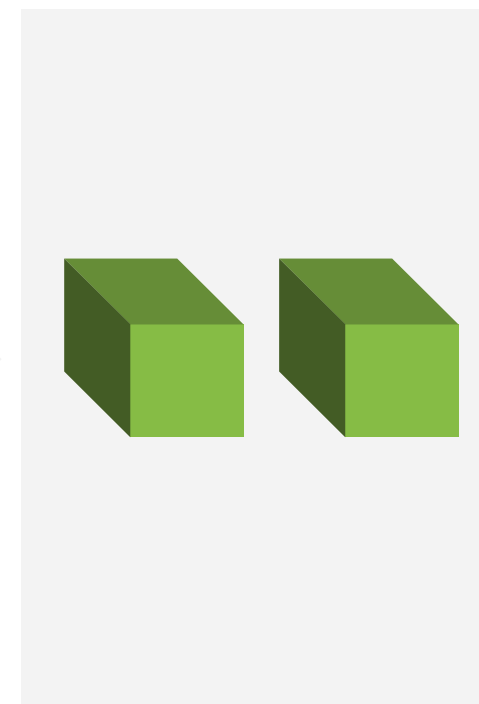
(máximo cinco empleadores)



“¿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 de la Salud

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Bayer	1	42.72%	↑ 1	Grupo Bimbo	11	23.30%	↓ -1
Nestlé	2	38.83%	↓ -1	PepsiCo	11	23.30%	↑ 1
Sigma Alimentos	3	28.16%	→ 0	Coca-Cola FEMSA	13	20.39%	↑ 7
Grupo Lala	4	27.18%	↑ 5	Colgate Palmolive	14	19.42%	↓ -6
Pfizer	4	27.18%	→ 0	Kellogg	15	18.45%	↓ -2
Pemex	6	26.21%	→ 0	L'Oréal Group	15	18.45%	↓ -2
DOW Química	7	25.24%	↑ 8	The Coca-Cola Company	17	17.48%	→ 0
Danone	8	24.27%	↓ -1	Grupo Modelo	18	15.53%	↓ -3
Johnson & Johnson	8	24.27%	↑ 3	FEMSA	19	14.56%	↑ 9
Roche	8	24.27%	↓ -4	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	20	12.62%	→ 0

Ranking de Empleadores Ideales | Principales 20

Sus estudiantes | Ciencias de la Salud

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Bayer	1	33.00%	↔ 0	Grupo Bimbo	11	7.00%	↑ 3
Nestlé	2	23.00%	↑ 1	Grupo Modelo	11	7.00%	↑ 19
Pfizer	3	21.00%	↓ -1	Merck	11	7.00%	↓ -4
Pemex	4	17.00%	↑ 1	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	14	6.00%	↑ 8
Roche	5	15.00%	↓ -1	MetLife	14	6.00%	↔ 0
Johnson & Johnson	6	14.00%	↑ 3	Colgate Palmolive	16	5.00%	↓ -8
DOW Química	7	12.00%	↑ 4	GNP	16	5.00%	↑ 32
Grupo Lala	7	12.00%	↑ 12	Kellogg	16	5.00%	↓ -2
Sigma Alimentos	9	11.00%	↓ -3	Monsanto	16	5.00%	↓ -2
Danone	10	10.00%	↔ 0	The Coca-Cola Company	16	5.00%	↑ 3

Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 20

Sus estudiantes | Ciencias de la Salud

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Bayer	1	16.84%	0	Grupo Bimbo	10	2.11%	1
Nestlé	2	11.58%	1	Grupo Carso	10	2.11%	15
Johnson & Johnson	3	10.53%	4	Kellogg	10	2.11%	4
Pfizer	3	10.53%	2	L'Oréal Group	10	2.11%	4
Grupo Modelo	5	4.21%	14	Merck	10	2.11%	-4
Pemex	5	4.21%	2	Monsanto	10	2.11%	Nuevo -
Sigma Alimentos	5	4.21%	-1	The Coca-Cola Company	10	2.11%	4
Grupo Lala	8	3.16%	3	Aeroméxico	18	1.05%	Nuevo -
Roche	8	3.16%	-7	Coca-Cola FEMSA	18	1.05%	1
DOW Química	10	2.11%	9	Colgate Palmolive	18	1.05%	-9

- ?
- ¿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

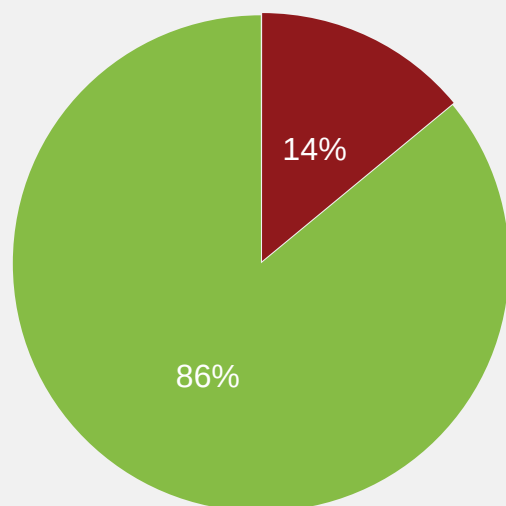


LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL

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

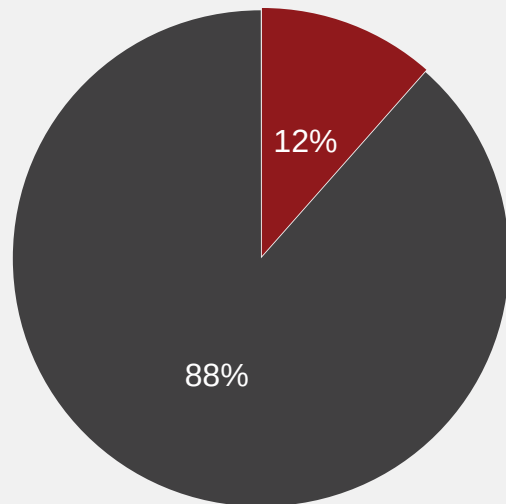


- Proporción de estudiantes que usan uno o más servicios de carrera en su universidad
- Proporción de estudiantes que no usan ningún servicio de carrera en su universidad



Uso general de servicios de orientación profesional

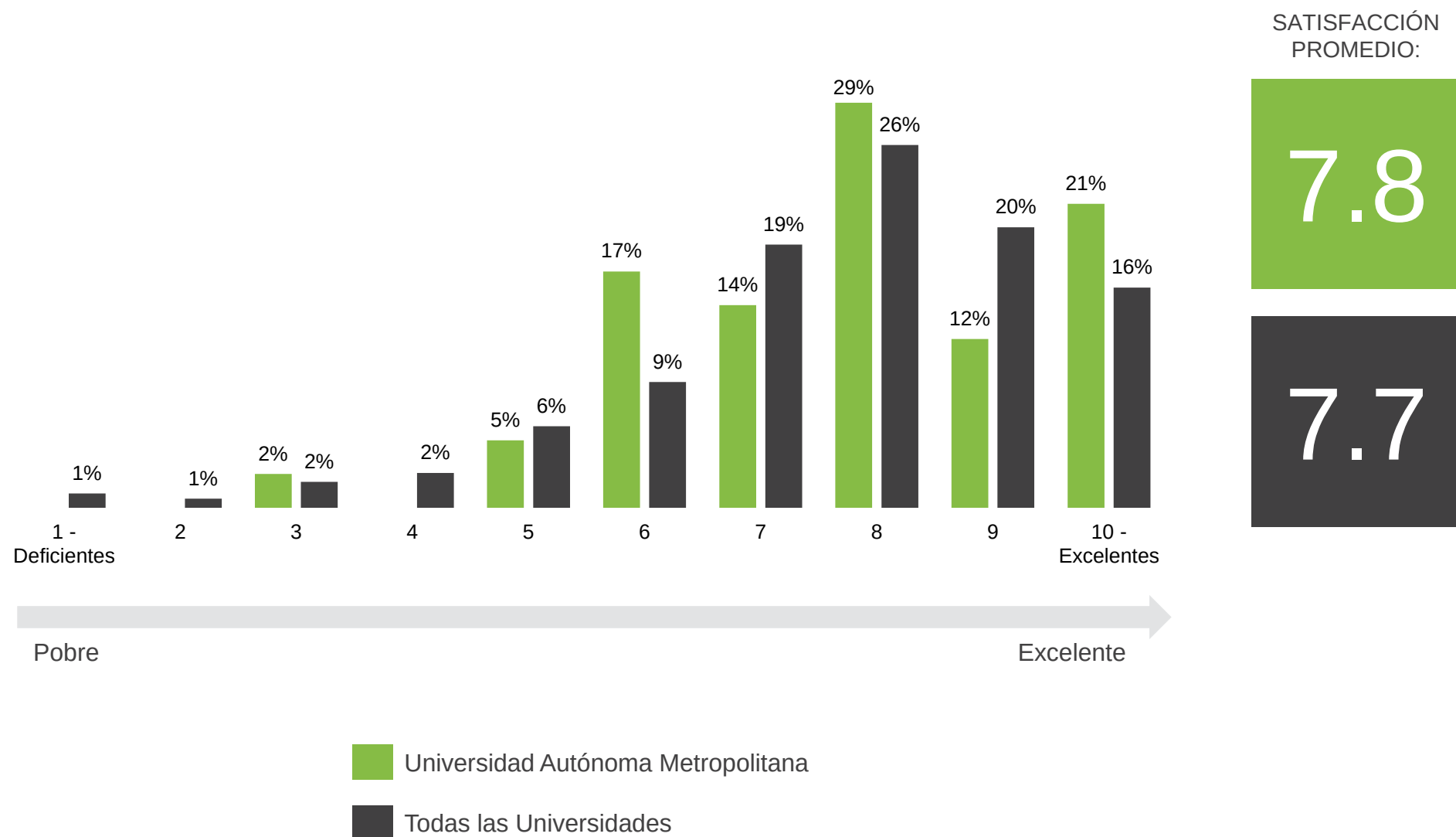
Todas las Universidades



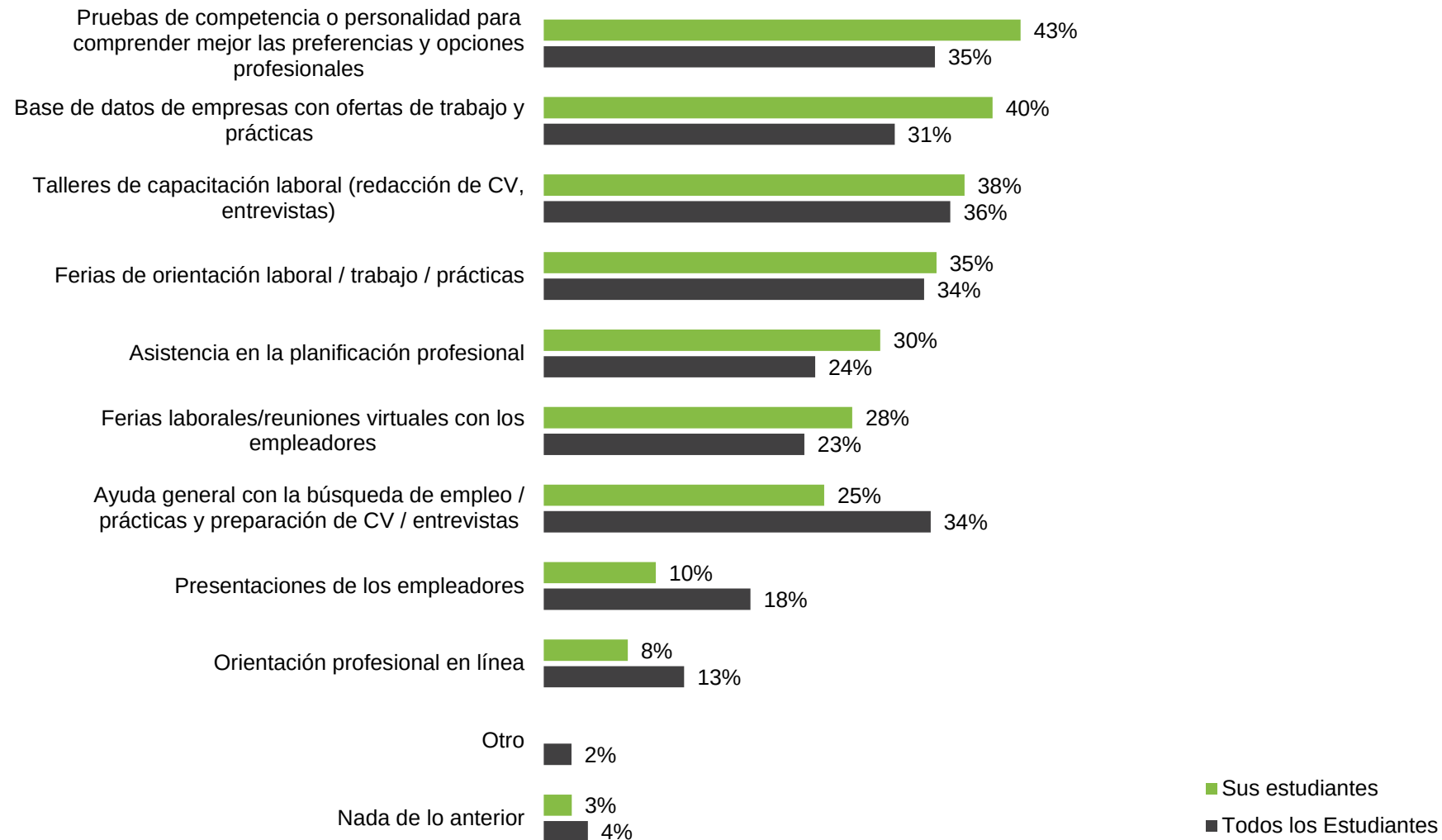
- Proporción de estudiantes que usan uno o más servicios de carrera en su universidad
- Proporción de estudiantes que no usan ningún servicio de carrera en su universidad



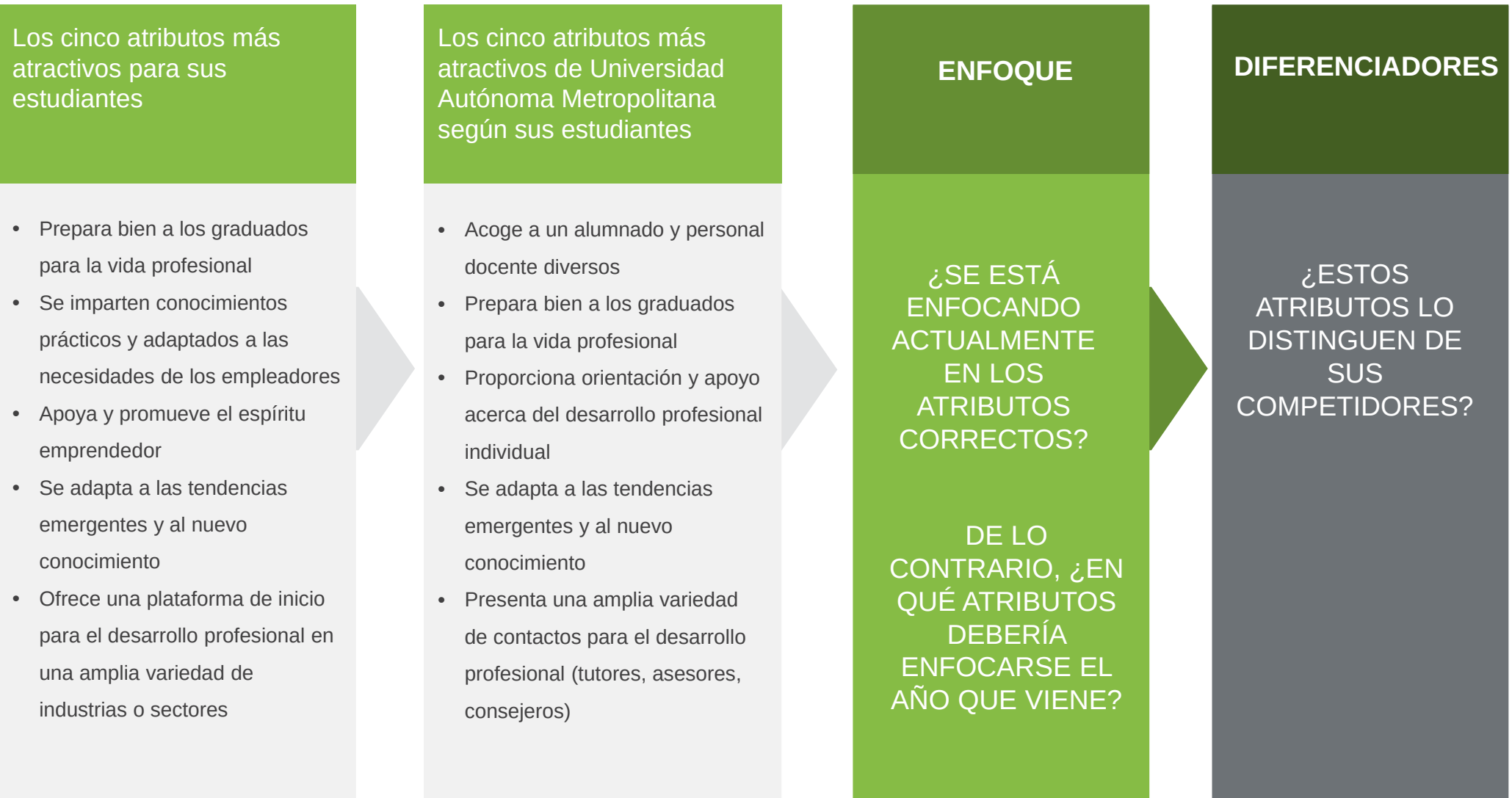
¿Cuán satisfechos están sus estudiantes con los servicios de carrera que ofrece?



¿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

- 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

Instituciones académicas (1/2)

Todos los Estudiantes

Universidad	Todos los Estudiantes	Universidad	Todos los Estudiantes
Universidad de Guadalajara	8.47%	Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	1.74%
Universidad Nacional Autónoma de México	8.04%	Universidad Autónoma Metropolitana	1.72%
Instituto Politécnico Nacional	6.70%	Universidad Tecnológica de México	1.52%
Universidad Autónoma de Nuevo León	5.99%	Universidad Autónoma de San Luis Potosí	1.47%
Universidad Veracruzana	5.78%	Universidad de Guanajuato	1.37%
Universidad Michoacana de San Nicolás	4.47%	Universidad Autónoma de Tamaulipas	1.19%
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	4.35%	Universidad Autónoma de Yucatán	1.13%
Universidad Autónoma de Baja California	3.96%	Universidad de Sonora	1.10%
Universidad del Noreste	2.94%	Universidad Autónoma de Querétaro	1.05%
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez	2.86%	Universidad de Monterrey	0.98%
Universidad Autónoma del Estado de México	2.84%	Universidad Anáhuac, México Norte	0.97%
Universidad Autónoma de Guadalajara	2.26%	Universidad Autónoma del Estado de Morelos	0.82%
Universidad Autónoma de Sinaloa	2.21%	Tec de Monterrey, Campus Monterrey	0.74%
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	1.92%	Universidad Xochicalco	0.68%



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

Instituciones académicas (2/2)

Todos los Estudiantes

Universidad	Todos los Estudiantes	Universidad	Todos los Estudiantes
Universidad del Valle de México	0.66%	Universidad Iberoamericana, Puebla	0.13%
Universidad La Salle	0.55%	Universidad Internacional de La Paz	0.11%
Universidad Autónoma de Tamaulipas, Campus Tampico	0.51%	Universidad Panamericana	0.11%
Universidad Autónoma de Aguascalientes	0.45%	Universidad Iberoamericana, Campus León	0.11%
Universidad del Valle de México, Campus Querétaro	0.44%	Tec de Monterrey, Campus Ciudad de México	0.09%
Universidad Villa Rica (Veracruz)	0.39%	Universidad La Salle Noroeste	0.09%
Universidad La Salle Bajío	0.37%	Universidad del Valle de México, Campus Torreón	0.07%
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente	0.32%	Tec de Monterrey, Campus Guadalajara	0.06%
Instituto Tecnológico de Sonora	0.28%	Universidad del ISTMO	0.05%
Universidad Anáhuac Mayab	0.28%	Universidad Regiomontana	0.04%
Universidad de Las Américas Puebla	0.27%	Universidad del Valle de México, Campus Laredo	0.03%
Universidad del Valle de México, Campus Reynosa	0.23%	Tec de Monterrey, Campus Chihuahua	0.02%
Universidad de Las Américas DF	0.20%	Universidad Tec Milenio, Campus Monterrey	0.02%
Universidad Cristóbal Colón (Veracruz)	0.17%	Otro	14.53%
Universidad Iberoamericana	0.16%		



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

Ranking de Empleador Considerado | Principales 30

Todos los Estudiantes | Ciencias de la Salud

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	28.85%	↑ 2	Danone	16	11.00%	↓ -4
Bayer	2	24.92%	↓ -1	Roche	17	10.94%	↓ -3
Pfizer	3	19.75%	↑ 1	Microsoft	18	9.65%	↑ 4
Nestlé	4	19.74%	↓ -2	Kellogg	19	9.63%	↓ -2
MetLife	5	16.15%	↑ 4	PepsiCo	20	9.23%	↓ -4
Grupo Bimbo	6	13.95%	→ 0	Televisa	21	9.01%	→ 0
Johnson & Johnson	7	13.87%	↑ 6	Facebook	22	8.74%	↑ 10
The Coca-Cola Company	8	13.85%	↓ -3	Aeroméxico	23	8.49%	→ 0
Coca-Cola FEMSA	9	12.99%	↑ 1	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	24	7.87%	↓ -4
DOW Química	10	12.78%	↑ 9	CFE - Comisión Federal de Electricidad	25	7.75%	→ 0
Sigma Alimentos	11	12.48%	↓ -4	Sony	26	7.31%	↑ 5
Google	12	12.40%	↑ 6	Ferrero	27	6.99%	↑ 18
Colgate Palmolive	13	12.14%	↓ -5	FEMSA	28	6.97%	→ 0
Grupo Lala	14	11.48%	↓ -3	TV Azteca	29	6.48%	↓ -2
L'Oréal Group	15	11.40%	→ 0	Audi	30	6.43%	↑ 11

Ranking de Empleadores Ideales | Principales 30

Todos los Estudiantes | Ciencias de la Salud

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	23.47%	↑ 1	Microsoft	16	4.79%	↑ 6
Bayer	2	18.82%	↓ -1	Grupo Lala	17	4.73%	↓ -4
Pfizer	3	15.84%	→ 0	Danone	18	4.68%	↓ -3
Nestlé	4	10.72%	→ 0	Facebook	19	4.52%	↑ 6
MetLife	5	9.65%	↑ 1	CFE - Comisión Federal de Electricidad	20	4.29%	↑ 1
Google	6	8.61%	↑ 4	Coca-Cola FEMSA	21	4.24%	↓ -5
DOW Química	7	7.43%	↑ 10	Aeroméxico	22	4.22%	↓ -2
Johnson & Johnson	8	7.10%	↑ 3	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	23	3.76%	↑ 5
Roche	9	7.08%	↓ -4	Procter & Gamble (P&G)	24	3.39%	→ 0
The Coca-Cola Company	10	6.39%	↓ -2	Kellogg	25	3.39%	↓ -6
Sigma Alimentos	11	6.35%	↓ -4	TV Azteca	26	3.34%	↓ -3
Grupo Bimbo	12	6.16%	↓ -3	Audi	27	3.27%	↑ 6
Colgate Palmolive	13	5.68%	↓ -1	FEMSA	28	2.80%	↑ 3
Televisa	14	4.97%	↑ 4	Volaris	29	2.43%	↑ 5
L'Oréal Group	15	4.87%	↓ -1	AXA Seguros	30	2.43%	↑ 9

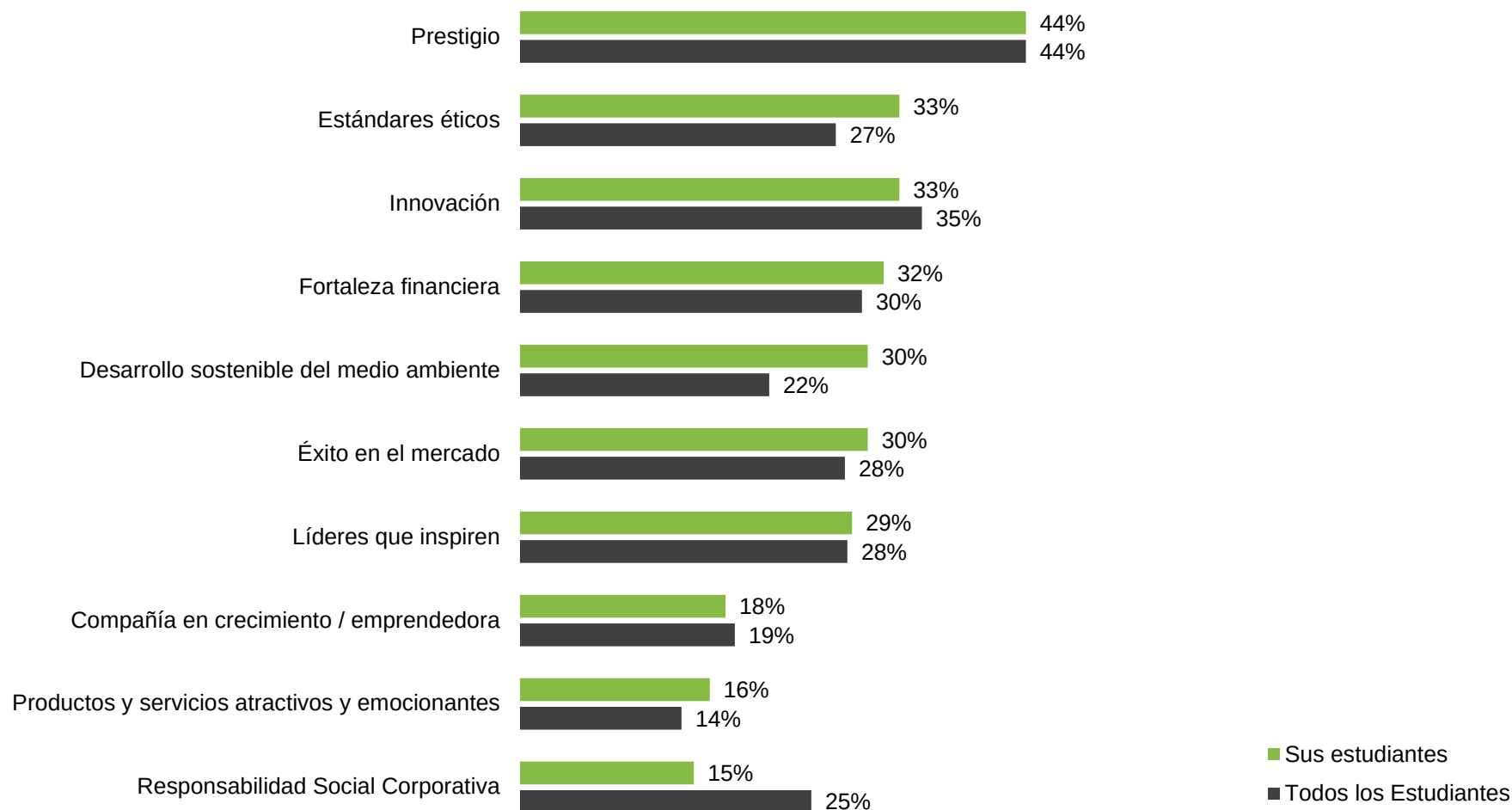
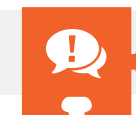
Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 30

Todos los Estudiantes | Ciencias de la Salud

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	14.09%	0	L'Oréal Group	16	1.68%	1
Bayer	2	7.59%	0	CFE - Comisión Federal de Electricidad	17	1.64%	-2
Pfizer	3	6.67%	1	Danone	18	1.53%	4
Nestlé	4	4.23%	-1	Colgate Palmolive	19	1.50%	-1
Roche	5	3.88%	2	MetLife	20	1.35%	-11
Grupo Bimbo	6	3.37%	0	Televisa	21	1.31%	-1
DOW Química	7	2.91%	7	FEMSA	22	1.21%	-3
The Coca-Cola Company	8	2.76%	-3	Grupo Modelo	23	1.12%	1
Johnson & Johnson	9	2.71%	7	PepsiCo	24	1.11%	5
Sigma Alimentos	10	2.33%	-2	Merck	25	1.04%	0
Coca-Cola FEMSA	11	2.24%	0	Unilever	26	1.04%	0
Google	12	2.00%	0	Kellogg	27	0.98%	-4
Grupo Lala	13	1.89%	0	Aeroméxico	28	0.97%	7
Procter & Gamble (P&G)	14	1.78%	-4	Monsanto	29	0.94%	21
Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	15	1.69%	12	Banamex	30	0.84%	13

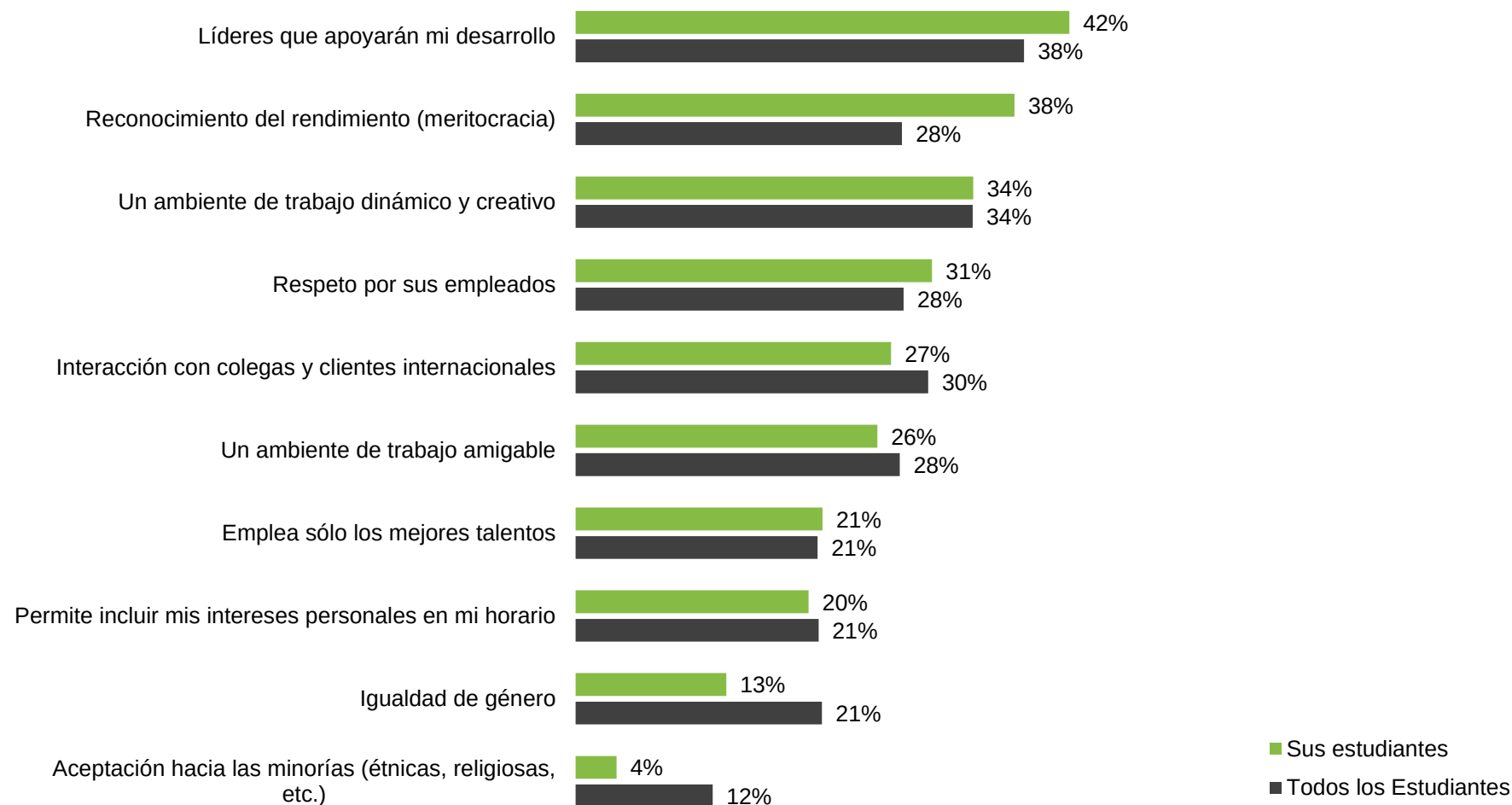
Reputación e Imagen del empleador

Atributos atractivos



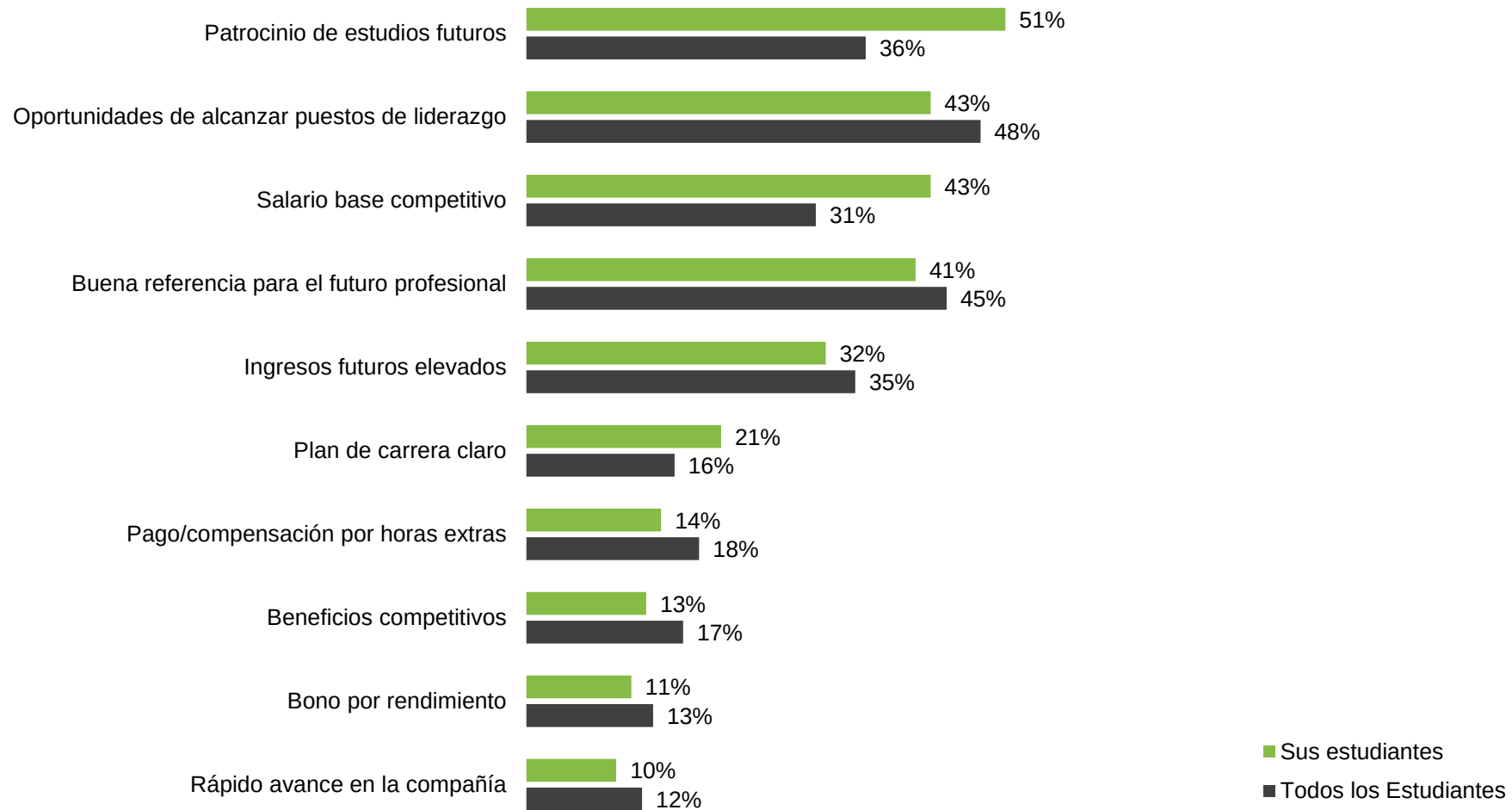
Gente y cultura

Atributos atractivos



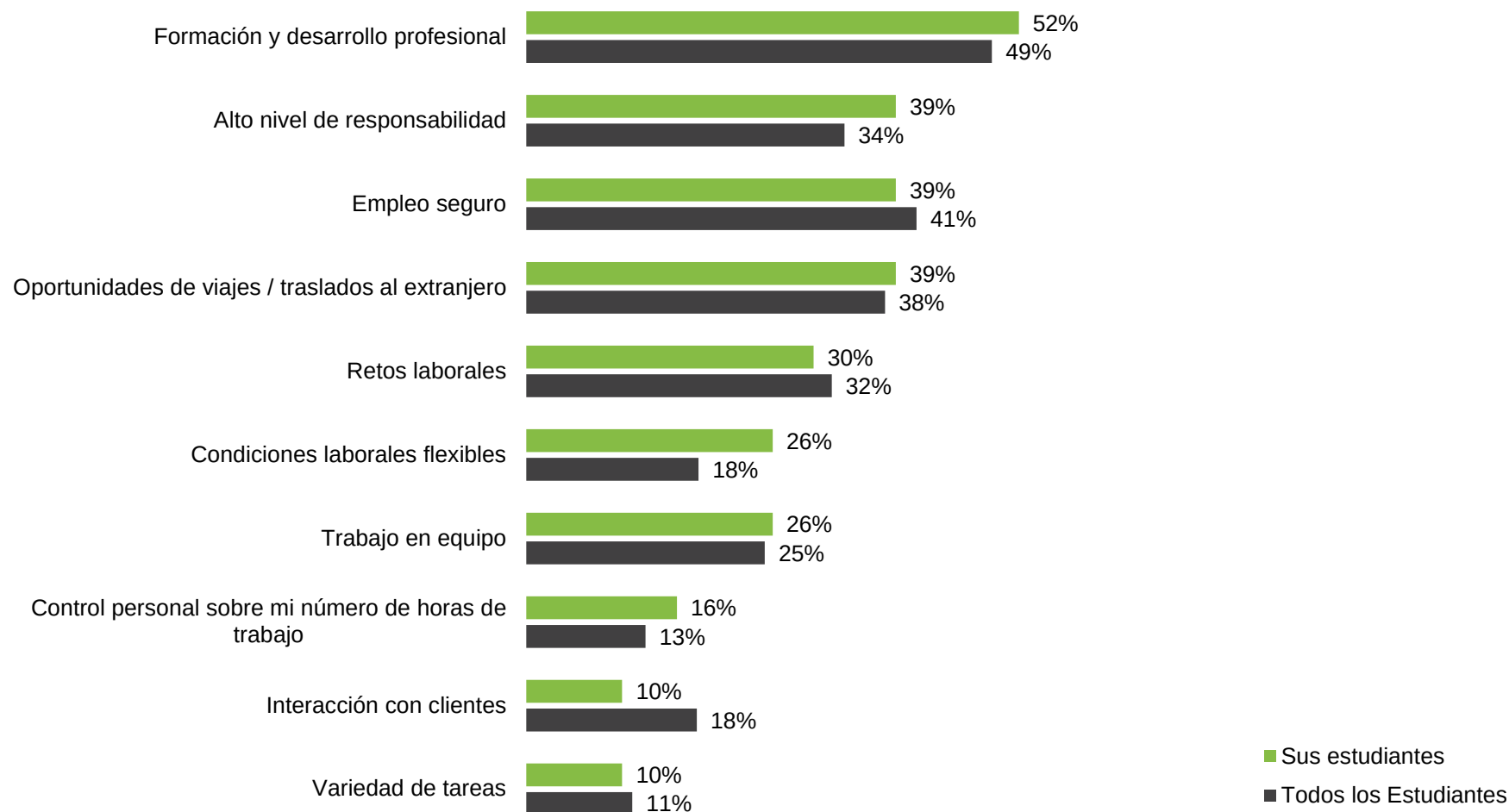
Remuneración y oportunidades de crecimiento

Atributos atractivos



Características del trabajo

Atributos atractivos





universum

¡GRACIAS!

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