



Investigación de Talentos de Universum 2015

Informe de colaboradores | Universidad Autónoma Metropolitana
Edición México | Estudiantes & Profesionales |
Humanidades/Arte/Educación/Derecho



Acerca de Universum



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

CADA AÑO

1,000,000

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



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



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



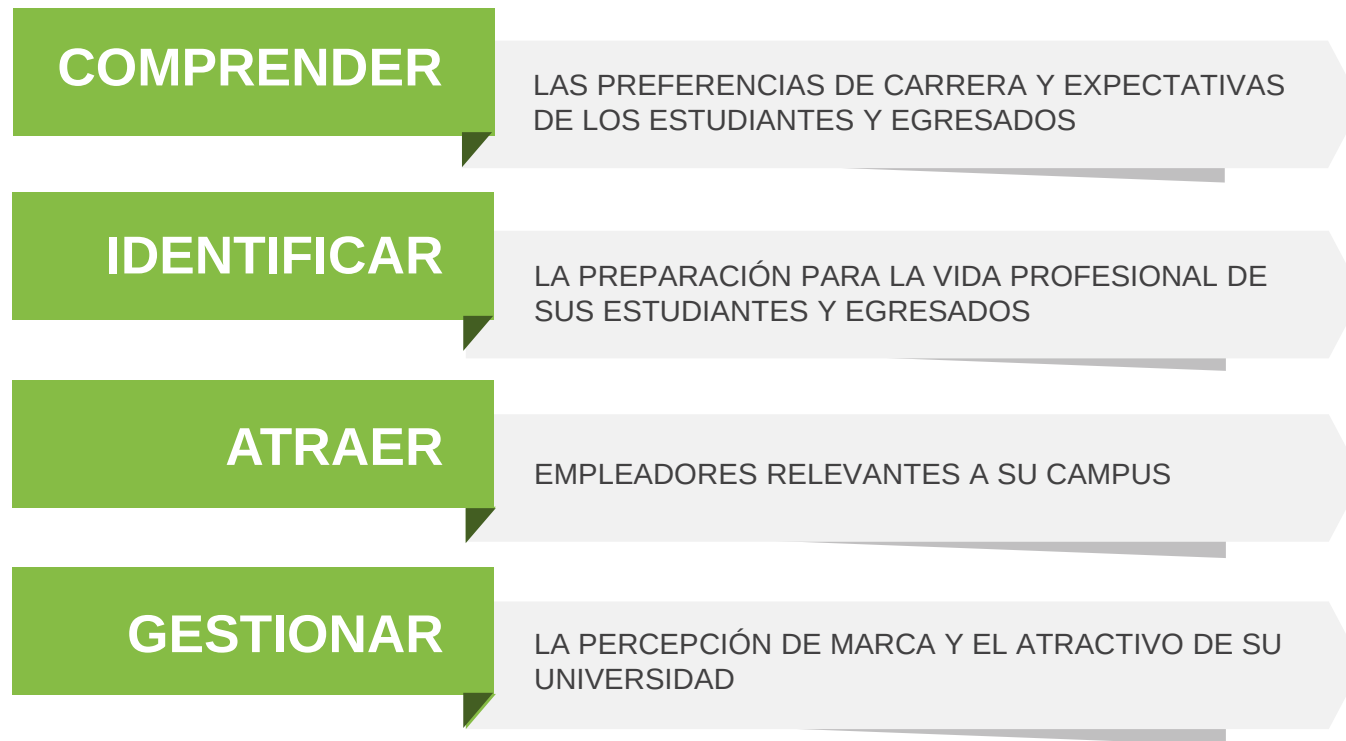
Nuestro alcance global asegura que los resultados de nuestros estudios pueden ser comparados entre mercados. Trabajamos con más de 2,000 de las mejores instituciones académicas en el mundo.



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

Ayudamos a las Instituciones de Educación Superior

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



Modelo de lista de clientes

Algunos de los empleadores más atractivos del mundo



Universum en los medios de comunicación

Clasificaciones y editores de liderazgo de reflexión de Universum



Tendencias de mercado | México

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

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



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

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



Crisis de confianza en el liderazgo

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

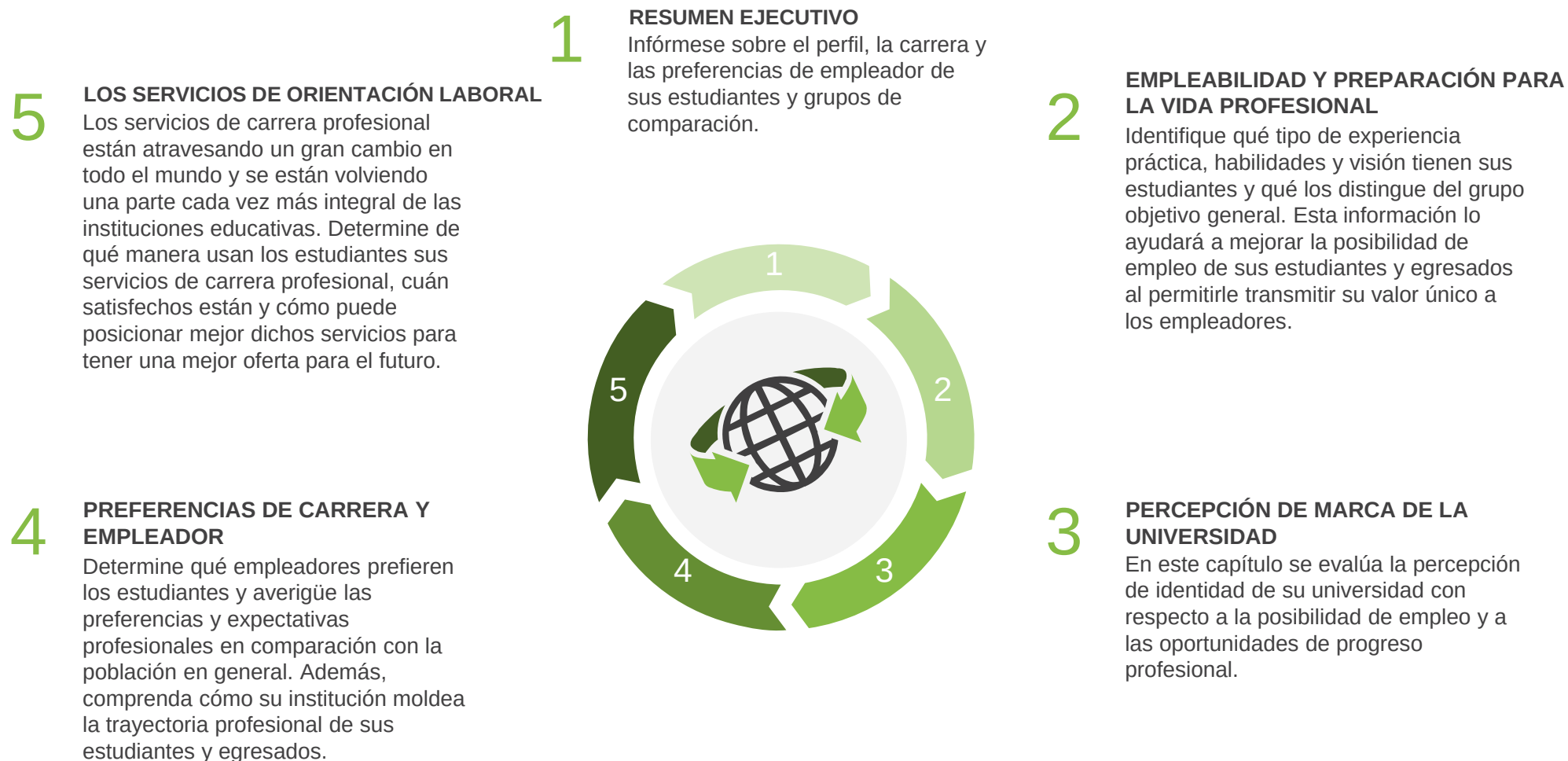


Los problemas de Pemex tendrán grandes consecuencias

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



Lo que cubrimos en este reporte



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

EL CUESTIONARIO



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

ENCUESTADOS



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



Período
Octubre 2014 a Enero 2015



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

ESTE REPORTE

Número de encuestados

Grupo 1

Sus estudiantes

361

Grupo 2

Todos los Estudiantes

8,844

Grupo 3

Sus ex alumnos

456

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	8.5
Sus ex alumnos	9.2

Puntaje promedio de satisfacción de la universidad:

Sus estudiantes	8.7
Todos los Estudiantes	8.2

Universidad Autónoma Metropolitana Indicadores clave de desempeño de empleabilidad

Sus estudiantes

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

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



0-20%



20-40%



40-60%



60-80%



80-100%

El perfil y el resumen de las preferencias de los estudiantes



Sus estudiantes



PRINCIPALES METAS DE DESARROLLO PROFESIONAL

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

LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

1. Formación y desarrollo profesional
2. Buena referencia para el futuro profesional
3. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
4. Oportunidades de viajes / traslados al extranjero
5. Un ambiente de trabajo dinámico y creativo



ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS ESTUDIANTES SE IDENTIFICAN

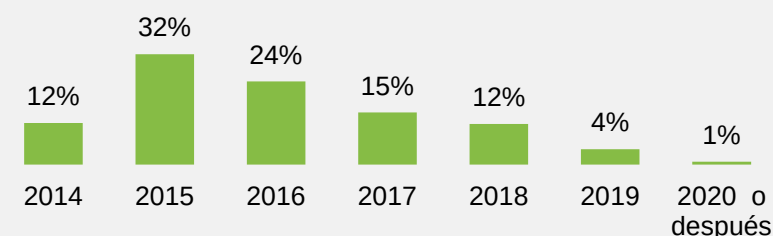
1. Orientado hacia el futuro
2. Se toma el tiempo para pensar
3. Se enfoca en la solución



LAS 3 PRINCIPALES INDUSTRIAS

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

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. Ser emprendedor o creativo/innovador
3. Tener un trabajo fijo y estable

LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

1. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
2. Formación y desarrollo profesional
3. Oportunidades de viajes / traslados al extranjero
4. Buena referencia para el futuro profesional
5. Un ambiente de trabajo dinámico y creativo



ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS ESTUDIANTES SE IDENTIFICAN

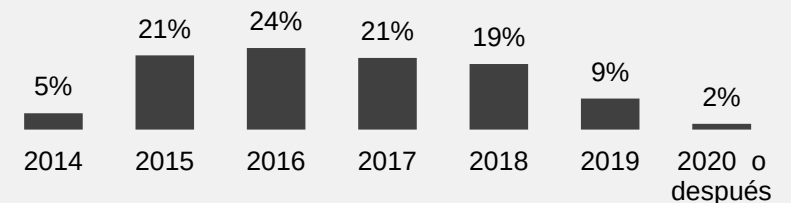
1. Orientado hacia el futuro
2. Se toma el tiempo para pensar
3. Tiene una visión general



LAS 3 PRINCIPALES INDUSTRIAS

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

AÑO DE GRADUACIÓN:



El perfil y el resumen de las preferencias de los estudiantes



Sus ex alumnos



PRINCIPALES METAS DE DESARROLLO PROFESIONAL

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

LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

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



ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS PROFESIONALES SE IDENTIFICAN

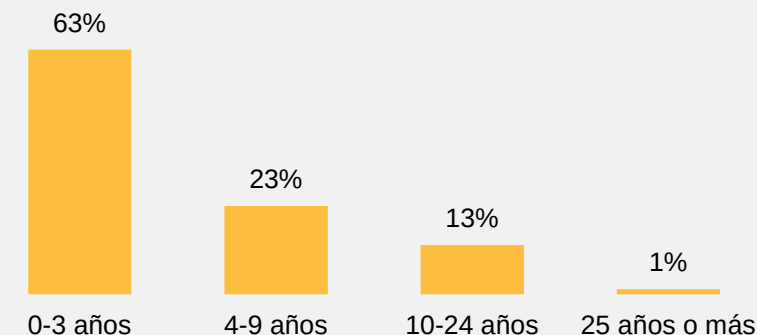
1. Se enfoca en la solución
2. Se toma el tiempo para pensar
3. Comportamientos equilibrados



LAS 3 INDUSTRIAS MÁS REPRESENTADAS

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

DISTRIBUCIÓN DE LA EXPERIENCIA LABORAL



Índice de contenidos

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



Empleabilidad y preparación para la vida profesional

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

Cómo medimos la empleabilidad en la Encuesta de talentos de Universum



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

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

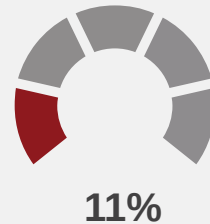
11% de sus estudiantes tienen una actitud internacional

INTERNACIONALISTAS



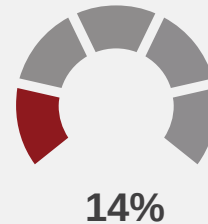
Proporción del talento con una visión internacional dentro del grupo objetivo:

Sus estudiantes



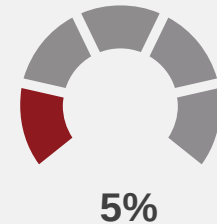
11%

Todos los Estudiantes



14%

Sus ex alumnos

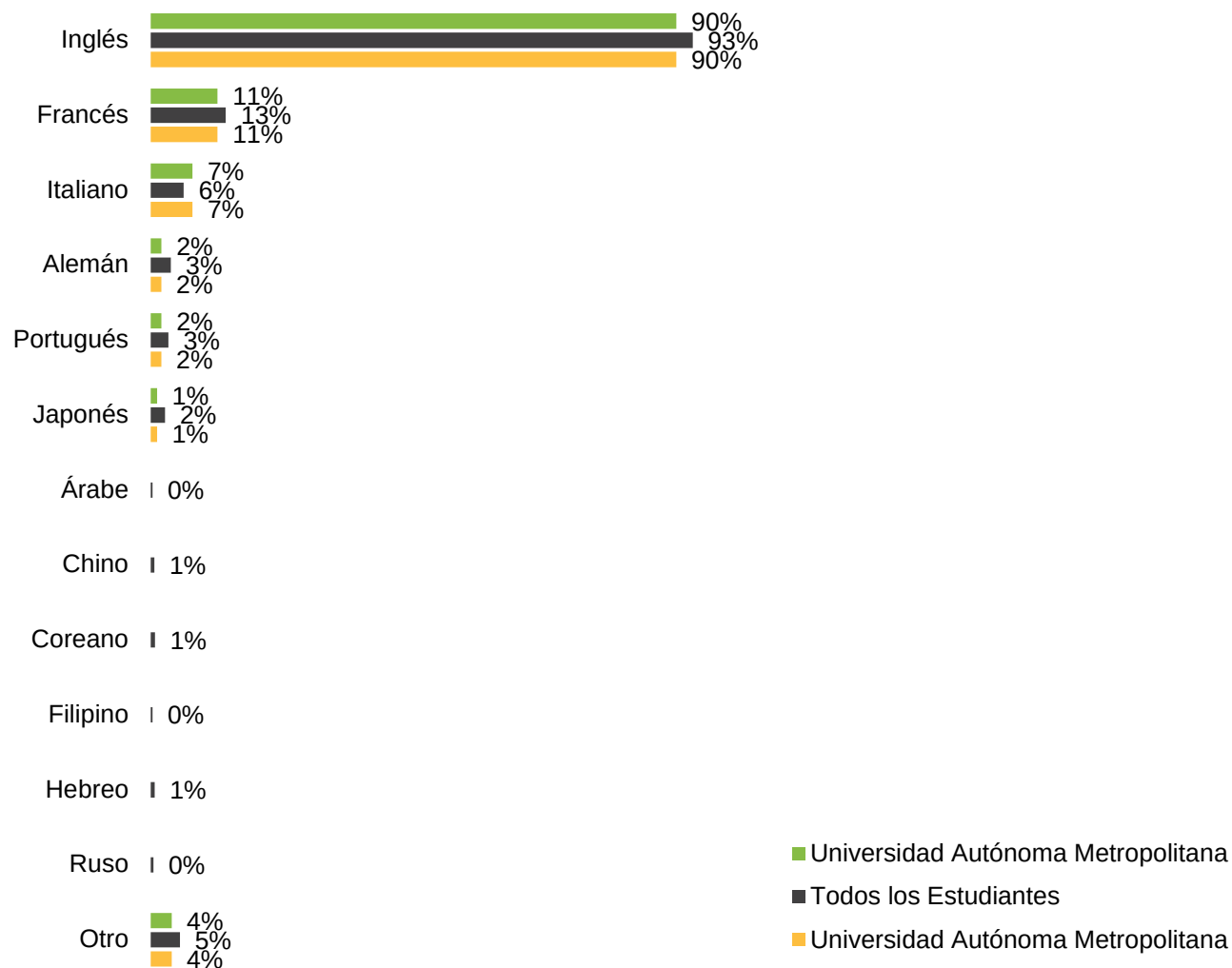


5%

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.)

8% de sus estudiantes tienen potencial de liderazgo

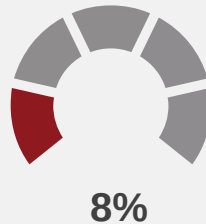
LÍDERES



PL²
Potencial de
liderazgo

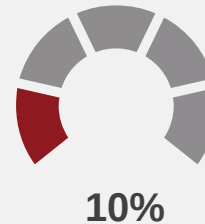
Proporción del talento con potencial de liderazgo dentro del grupo objetivo:

Sus estudiantes



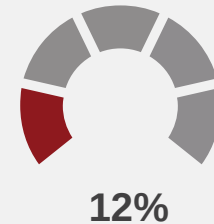
8%

Todos los Estudiantes



10%

Sus ex alumnos



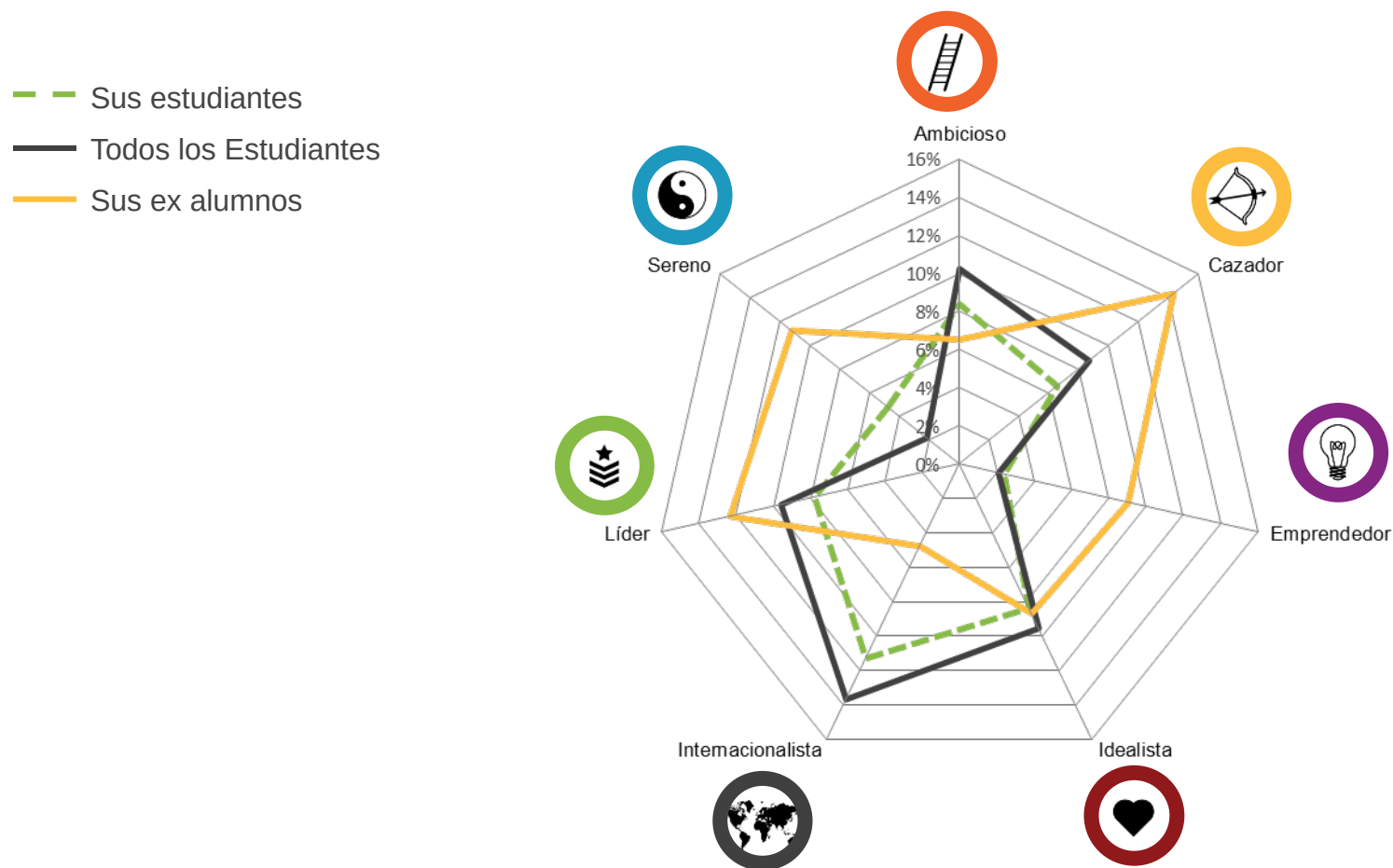
12%

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.

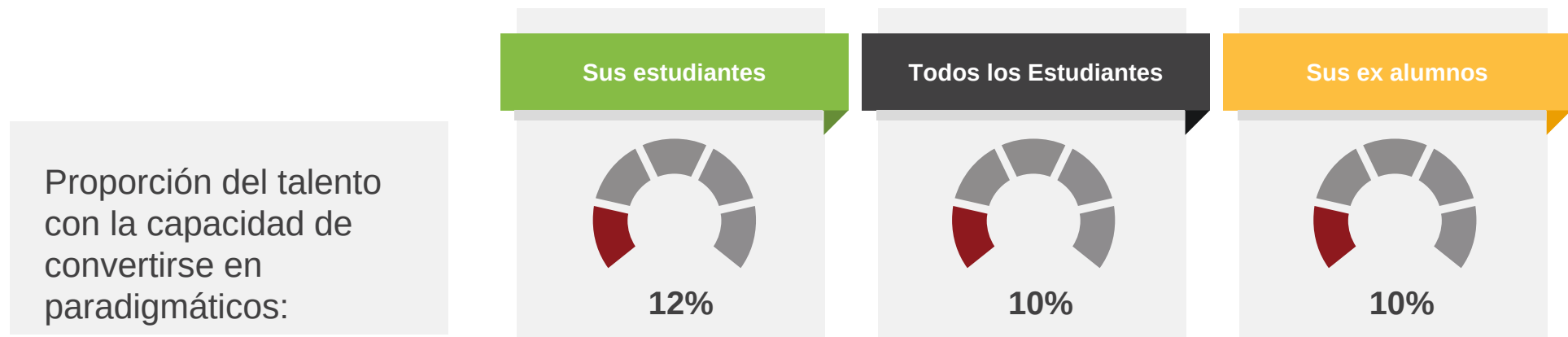
Los perfiles de desarrollo profesional de Universum

Distribución por grupo objetivo



12% de sus estudiantes tienen la capacidad de ser paradigmáticos

PARADIGMÁTICOS



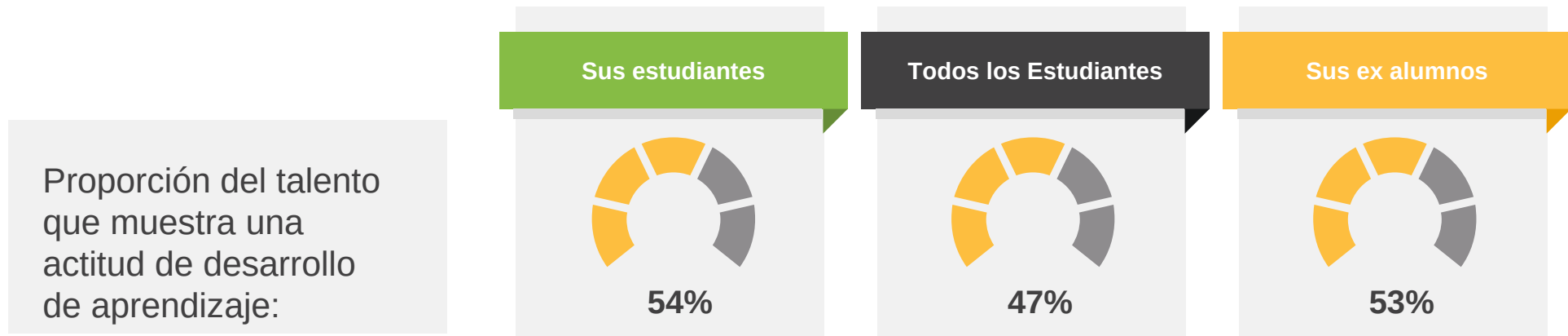
Las personas paradigmáticas son aquellas que ayudarán a desarrollar el negocio, permanecer en el mercado y/o seguir innovando. Si bien en el pasado los empleados más eficientes solían ser los más exitosos, el futuro valorará aquellos que muestren pasión por lo que hacen. Los paradigmáticos reúnen los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

54% de sus estudiantes tienen un aprendizaje flexible

APRENDIZAJE FLEXIBLE

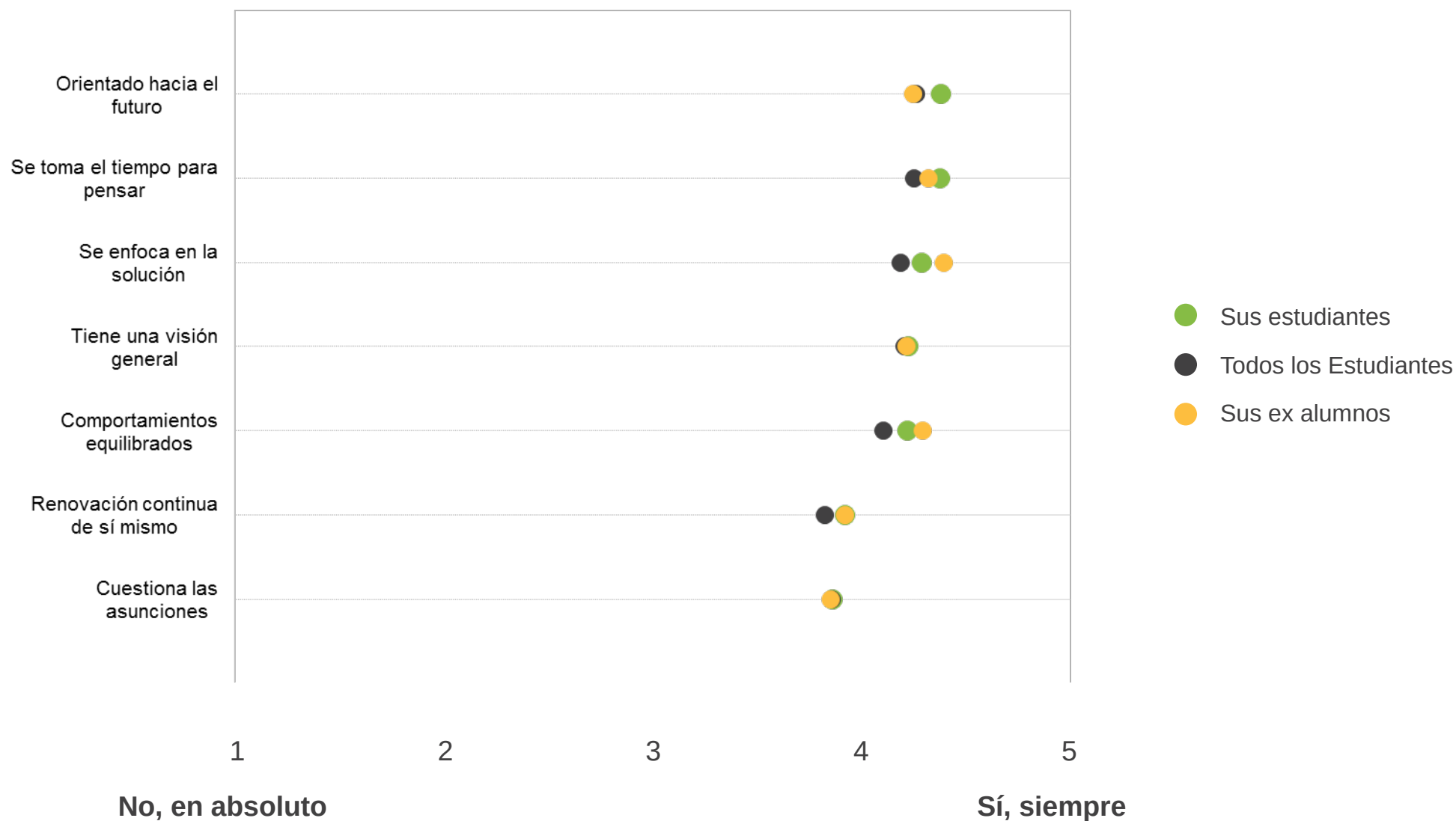
AF⁴
Aprendizaje flexible



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

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

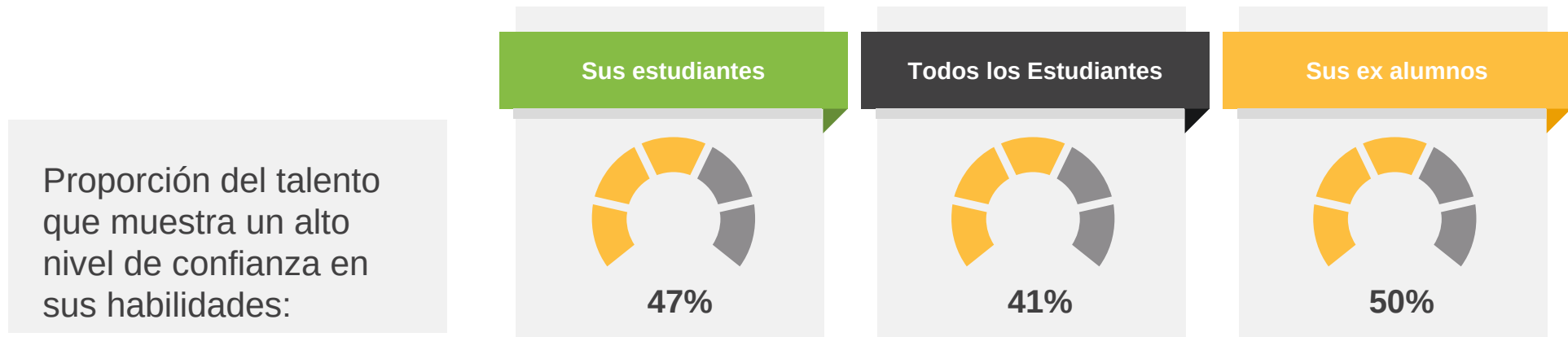
Cómo varía la visión flexible entre los grupos objetivos



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

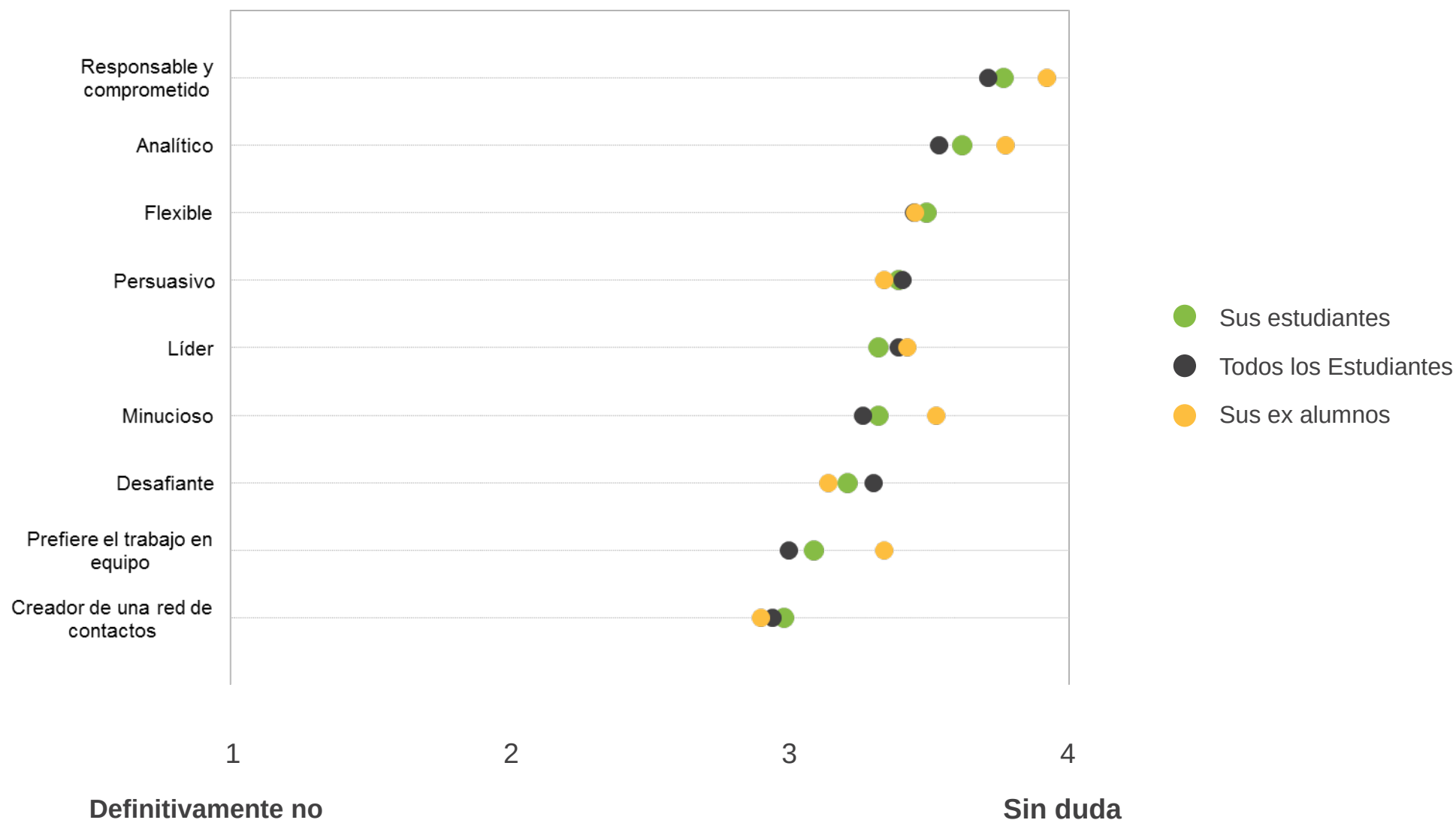
CONFIANZA EN HABILIDADES

CH⁵
Confianza en
habilidades



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

¿Qué habilidades de personalidad describen a cada grupo objetivo?



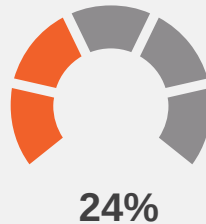
24% de sus estudiantes adquirieron experiencia práctica significativa durante sus estudios

EXPERIENCIA PRÁCTICA

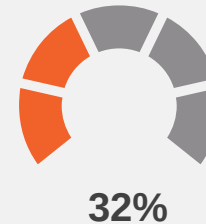
EP⁶
Experiencia
práctica

Proporción del talento que adquirió experiencia práctica significativa:

Sus estudiantes



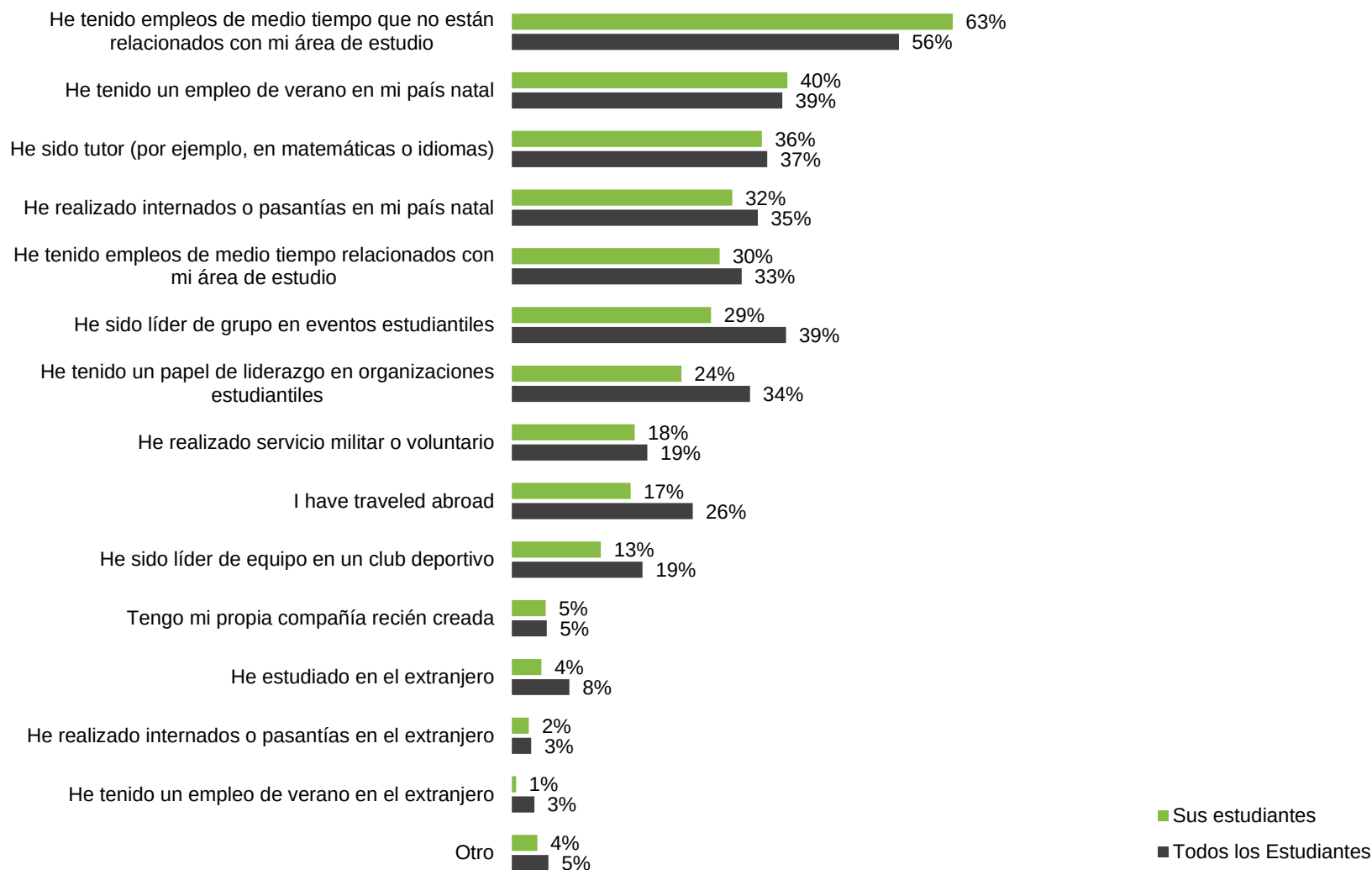
Todos los Estudiantes



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?



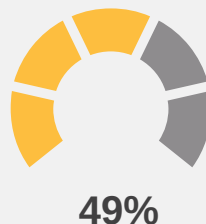
49% de sus estudiantes perciben que su universidad tiene un fuerte enfoque en su desarrollo profesional

ENFOQUE DE DESARROLLO PROFESIONAL DE LA UNIVERSIDAD

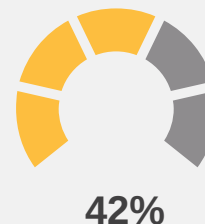
DP⁷
Desarrollo profesional

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

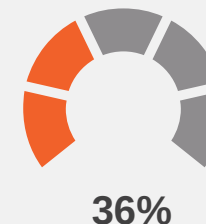
Sus estudiantes



Todos los Estudiantes



Sus ex alumnos



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

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

Índice de contenidos

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



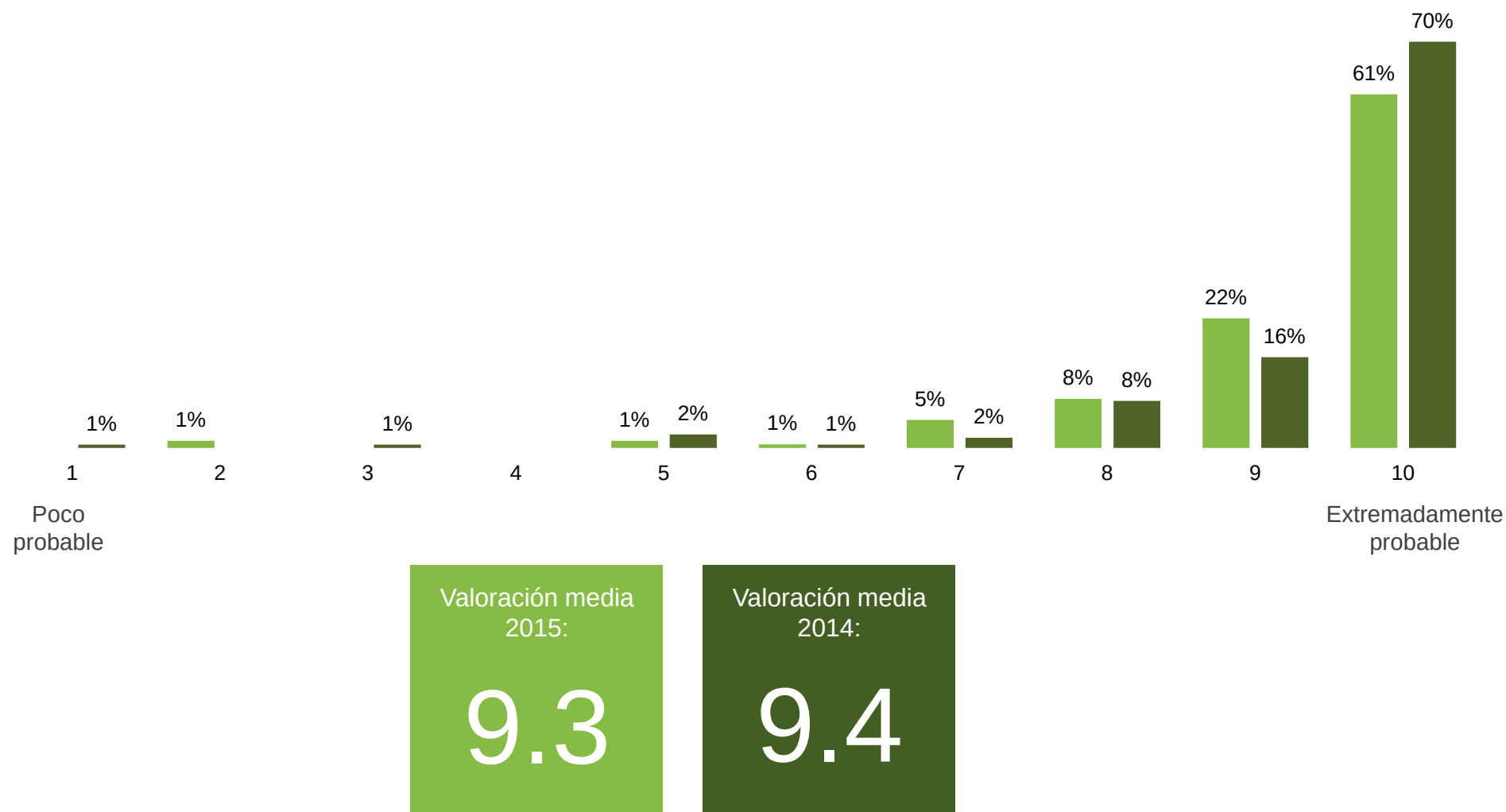
PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD

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

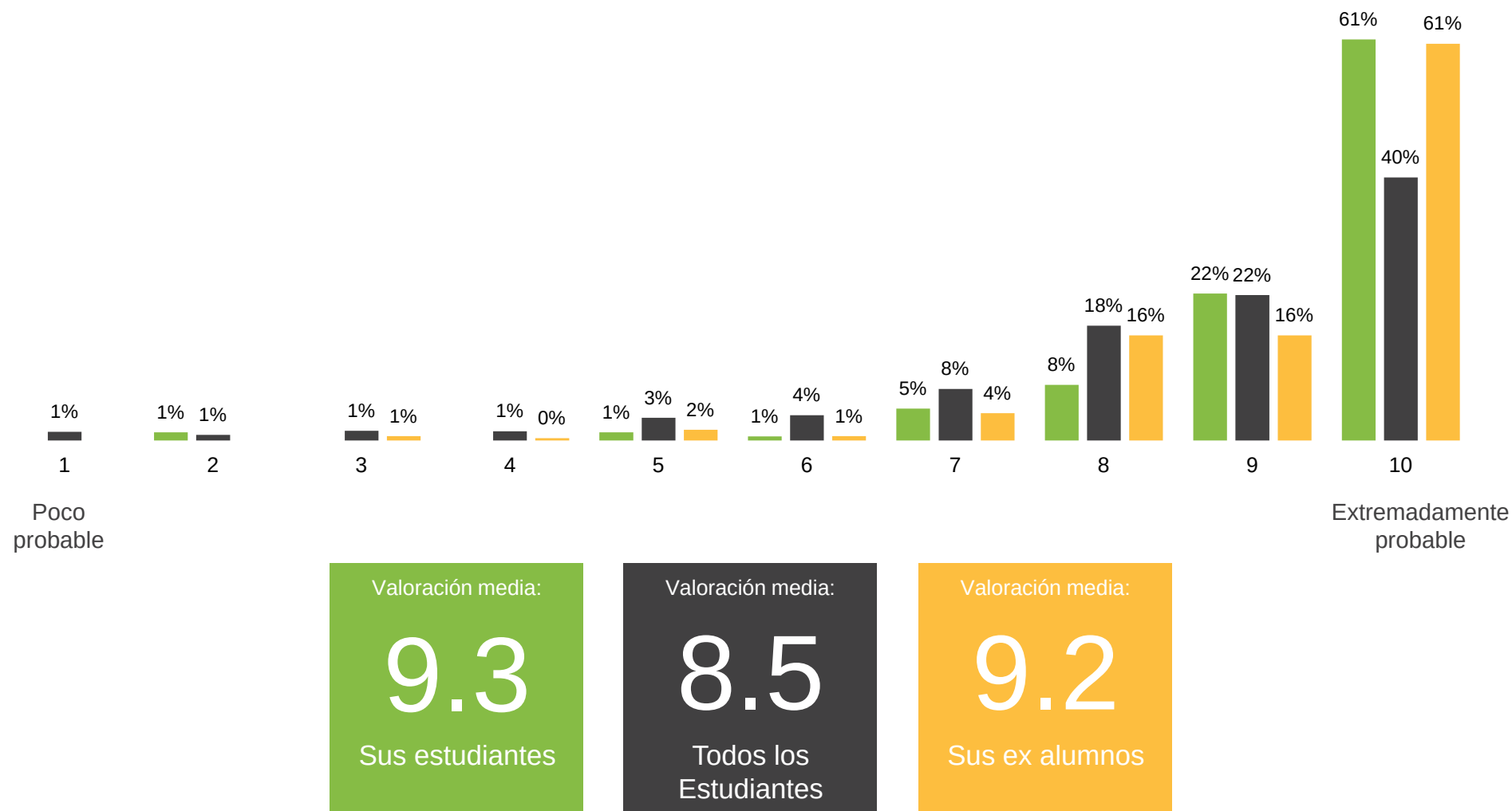
Principales asociaciones con Universidad Autónoma Metropolitana



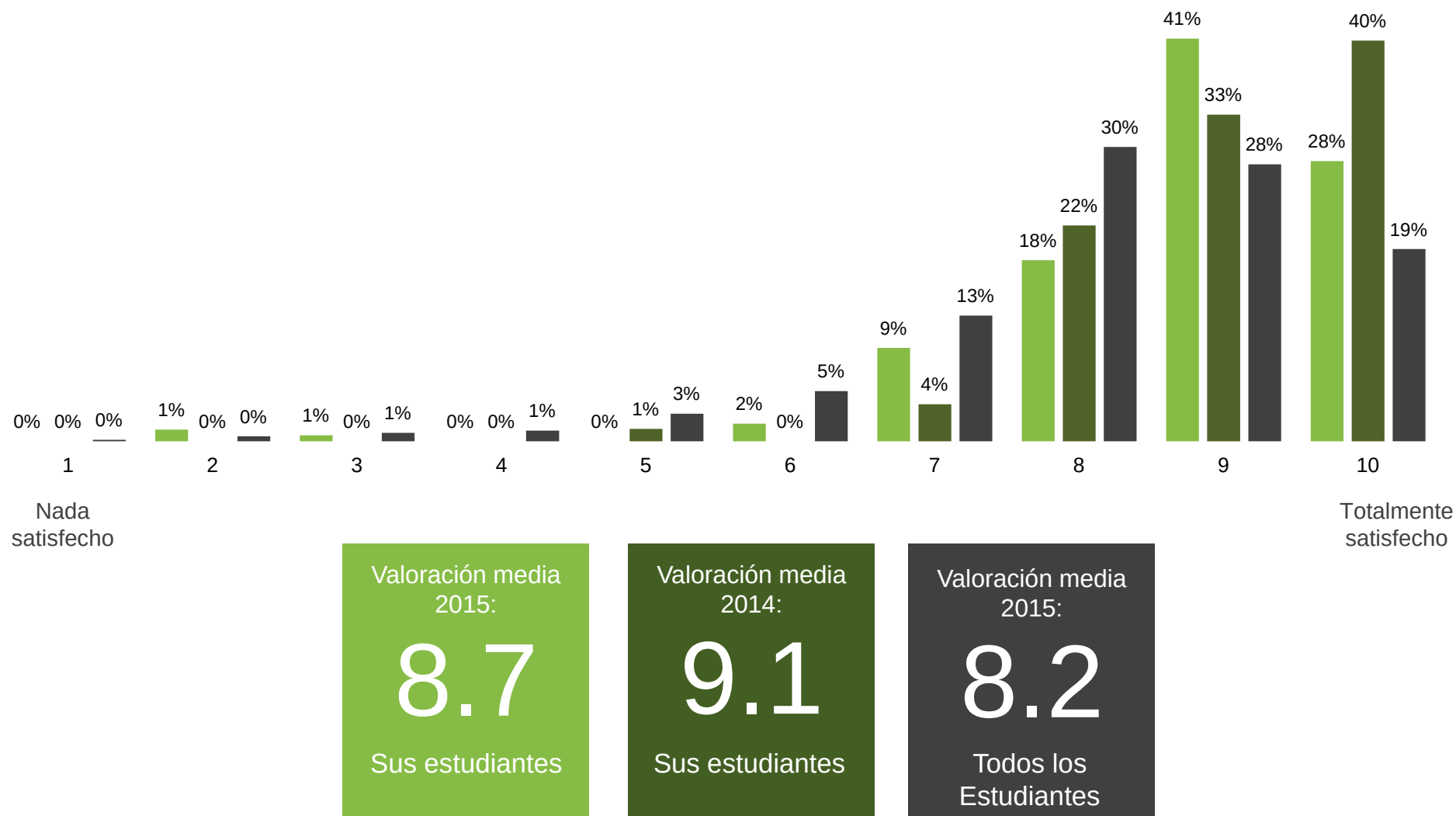
¿Sus estudiantes recomendarían Universidad Autónoma Metropolitana a un amigo o familiar? | Comparación histórica



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



¿Cuán satisfechos están sus estudiantes con usted?



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



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

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



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

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

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



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

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



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

Atributos más atractivos dentro del grupo objetivo

Sus estudiantes

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

Sus ex alumnos

1. Prepara bien a los graduados para la vida profesional
2. Se adapta a las tendencias emergentes y al nuevo conocimiento
3. Ofrece una plataforma de inicio para el desarrollo profesional en una amplia variedad de industrias o sectores

Todos los Estudiantes

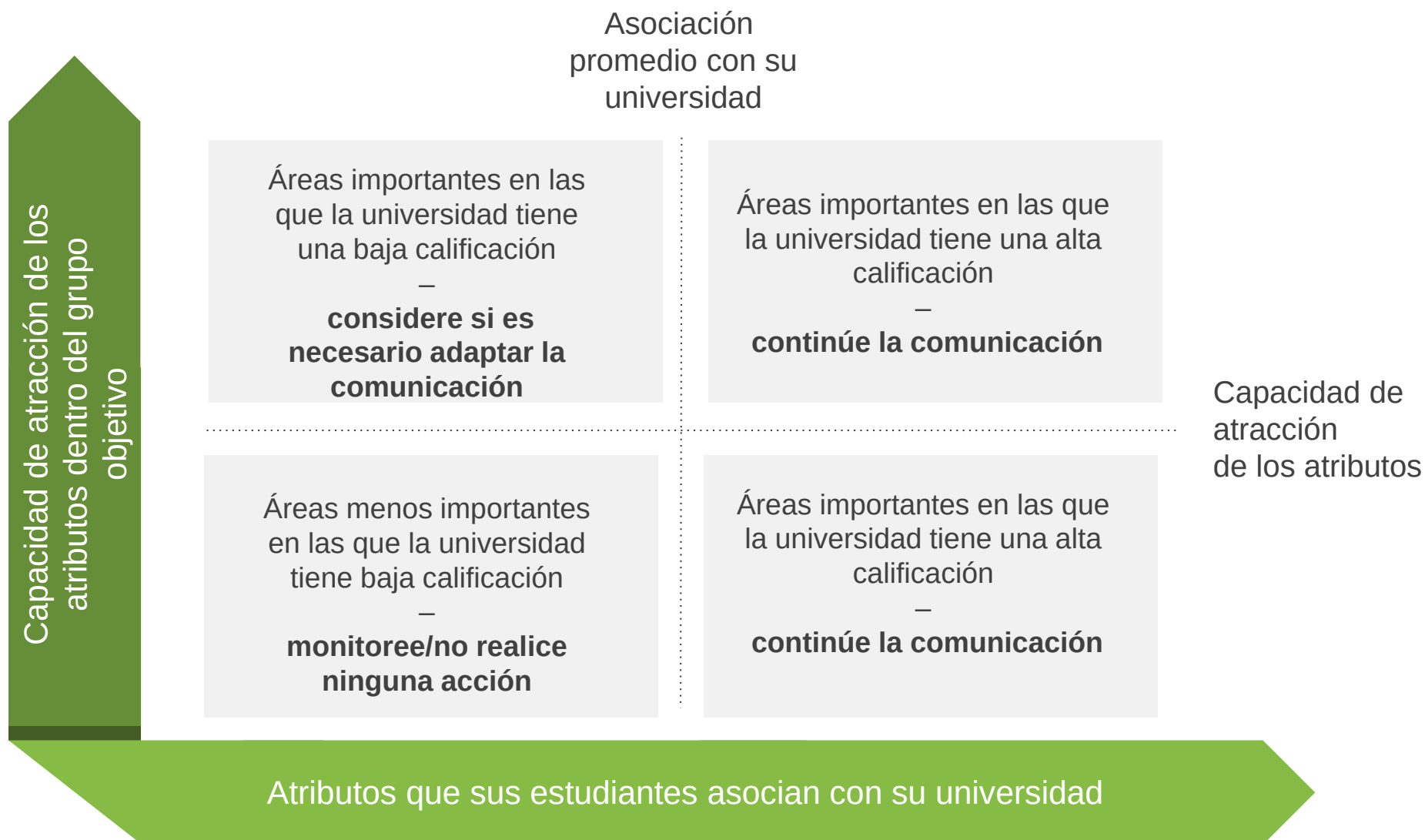
1. Prepara bien a los graduados para la vida profesional
2. Apoya y promueve el espíritu emprendedor
3. Se adapta a las tendencias emergentes y al nuevo conocimiento

¿FORTALEZAS DE SU UNIVERSIDAD?

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

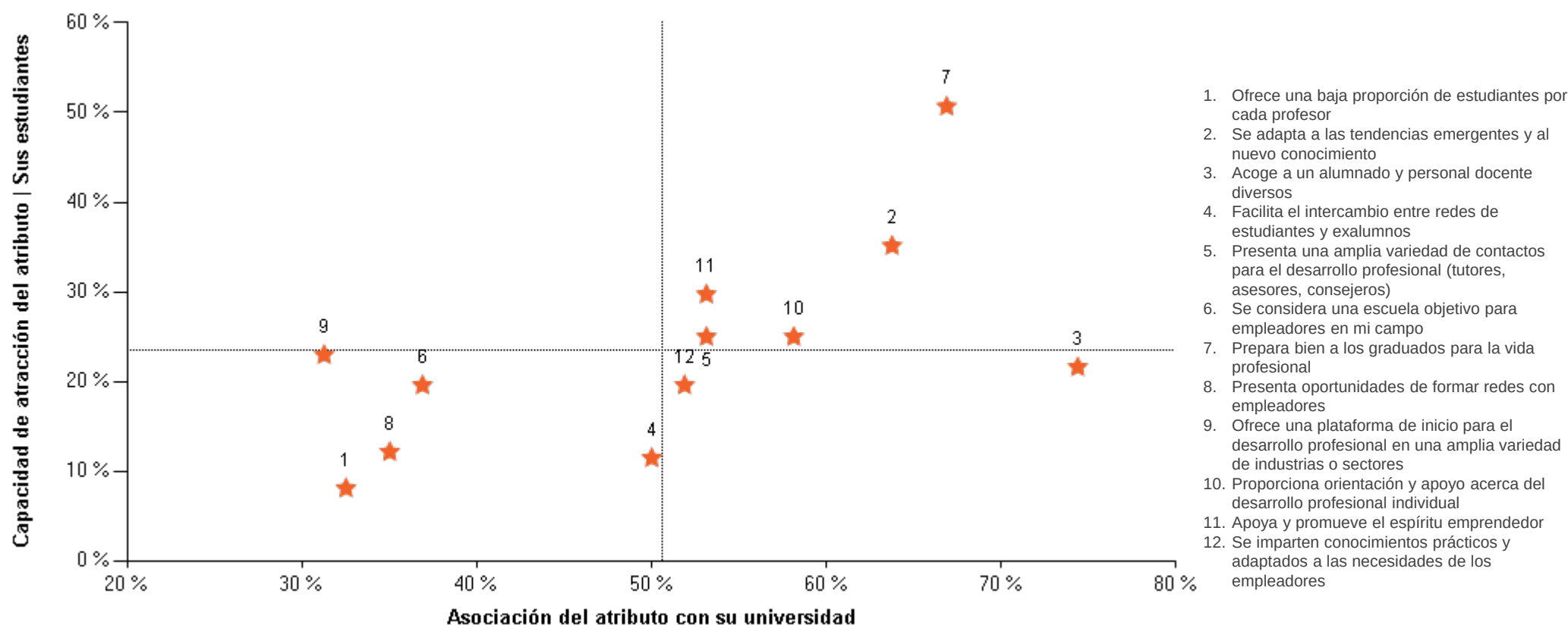
- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Atractividad vs. asociaciones



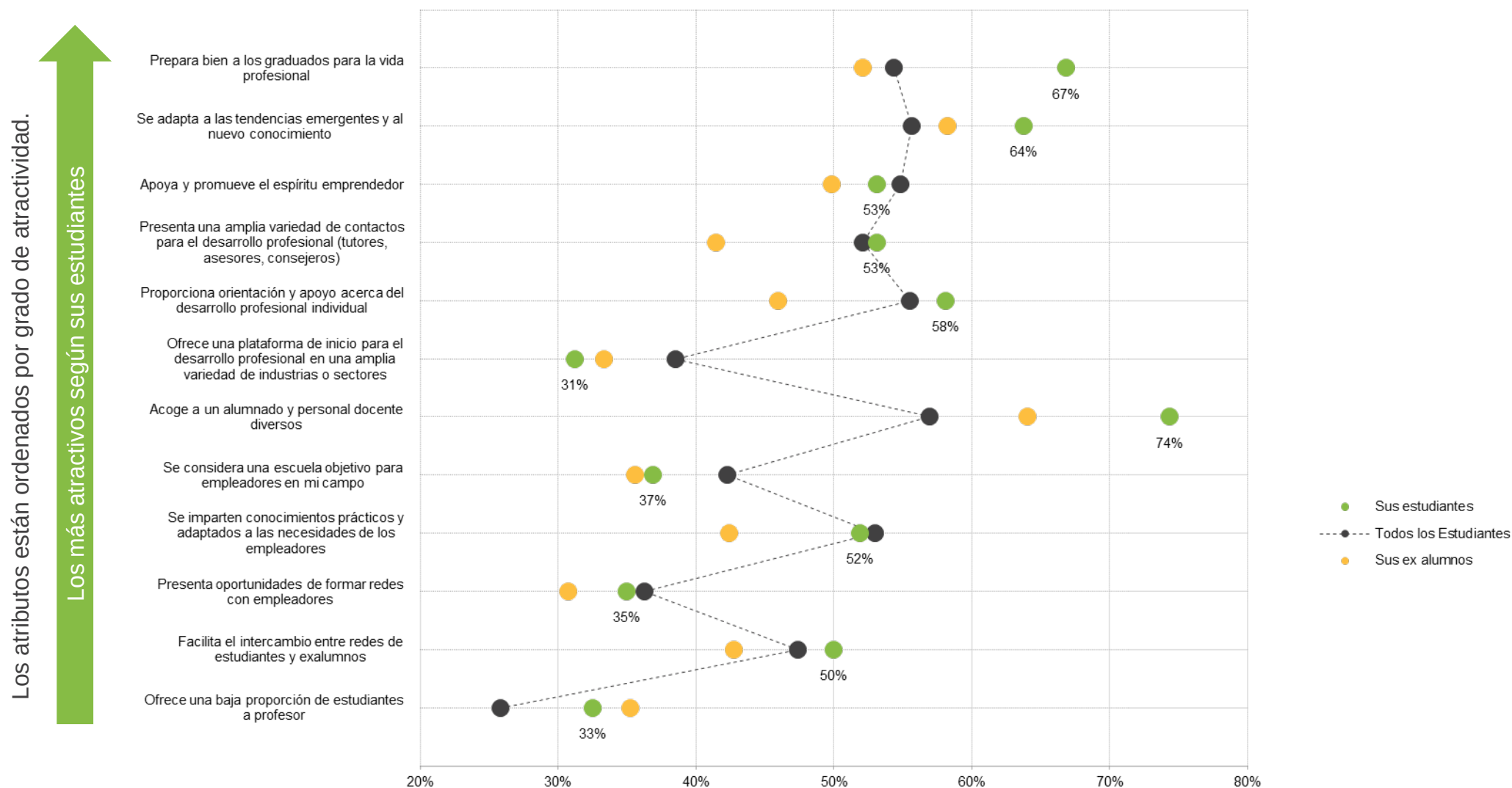
Oportunidades de empleo y proyección

Atractividad vs. asociaciones | Sus estudiantes



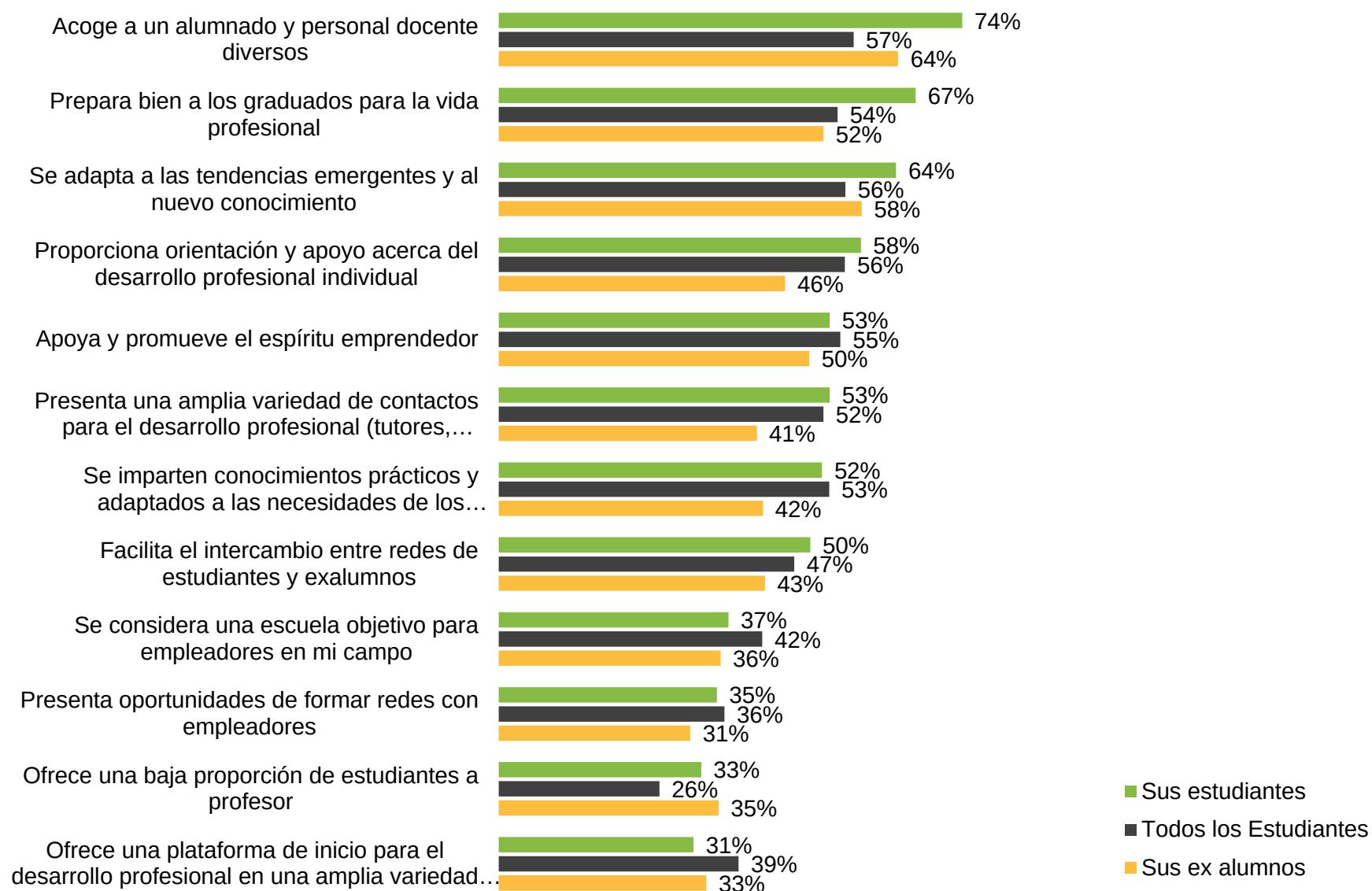
- ¿ Cuáles de las siguientes cualidades relaciona con su institución educativa? Por favor seleccione todos los empleadores que considere convenientes.
- ¿ Cuáles de estas características considera más atractivas?

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

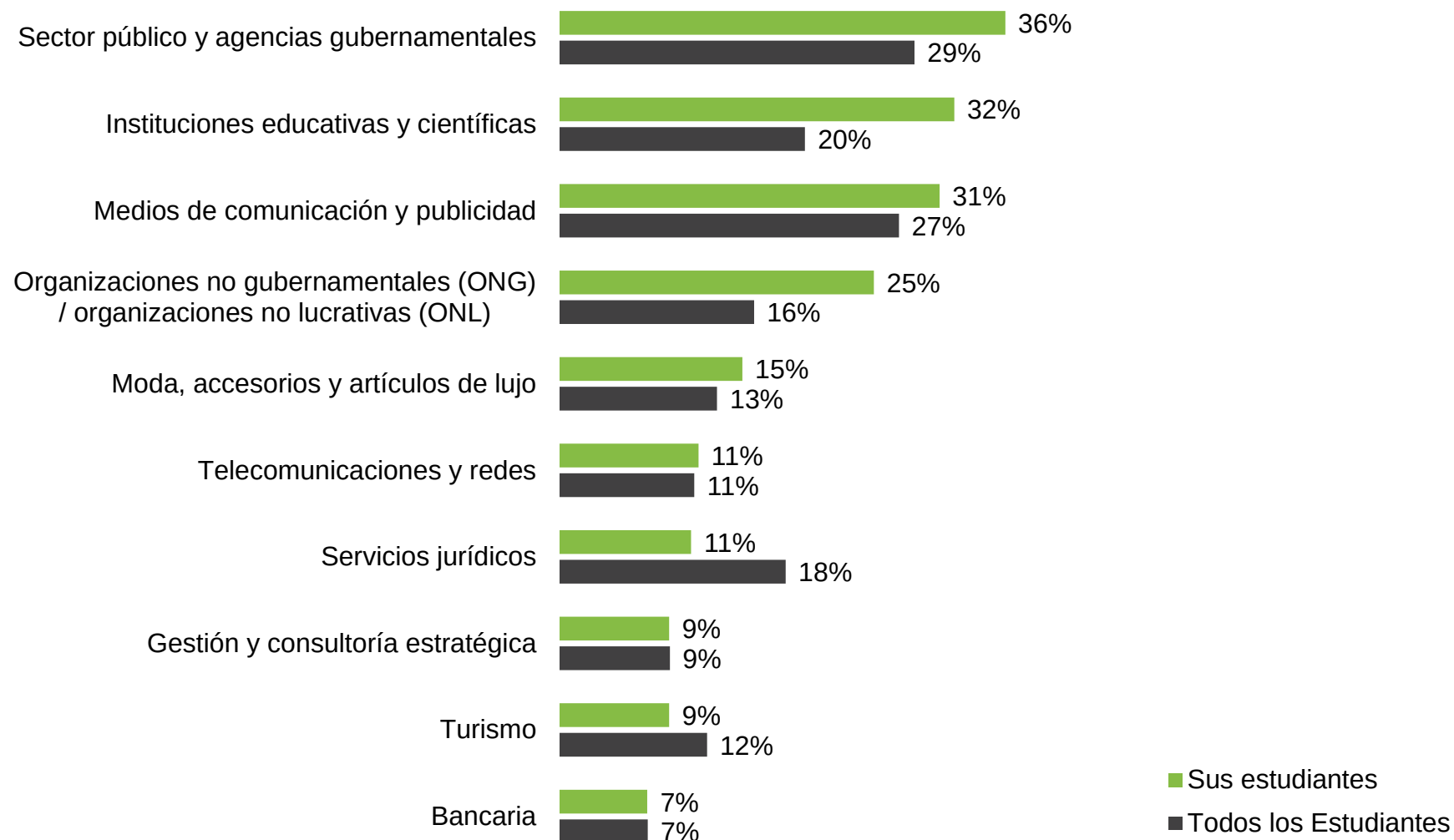
- 1 RESUMEN EJECUTIVO
- 2 EMPLEABILIDAD
- 3 PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD
- 4 PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR**
- 5 LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL



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

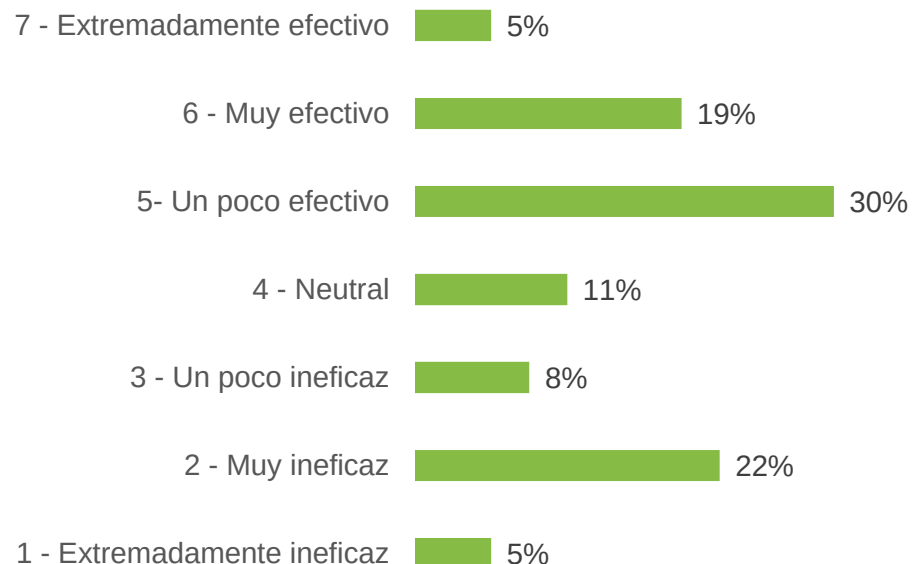


20%

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

Pasantías | Efectividad y promoción

Universidad Autónoma Metropolitana



54%

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

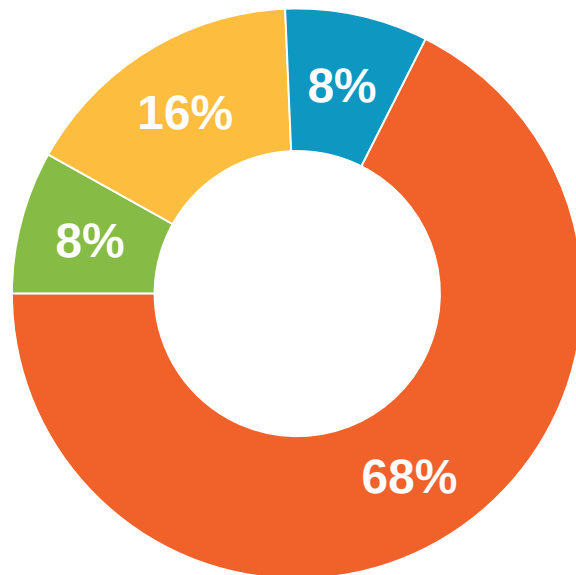
56%

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.

56%

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

22%

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

Pasantías | Participación

Todos los Estudiantes

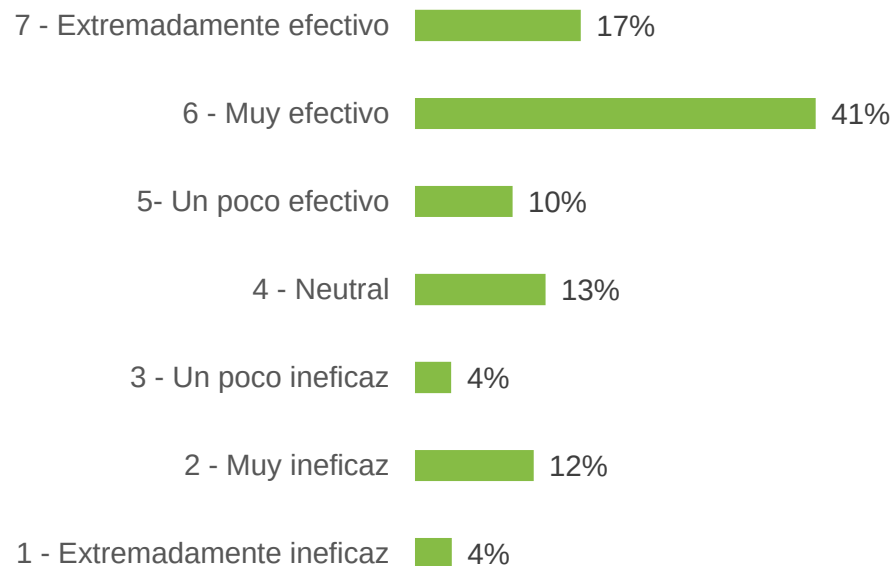


30%

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

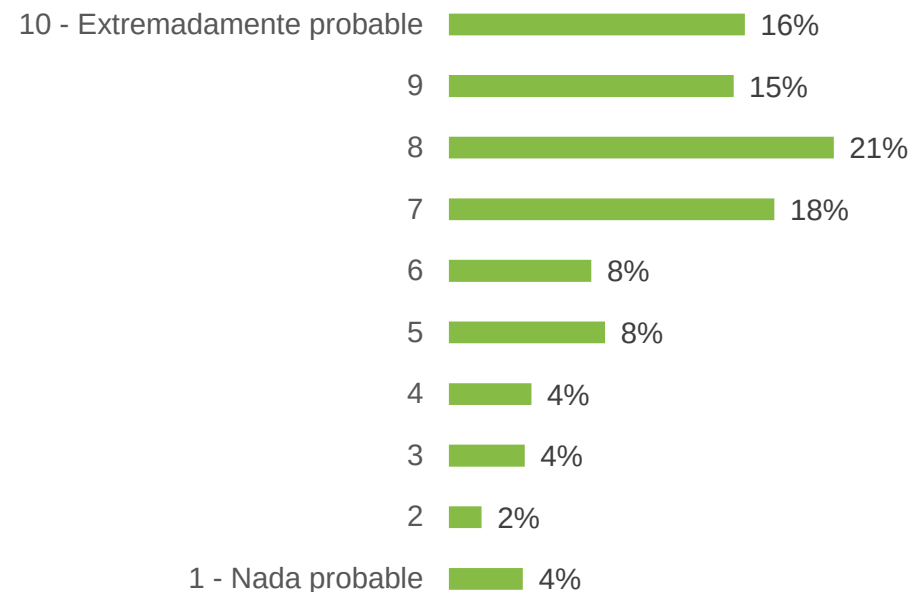
Pasantías | Efectividad y promoción

Todos los Estudiantes



67%

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



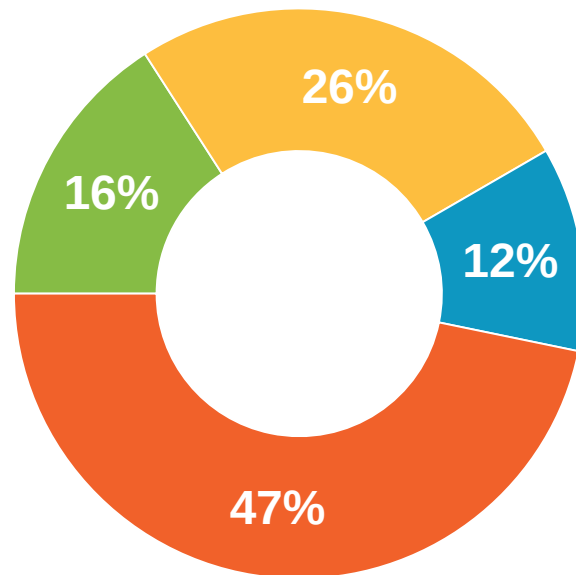
70%

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 ayudarlo 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.

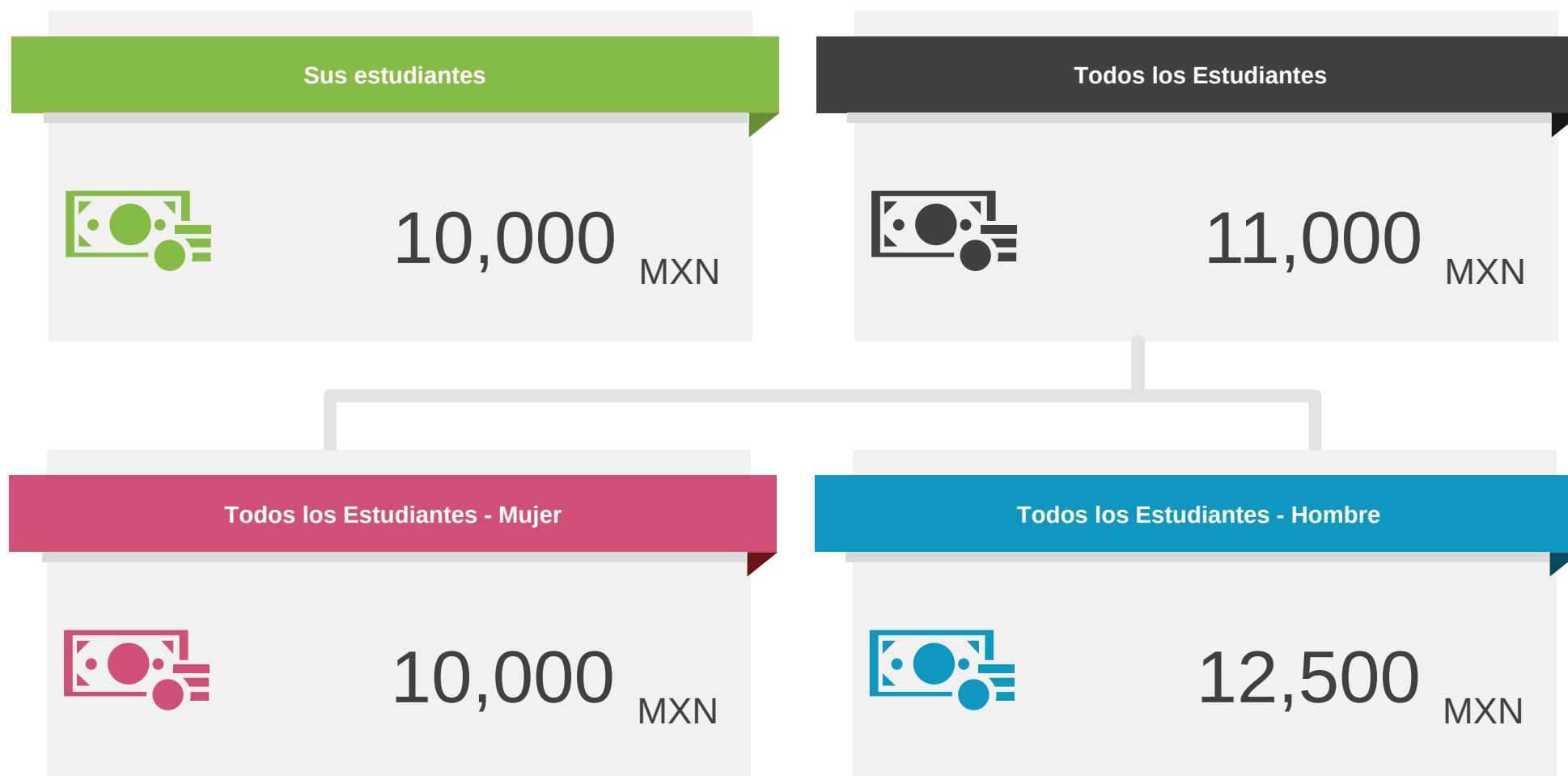
33%

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

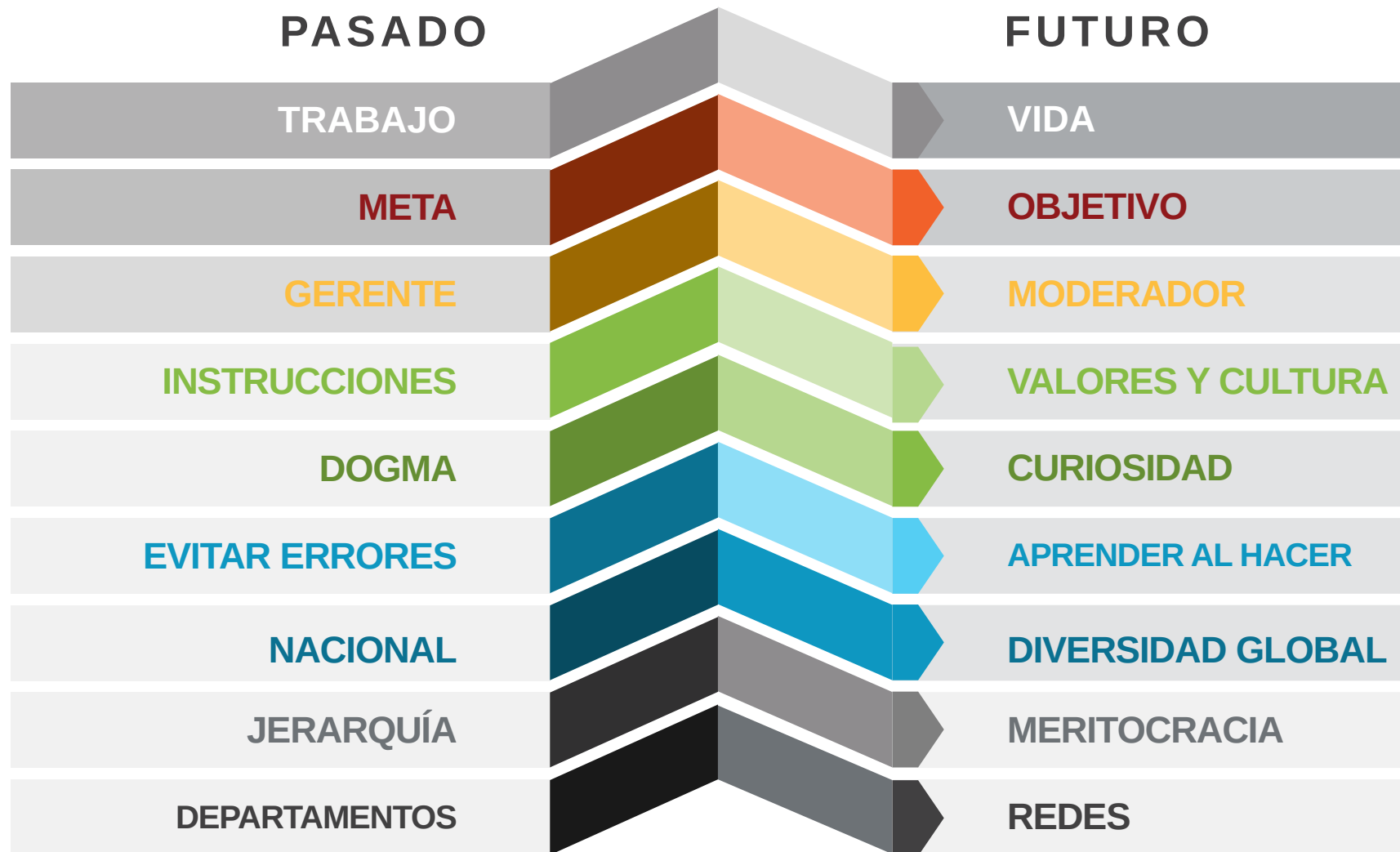
44%

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

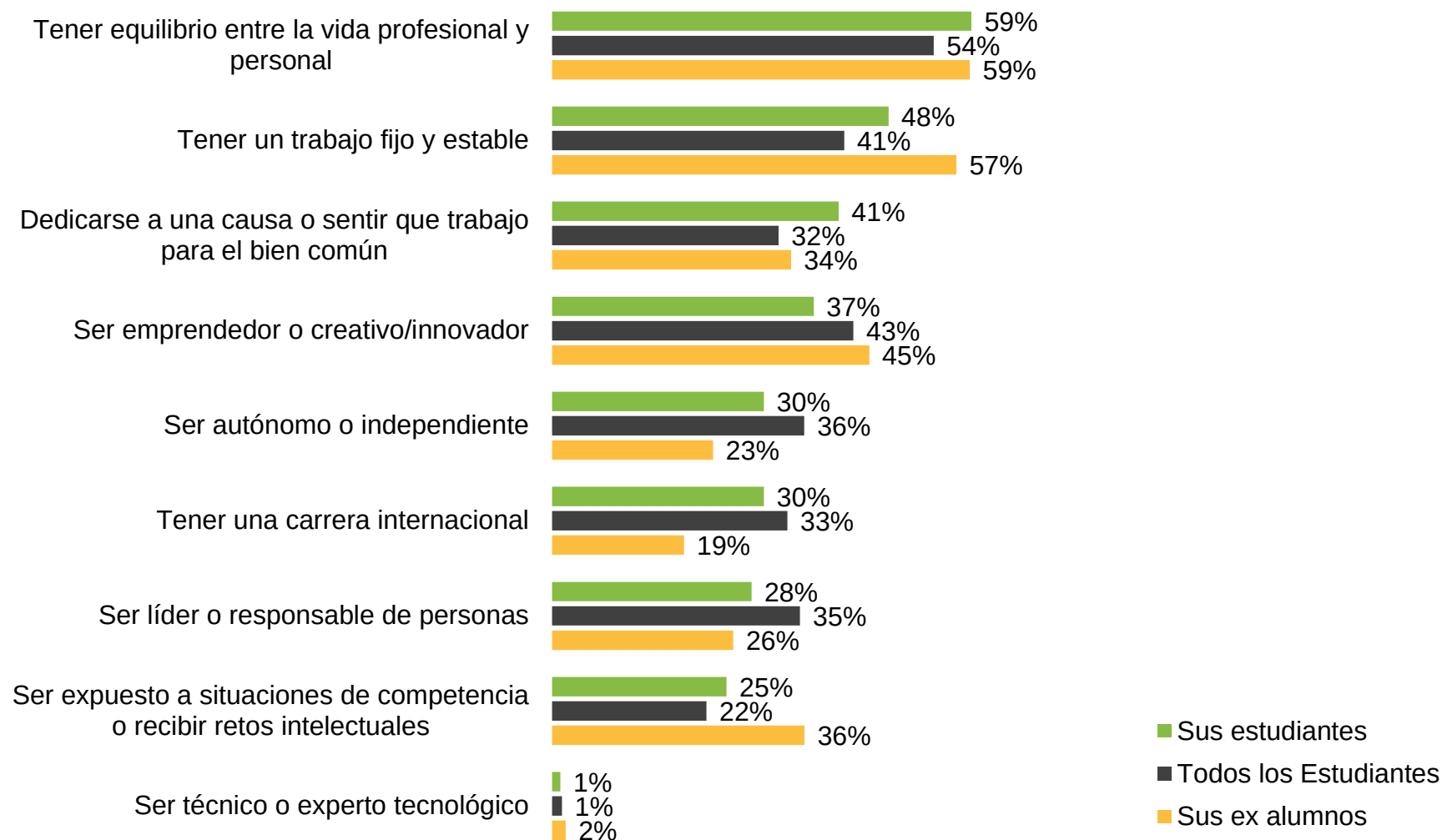
Salario mensual esperado de los estudiantes



¿Cómo notamos que el mundo está cambiando?

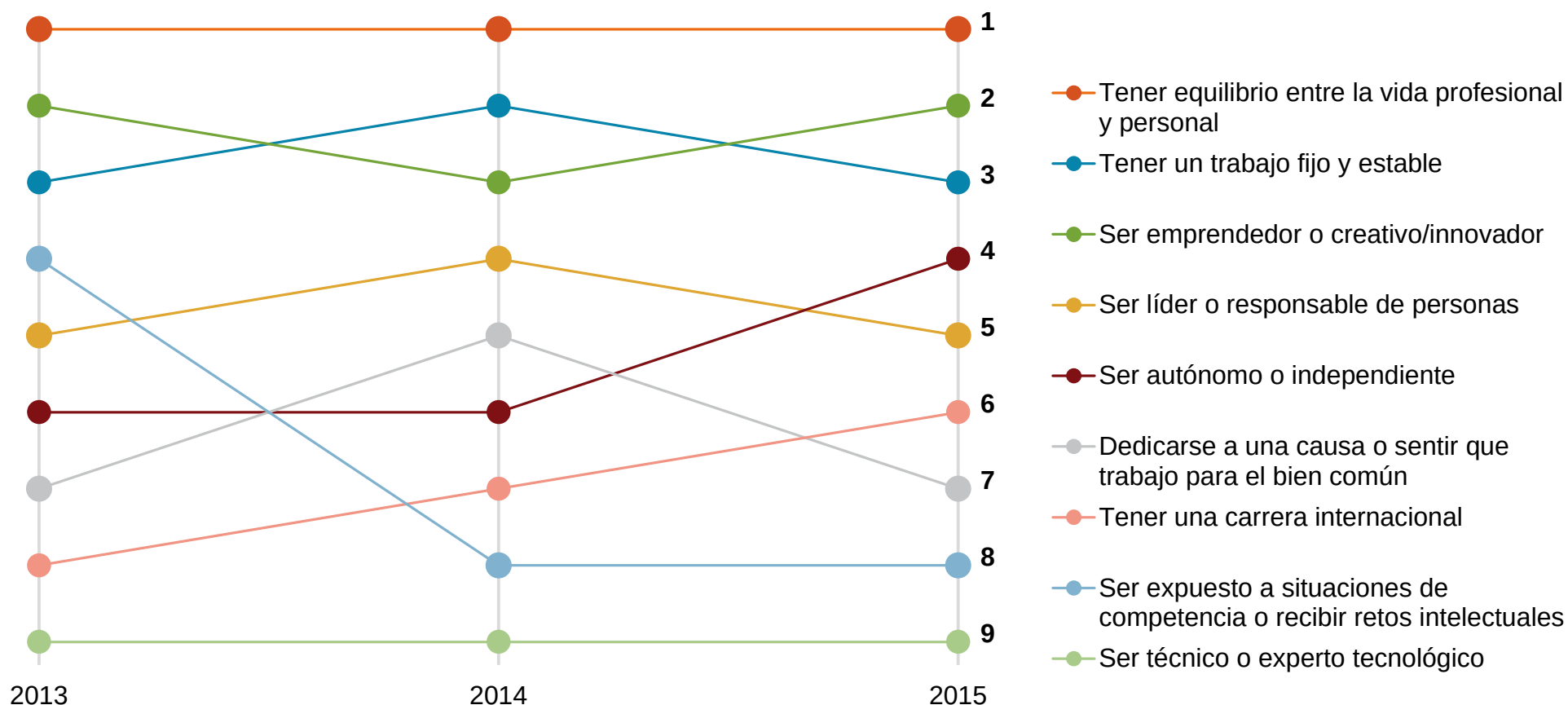


“Tener equilibrio entre la vida profesional y personal” es el objetivo a largo plazo más importante para sus estudiantes



Metas de desarrollo profesional a través del tiempo

Todos los Estudiantes



Las claves del atractivo del empleador de Universum



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

¿Qué es importante para sus estudiantes?

Sus estudiantes

REPUTACIÓN E IMAGEN DEL EMPLEADOR

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

GENTE Y CULTURA

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



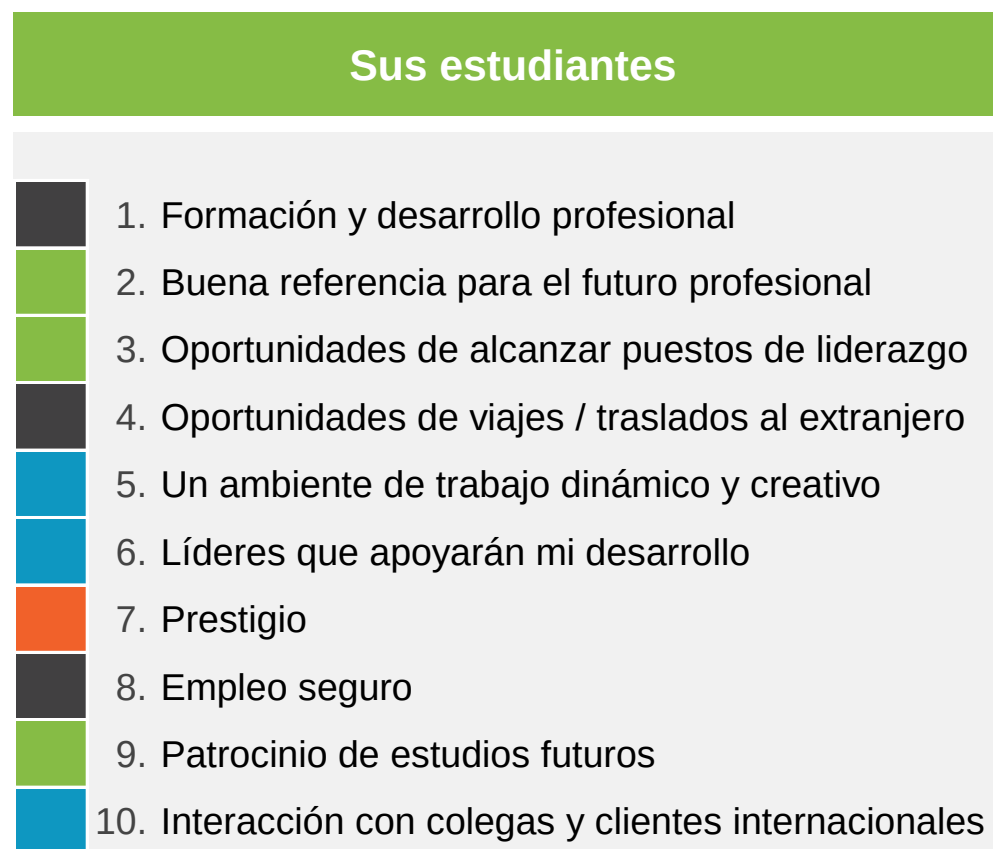
REMUNERACIÓN Y OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO

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

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO

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

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



Atributos más atractivos | Comparación del grupo objetivo

Todos los Estudiantes

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

Sus ex alumnos

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

Reputación e Imagen del empleador

Remuneración y oportunidades de crecimiento

Gente y cultura

Características del trabajo

El marco de trabajo del canal de comunicación de Universum

MEDIOS IMPRESOS

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



DIGITALES

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



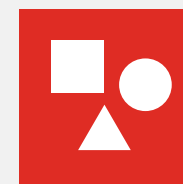
CONTACTO PERSONAL

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



OTROS MEDIOS

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



Canales de comunicación más usados

Sus estudiantes

- 1. Redes sociales
- 1. Sitios Web de empresas
- 3. Ferias de empleo
- 4. Publicidad al aire libre / en cartelera
- 5. Anuncios de empleadores en páginas web de noticias/negocios
- 6. Sitios Web sobre orientación profesional
- 7. Anuncios de empleadores en periódicos
- 7. Anuncios de empleadores en redes sociales
- 9. Murales de empleo (donde se publican vacantes de empleo)
- 10. Prensa universitaria y publicaciones estudiantiles

Todos los Estudiantes

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

Medios impresos

Digitales

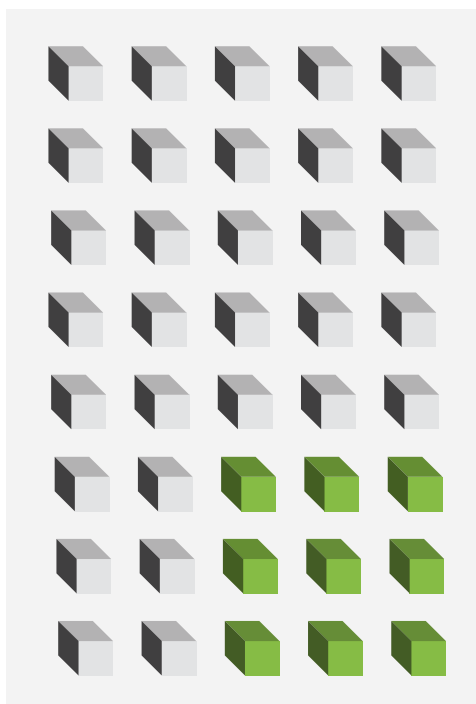
Contacto personal

Otro

Los rankings de Universum

LISTA COMPLETA DE COMPAÑÍAS

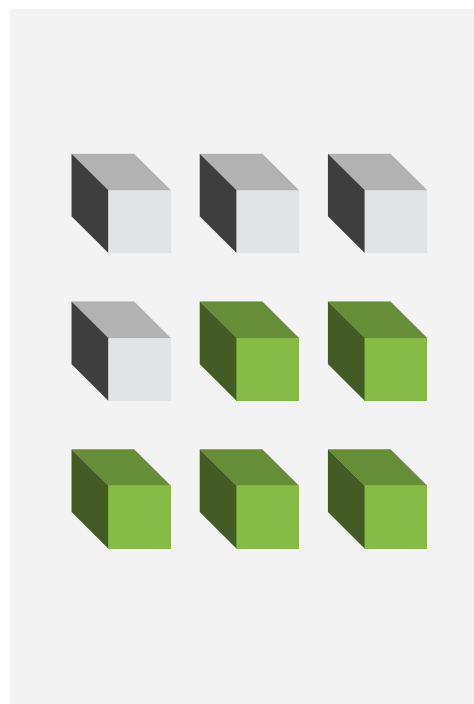
(129 empleadores dentro de cada campo de estudio principal)



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

RANKING DE EMPLEADOR CONSIDERADO

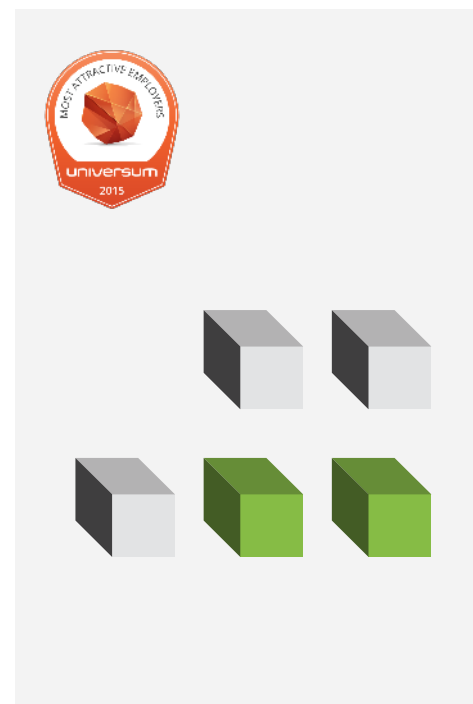
(todas las que correspondan)



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

RANKING DE EMPLEADORES IDEALES

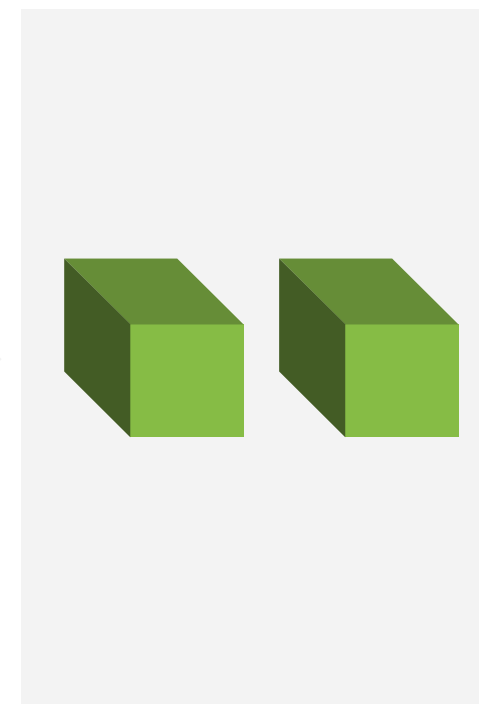
(máximo cinco empleadores)



“¿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 | Humanidades/Arte/Educación/Derecho

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Google	1	41.72%	↑ 1	Audi	11	21.34%	↑ 14
Pemex	2	33.44%	↓ -1	Coca-Cola FEMSA	11	21.34%	↑ 2
Grupo Carso	3	27.71%	→ 0	Televisa	13	21.02%	↓ -8
Aeroméxico	4	26.11%	↑ 4	L'Oréal Group	14	19.75%	↑ 5
Microsoft	4	26.11%	→ 0	Nestlé	14	19.75%	↑ 10
The Coca-Cola Company	6	25.80%	↑ 7	Volkswagen Group	14	19.75%	↑ 8
TV Azteca	6	25.80%	↑ 1	Grupo Bimbo	17	19.11%	↓ -4
Sony	8	23.89%	↑ 2	Grupo Modelo	18	18.79%	↓ -1
Facebook	9	22.61%	↓ -3	Toyota	19	18.47%	↑ 8
Samsung	9	22.61%	↑ 4	Nissan	20	18.15%	↑ 11

Ranking de Empleadores Ideales | Principales 20

Sus estudiantes | Humanidades/Arte/Educación/Derecho

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Google	1	27.91%	↑ 1	CFE - Comisión Federal de Electricidad	11	8.64%	↓ -8
Pemex	2	23.59%	↓ -1	L'Oréal Group	12	6.98%	→ 0
Grupo Carso	3	12.62%	↑ 1	Audi	13	5.98%	↑ 5
The Coca-Cola Company	4	12.29%	↑ 7	Coca-Cola FEMSA	13	5.98%	↓ -1
Televisa	5	11.63%	↑ 3	Grupo Bimbo	13	5.98%	↑ 4
Microsoft	6	11.30%	↑ 1	BMW Group	16	5.65%	↑ 7
TV Azteca	6	11.30%	↓ -2	Nestlé	16	5.65%	↑ 8
Facebook	8	10.30%	↑ 1	Samsung	16	5.65%	↑ 5
Sony	8	10.30%	↑ 10	Telmex	16	5.65%	→ 0
Aeroméxico	10	9.30%	↓ -4	Grupo Modelo	20	5.32%	↓ -6

Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 20

Sus estudiantes | Humanidades/Arte/Educación/Derecho

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Pemex	1	10.67%	↔ 0	Cemex	11	1.98%	↑ 20
Google	2	7.91%	↔ 0	CFE - Comisión Federal de Electricidad	11	1.98%	↓ -8
Grupo Carso	3	5.53%	↑ 4	Coca-Cola FEMSA	11	1.98%	↓ -3
Televisa	4	4.35%	↔ 0	Nissan	11	1.98%	↑ 29
BBVA Bancomer	5	3.16%	↑ 26	PepsiCo	11	1.98%	↑ 48
Aeroméxico	6	2.77%	↓ -2	Sony	11	1.98%	↑ 13
The Coca-Cola Company	6	2.77%	↑ 7	Grupo Bimbo	17	1.58%	↓ -8
TV Azteca	6	2.77%	↓ -2	Grupo México	17	1.58%	↑ 7
Empresas ICA	9	2.37%	↑ 15	MetLife	17	1.58%	↑ 7
Facebook	9	2.37%	↑ 22	Microsoft	17	1.58%	↓ -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

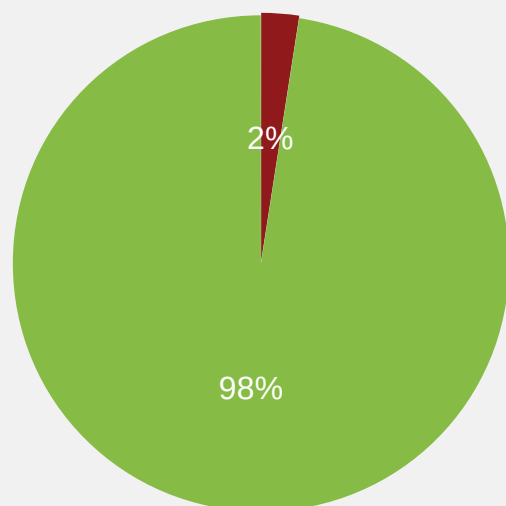


LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL

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

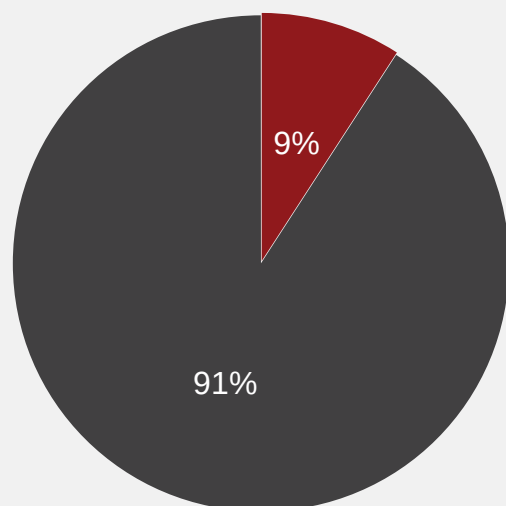


- Proporción de estudiantes que usan uno o más servicios de carrera en su universidad
- Proporción de estudiantes que no usan ningún servicio de carrera en su universidad



Uso general de servicios de orientación profesional

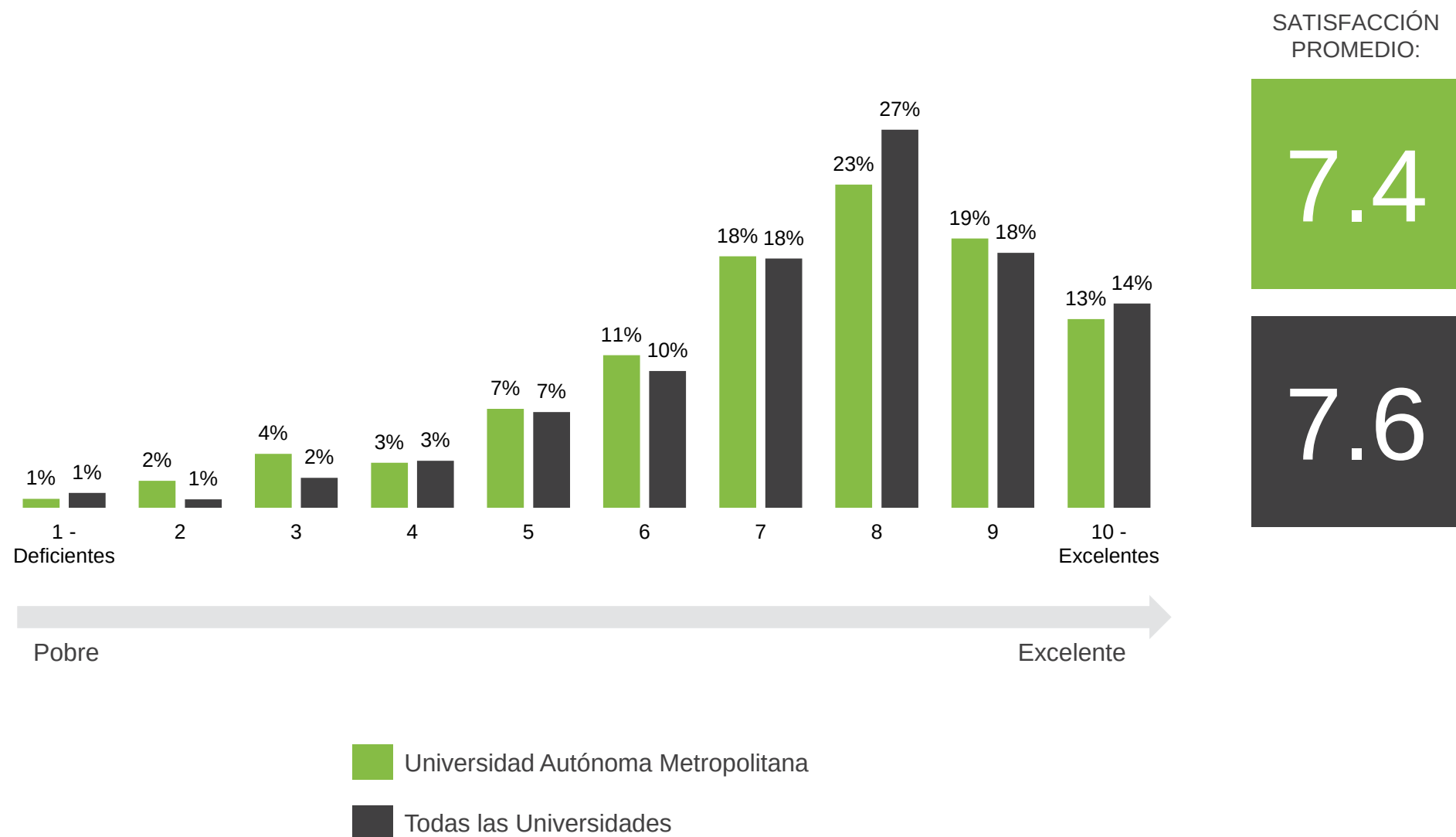
Todas las Universidades



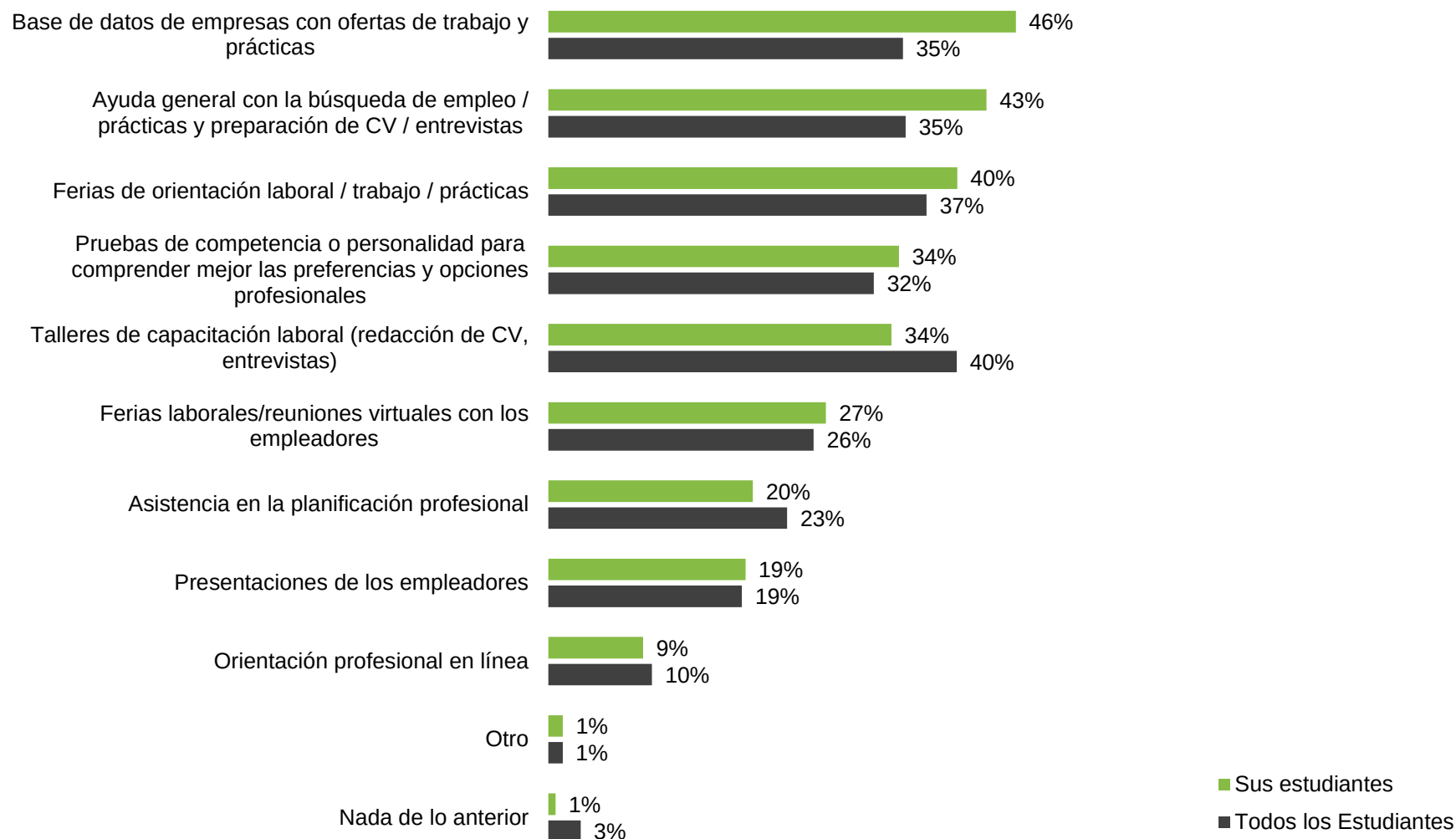
- Proporción de estudiantes que usan uno o más servicios de carrera en su universidad
- Proporción de estudiantes que no usan ningún servicio de carrera en su universidad



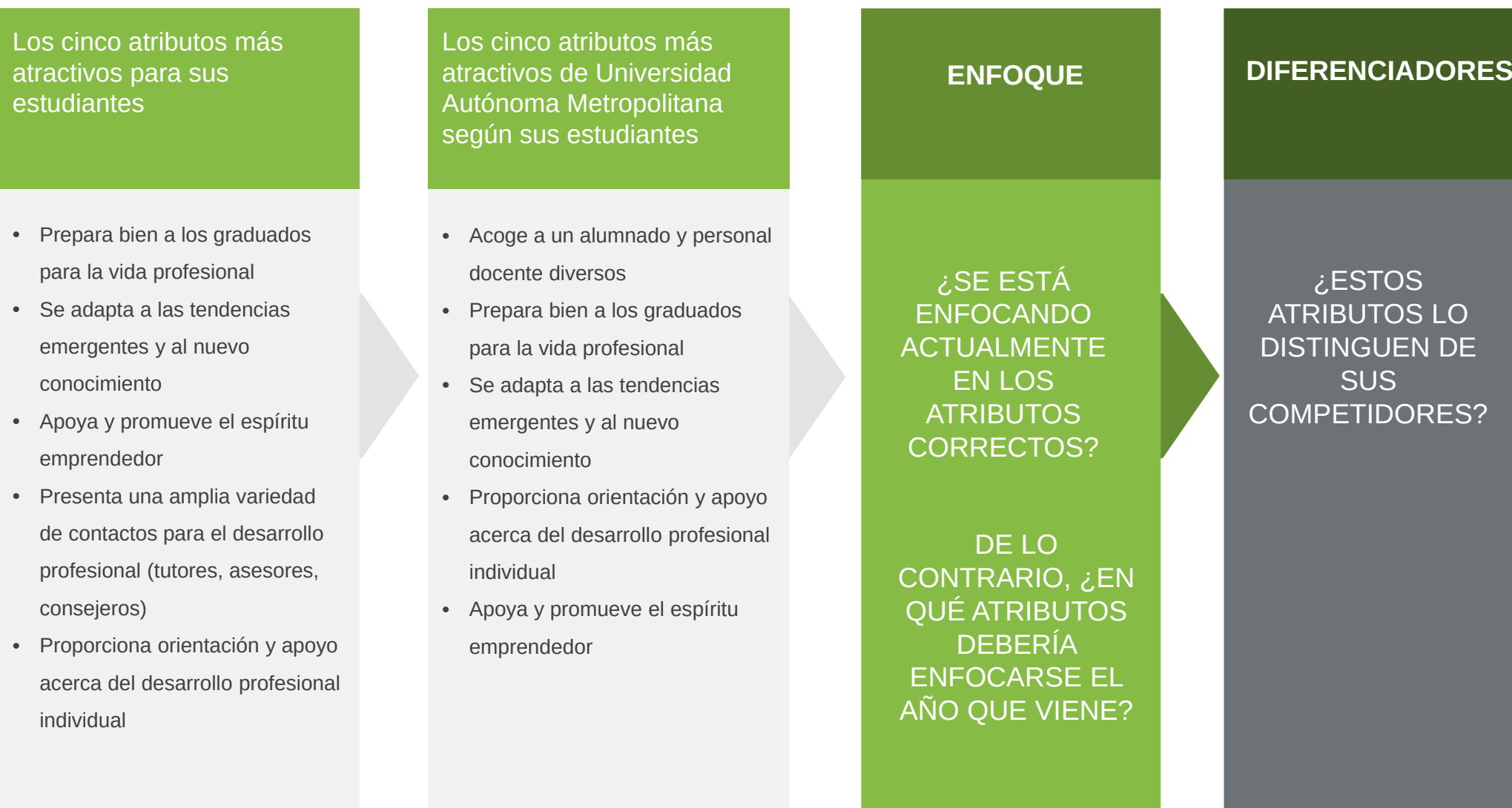
¿Cuán satisfechos están sus estudiantes con los servicios de carrera que ofrece?



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



¿Cuáles son los siguientes pasos de su estrategia?





universum

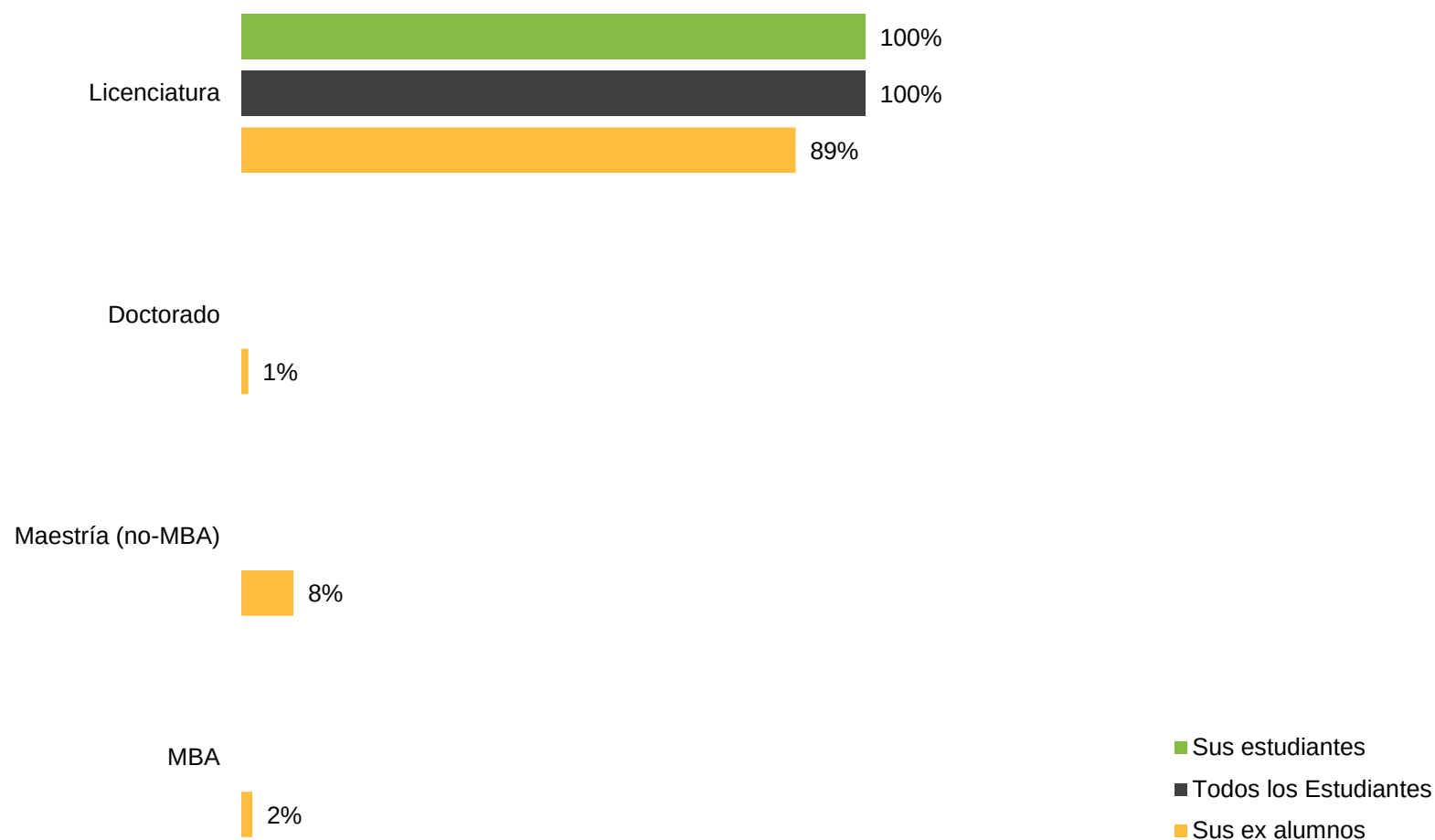
¡GRACIAS!

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

APÉNDICE

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

Máximo nivel de estudios



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

Instituciones académicas (1/3)

Todos los Estudiantes

Universidad	Todos los Estudiantes	Universidad	Todos los Estudiantes
Universidad Nacional Autónoma de México	9.37%	Universidad Autónoma de San Luis Potosí	1.35%
Universidad de Guadalajara	7.85%	Universidad Autónoma de Sinaloa	1.33%
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	5.70%	Universidad de Guanajuato	1.17%
Universidad Autónoma de Baja California	5.00%	Universidad Autónoma de Yucatán	1.07%
Universidad Autónoma Metropolitana	4.62%	Universidad Iberoamericana	1.01%
Universidad Autónoma del Estado de México	4.48%	Universidad La Salle Bajío	0.97%
Universidad Autónoma de Nuevo León	3.51%	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente	0.73%
Universidad Veracruzana	3.42%	Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	0.71%
Universidad de Sonora	3.13%	Universidad de Monterrey	0.71%
Universidad Tecnológica de México	2.56%	Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	0.64%
Universidad del Valle de México	2.47%	Centro de Estudios Superiores CTM Mérida	0.60%
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez	2.19%	Universidad Autónoma de Aguascalientes	0.56%
Universidad Autónoma de Querétaro	2.09%	Universidad Autónoma de Tamaulipas	0.55%
Universidad Michoacana de San Nicolás	1.62%	Universidad de Las Américas Puebla	0.54%
Universidad Autónoma del Estado de Morelos	1.51%		



- ¿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
Instituto Tecnológico de Sonora	0.52%	Tec de Monterrey, Campus Estado de México	0.21%
Universidad Anáhuac, México Norte	0.51%	Universidad Panamericana, Campus Guadalajara	0.21%
Tec de Monterrey, Campus Monterrey	0.49%	Universidad de las Californias	0.19%
Universidad La Salle	0.44%	Universidad del Valle de México, Campus Querétaro	0.17%
Universidad Iberoamericana, Puebla	0.41%	Tec de Monterrey, Campus Guadalajara	0.16%
Universidad Panamericana	0.39%	Universidad España de Durango	0.13%
Universidad Xochicalco	0.38%	Universidad Anáhuac Cancún	0.12%
Instituto Tecnológico Autónomo de México	0.34%	Tec de Monterrey, Campus Puebla	0.12%
Universidad Autónoma de Guadalajara	0.33%	Tec de Monterrey, Campus Cuernavaca	0.11%
Universidad Regiomontana	0.31%	Universidad La Salle Noroeste	0.10%
Universidad Autónoma de Tamaulipas, Campus Tampico	0.26%	Tec de Monterrey, Campus Santa Fé	0.10%
Universidad Iberoamericana, Campus León	0.26%	Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas	0.10%
Universidad Cristóbal Colón (Veracruz)	0.25%	Universidad Anáhuac, México Sur	0.10%
Tec de Monterrey, Campus Ciudad de México	0.22%	Universidad del Noreste	0.10%
Universidad Anáhuac Mayab	0.22%		



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

Instituciones académicas (3/3)

Todos los Estudiantes

Universidad	Todos los Estudiantes	Universidad	Todos los Estudiantes
Universidad Villa Rica (Veracruz)	0.10%	Universidad del ISTMO	0.03%
Universidad Anáhuac, Campus Querétaro	0.08%	Tec de Monterrey, Campus Morelia	0.02%
Tec de Monterrey, Campus Chihuahua	0.08%	Tec de Monterrey, Campus Saltillo	0.02%
Universidad del Valle de México, Campus Reynosa	0.08%	Universidad Tec Milenio, Campus Ciudad de México	0.02%
Instituto Politécnico Nacional	0.07%	Tec de Monterrey, Campus San Luis Potosí	0.02%
Cetys Universidad	0.07%	Tec de Monterrey, Campus Ciudad Juárez	0.02%
Universidad de Las Américas DF	0.06%	Universidad del Valle de México, Campus Tampico	0.02%
Universidad del Valle de México, Campus Laredo	0.06%	Tec de Monterrey, Campus Hidalgo	0.02%
Universidad del Valle de México, Campus Torreón	0.05%	Universidad Tec Milenio, Campus Durango	0.01%
Universidad Maya	0.04%	Tec de Monterrey, Campus Laguna	0.01%
Tec de Monterrey, Campus Toluca	0.04%	Tec de Monterrey, Campus Sinaloa	0.01%
Universidad del Valle de México, Campus Matamoros	0.04%	Tec de Monterrey, Campus Zacatecas	0.00%
Universidad Iberoamericana, Campus Tijuana	0.03%	Tec de Monterrey, Campus Central de Veracruz	0.00%
Universidad Iberoamericana, Torreón	0.03%	Otro	20.20%
Universidad La Salle, Campus Laguna	0.03%		



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

Áreas de estudio

Todos los Estudiantes | Humanidades (1/1)

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



Áreas de estudio

Todos los Estudiantes | Derecho (1/1)

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



Ranking de Empleador Considerado | Principales 30

Todos los Estudiantes | Humanidades/Arte/Educación/Derecho

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Google	1	33.85%	↔ 0	Telmex	16	15.27%	↓ -6
The Coca-Cola Company	2	24.62%	↑ 2	BBVA Bancomer	17	14.92%	↓ -3
Televisa	3	24.58%	↔ 0	Nestlé	18	14.90%	↓ -1
Pemex	4	22.70%	↓ -2	L'Oréal Group	19	14.73%	↑ 5
Microsoft	5	22.65%	↑ 4	Grupo Bimbo	20	13.86%	↓ -5
TV Azteca	6	22.01%	↔ 0	CFE - Comisión Federal de Electricidad	21	13.77%	↓ -9
Aeroméxico	7	21.21%	↔ 0	Nissan	22	13.70%	↑ 3
Facebook	8	20.44%	↔ 0	Telcel	23	13.42%	↓ -3
Sony	9	20.13%	↑ 2	PepsiCo	24	13.00%	↓ -2
Coca-Cola FEMSA	10	19.88%	↓ -5	BMW Group	25	12.53%	↑ 10
Samsung	11	18.34%	↑ 5	Grupo Modelo	26	12.48%	↓ -8
Audi	12	16.95%	↑ 9	Toyota	27	12.43%	↑ 3
Volaris	13	16.14%	↑ 6	Honda	28	12.14%	↑ 3
Volkswagen Group	14	15.62%	↑ 9	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	29	12.09%	↓ -1
Banamex	15	15.48%	↓ -2	MetLife	30	11.32%	↑ 3

Ranking de Empleadores Ideales | Principales 30

Todos los Estudiantes | Humanidades/Arte/Educación/Derecho

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Google	1	24.33%	↔ 0	Grupo Carso	16	5.66%	↓ -3
Televisa	2	15.86%	↑ 1	BBVA Bancomer	17	5.56%	↓ -3
Pemex	3	14.95%	↓ -1	Volaris	18	5.25%	↑ 6
The Coca-Cola Company	4	14.00%	↑ 1	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	19	5.25%	↔ 0
TV Azteca	5	12.07%	↑ 1	Banamex	20	5.18%	↓ -9
Microsoft	6	11.89%	↑ 2	BMW Group	21	4.95%	↑ 7
Facebook	7	10.41%	↑ 2	Telmex	22	4.86%	↓ -10
Aeroméxico	8	9.92%	↓ -1	Grupo Bimbo	23	3.94%	↓ -5
Sony	9	8.11%	↑ 6	Nestlé	24	3.91%	↓ -3
CFE - Comisión Federal de Electricidad	10	7.84%	↓ -6	MetLife	25	3.85%	↑ 7
Audi	11	7.43%	↑ 6	Grupo Modelo	26	3.78%	↓ -3
L'Oréal Group	12	6.42%	↑ 4	PepsiCo	27	3.50%	↑ 2
Coca-Cola FEMSA	13	6.34%	↓ -3	Telcel	28	3.21%	↓ -1
Volkswagen Group	14	6.03%	↑ 6	Grupo México	29	2.83%	↑ 6
Samsung	15	5.93%	↑ 7	Cemex	30	2.82%	↓ -4

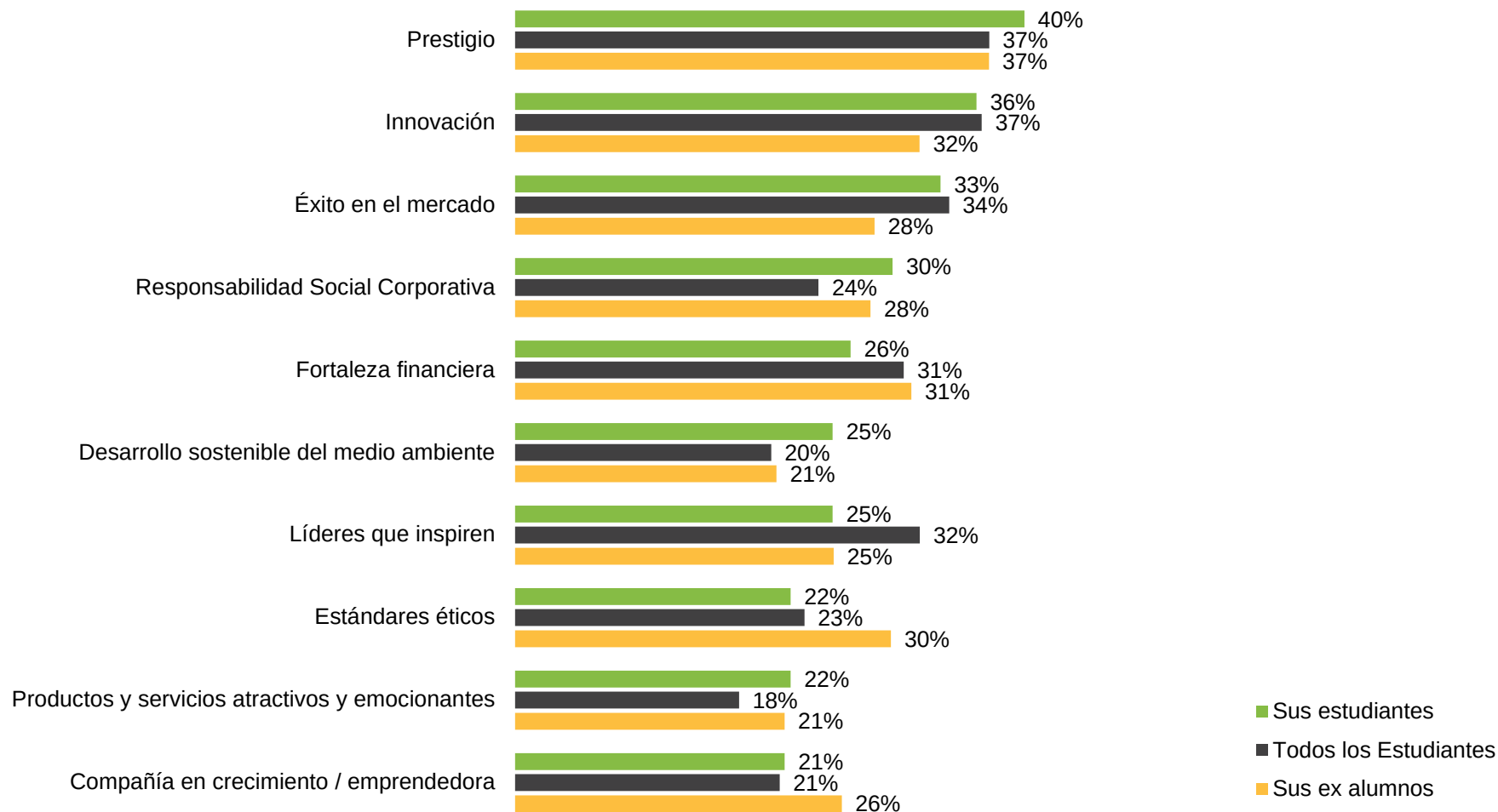
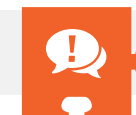
Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 30

Todos los Estudiantes | Humanidades/Arte/Educación/Derecho

Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio	Empleador	Ranking 2015	Pct. 2015	Cambio
Televisa	1	6.71%	↑ 1	Sony	16	1.95%	↑ 9
Pemex	2	5.72%	↓ -1	Facebook	17	1.95%	↑ 3
Google	3	5.50%	↑ 1	Telmex	18	1.79%	↓ -9
The Coca-Cola Company	4	5.17%	↑ 2	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	19	1.62%	↓ -1
TV Azteca	5	4.73%	→ 0	L'Oréal Group	20	1.56%	↓ -3
CFE - Comisión Federal de Electricidad	6	2.86%	↓ -3	BMW Group	21	1.44%	↑ 9
Aeroméxico	7	2.67%	↑ 1	FEMSA	22	1.37%	↓ -9
Audi	8	2.59%	↑ 11	Grupo Modelo	23	1.30%	↓ -1
Microsoft	9	2.57%	↑ 6	Samsung	24	1.28%	↑ 14
Coca-Cola FEMSA	10	2.48%	↓ -3	Volaris	25	1.17%	↓ -1
Volkswagen Group	11	2.25%	↑ 5	PepsiCo	26	1.12%	↓ -5
Banamex	12	2.15%	↓ -2	Telcel	27	1.05%	→ 0
Grupo Carso	13	2.11%	↑ 1	Procter & Gamble (P&G)	28	1.02%	↑ 3
BBVA Bancomer	14	2.10%	↓ -3	HSBC	29	1.02%	↑ 8
Grupo Bimbo	15	1.96%	↓ -3	Banorte	30	1.01%	↑ 4

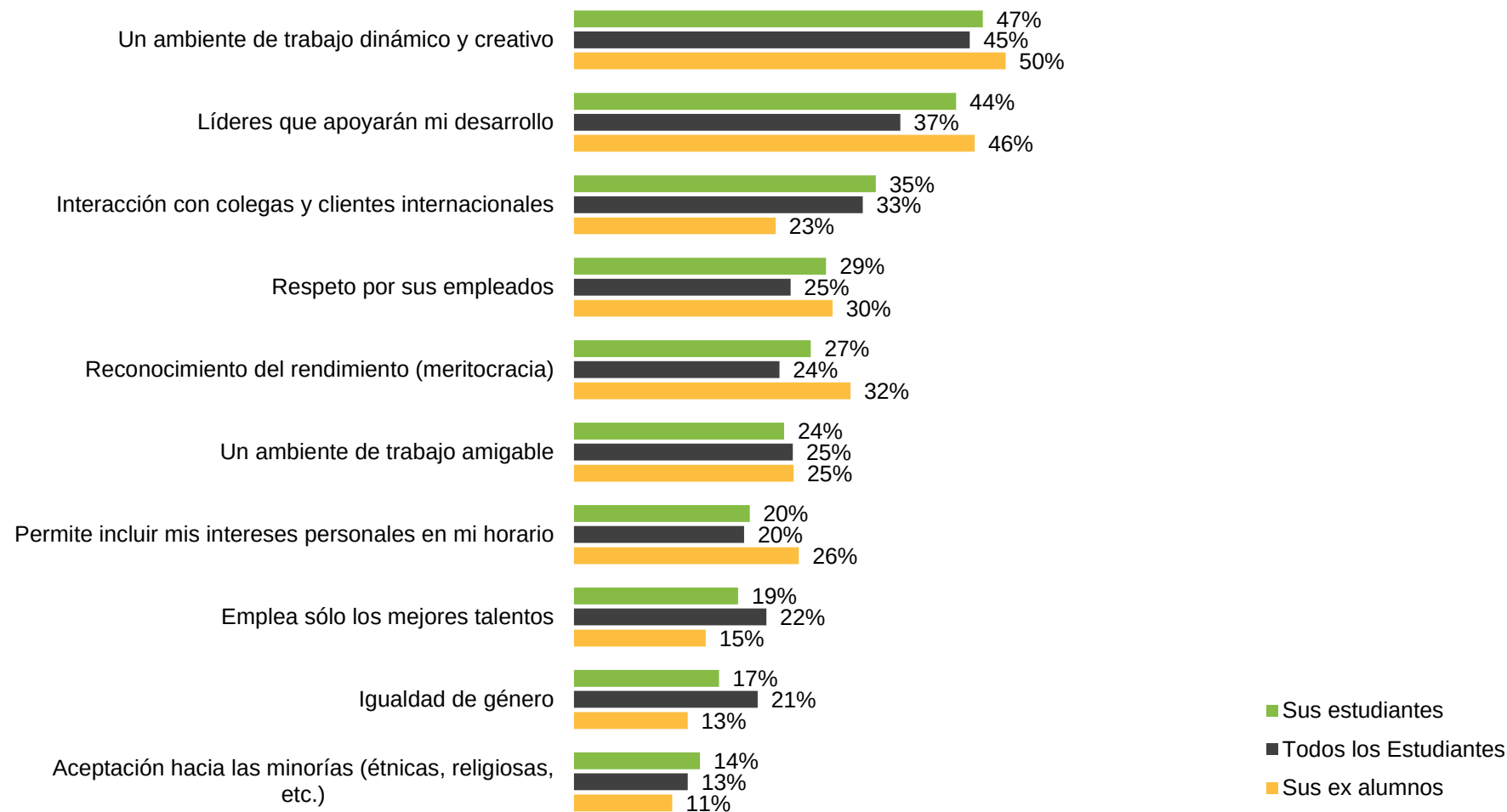
Reputación e Imagen del empleador

Atributos atractivos



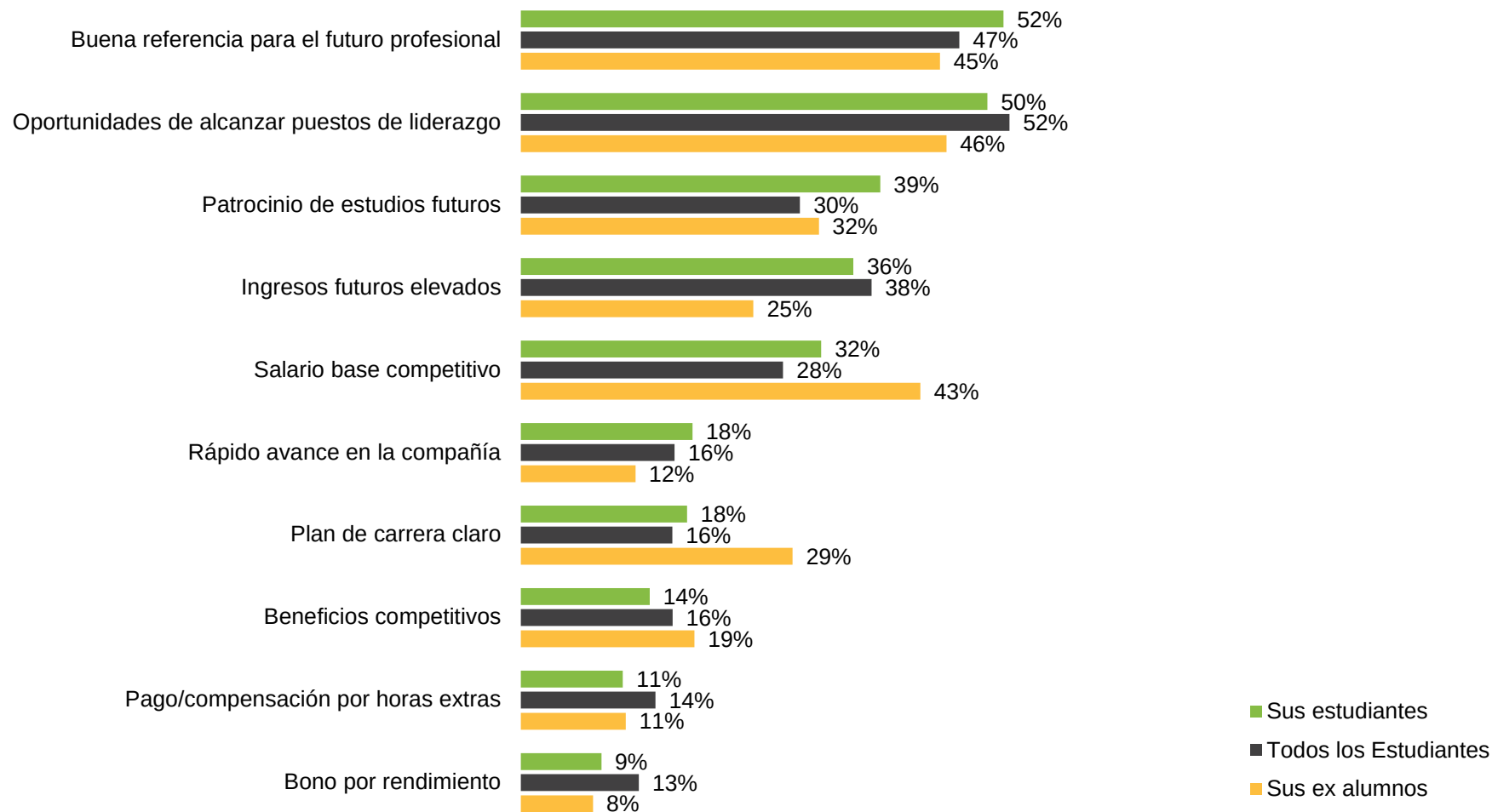
Gente y cultura

Atributos atractivos



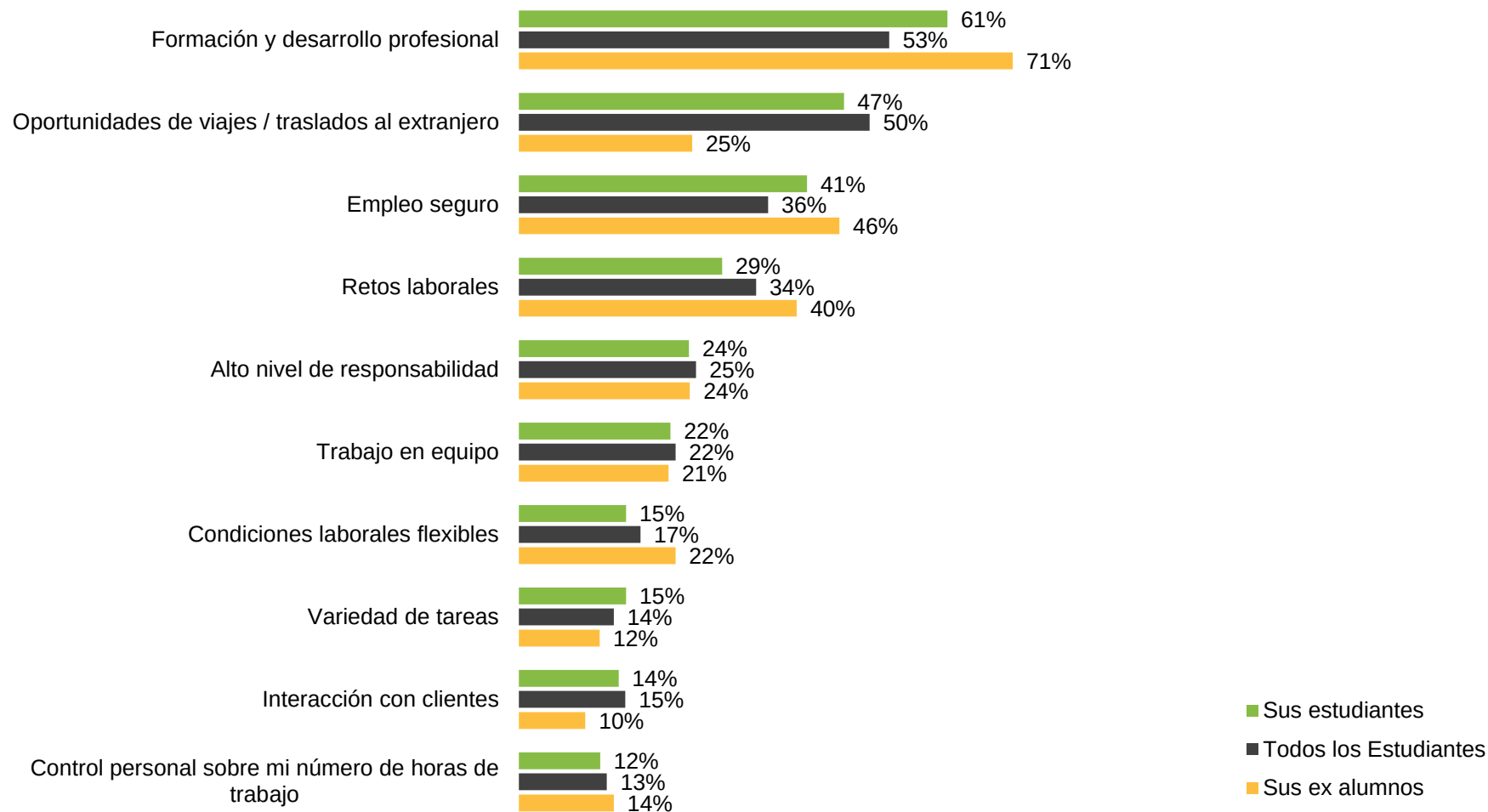
Remuneración y oportunidades de crecimiento

Atributos atractivos



Características del trabajo

Atributos atractivos





universum

¡GRACIAS!

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