



# Investigación de talentos de Universum 2016

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



# Quiénes somos



Estamos presentes en 60 países y contamos con oficinas regionales en Nueva York, París, Shanghai, Singapur y Estocolmo.



Desde hace más de 25 años ayudamos a las principales organizaciones del mundo a fortalecer sus Marcas Empleadoras.



Encuestamos a más de 1.3 millones de personas que buscan desarrollarse en su profesión, y nos asociamos con miles de universidades y organizaciones.



Somos líderes intelectuales en Employer Branding y publicamos artículos sobre temas pensados para las gerencias generales.



Prestamos servicio a más de 1,700 clientes de todo el mundo, entre ellos a empresas de la lista Fortune 100.



Nos asociamos de manera integral para promover Employer Branding y asistimos a los clientes desde la etapa de identificación de dificultades y atracción de los candidatos hasta la cuantificación de los resultados positivos.



Nuestros artículos sobre Employer Branding se publican anualmente en reconocidos medios, como WSJ, CNN, Le Monde y BusinessWeek.

# 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



# Ayudamos a las Instituciones de Educación Superior

Universum es el líder global en el área de employer branding e investigación de talento. A través de nuestras soluciones de investigación de mercado, consultoría y comunicación, pretendemos cerrar la brecha entre las expectativas de los empleadores y el talento, y apoyar a las Instituciones de Educación Superior en sus roles.

A través de nuestra visión única de los retos de reclutamiento que enfrentan los empleadores y la dinámica del mercado del talento, ayudamos a casi 2,000 universidades de todo el mundo a:

## COMPRENDER

LAS PREFERENCIAS DE CARRERA Y EXPECTATIVAS DE LOS ESTUDIANTES Y EGRESADOS

## IDENTIFICAR

LA IDONEIDAD PARA LA VIDA PROFESIONAL DE SUS ESTUDIANTES Y EGRESADOS

## ATRAER

EMPLEADORES RELEVANTES A SU CAMPUS

## GESTIONAR

LA PERCEPCIÓN DE MARCA Y EL ATRACTIVO DE SU UNIVERSIDAD

# Lo que cubrimos en el reporte

- 1 RESUMEN EJECUTIVO
- 2 PERFIL DE TALENTOS
- 3 PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD
- 4 PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR

# Acerca de la Investigación de talentos de Universum y la colaboración con la UAM



- Los resultados que aquí se presentan, corresponden a la **Encuesta Estudiantil UNIVERSUM 2016** aplicada a través de las **Oficina de Egresados y Bolsa de Trabajo de las Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)**.

## ENCUESTADOS



- Para el levantamiento de la información, el cuestionario **fue difundido** a través del portal electrónico del Sistema Institucional de Bolsa de Trabajo (SIBOT), redes sociales, básicamente de *Facebook* y envíos masivos por correo electrónico.



UNIVERSUM



**Casa abierta al tiempo**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

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



## EL CUESTIONARIO

- Creado con más de **25 años de experiencia**, investigación extensa dentro de Recursos Humanos, grupos de enfoque y comunicación con nuestros clientes, estudiantes y profesionales.
- Perspectiva global; perspectiva local.
- Conducido a través de una **encuesta en línea**. El vínculo en línea se distribuyó a través de redes universitarias y de exalumnos, comunidades, el Panel de Universum y diferentes socios locales y globales.



## ENCUESTADOS

- **Estudiantes** en instituciones de educación superior.
- **Profesionales** con un grado académico



## PERIODO DE CAMPO

Octubre 2015 - Enero 2016



Número de estudiantes que participaron en la encuesta **41,043**

## ESTE REPORTE

Número de encuestados

Grupo 1

Sus estudiantes

116

Grupo 2

Todos los Estudiantes

6,344

# Programa

1

## RESUMEN EJECUTIVO

Encuentre un resumen de la percepción de su marca como universidad, así como también del perfil, y preferencias de carrera y empleadores de sus estudiantes y de sus grupos de comparación.

# Resumen de la Percepción de Marca de la Universidad (1/2)

## ASOCIACIONES BASADAS EN LOS MOTIVADORES DE LA CAPACIDAD DE ATRACCIÓN DE LA UNIVERSIDAD

### EMPLEABILIDAD Y FUTURAS OPORTUNIDADES

1. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
2. Orientación hacia el desarrollo profesional
3. Se imparten conocimientos prácticos y adaptados a las necesidades de los empleadores



## PRINCIPALES ASOCIACIONES

Sabiduría competitiva autonomía **Orgullo** Autónoma conocimiento  
 Clases liderazgo Exito modular Abierta  
 éxito prestigio investigación investigación casa  
 Esfuerzo Pantera **Excelencia** Psicología  
 Profesionales carrera Calidad amor Medicina Excelente Hogar  
 Alma mater Maravillosa amor

# Resumen de la Percepción de Marca de la Universidad (2/2)

## CONTINÚE LA COMUNICACIÓN

### EMPLEABILIDAD Y FUTURAS OPORTUNIDADES

- ✓ Se imparten conocimientos prácticos y adaptados a las necesidades de los empleadores
- ✓ Orientación hacia el desarrollo profesional
- ✓ Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa



### SATISFACCIÓN PROMEDIO

Universidad Autónoma  
Metropolitana

9.1

Todas las  
universidades

8.4

¿Cuál es el porcentaje de estudiantes que elegirían estudiar para su actual universidad si tuviesen la oportunidad de volver a elegir?

Universidad Autónoma  
Metropolitana

74%

Todas las  
universidades

58%

# 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. Ser líder o responsable de personas
3. Tener equilibrio entre la vida profesional y personal

### LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

1. Formación y desarrollo profesional
2. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
3. Patrocinio de estudios futuros
4. Buena referencia para el futuro profesional
5. Líderes que apoyarán mi desarrollo



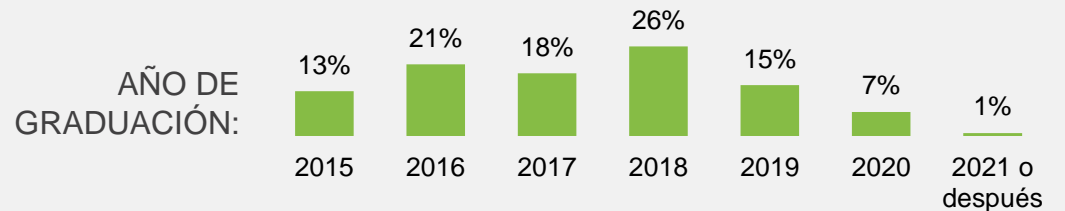
### ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS ESTUDIANTES SE IDENTIFICAN

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



### LAS 3 PRINCIPALES INDUSTRIAS

1. Servicios de salud
2. Productos farmacéuticos y biotecnología
3. Sector público y agencias gubernamentales



# 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. Dedicarme 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. Líderes que apoyarán mi desarrollo
-  5. Prestigio



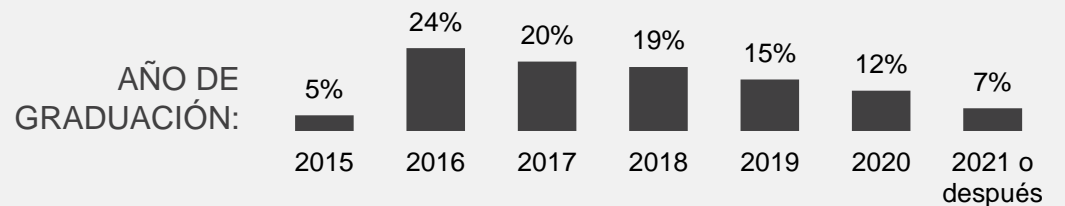
### ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS ESTUDIANTES SE IDENTIFICAN

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



### LAS 3 PRINCIPALES INDUSTRIAS

1. Servicios de salud
2. Equipo de salud
3. Instituciones educativas y científicas



# Programa

1

RESUMEN EJECUTIVO

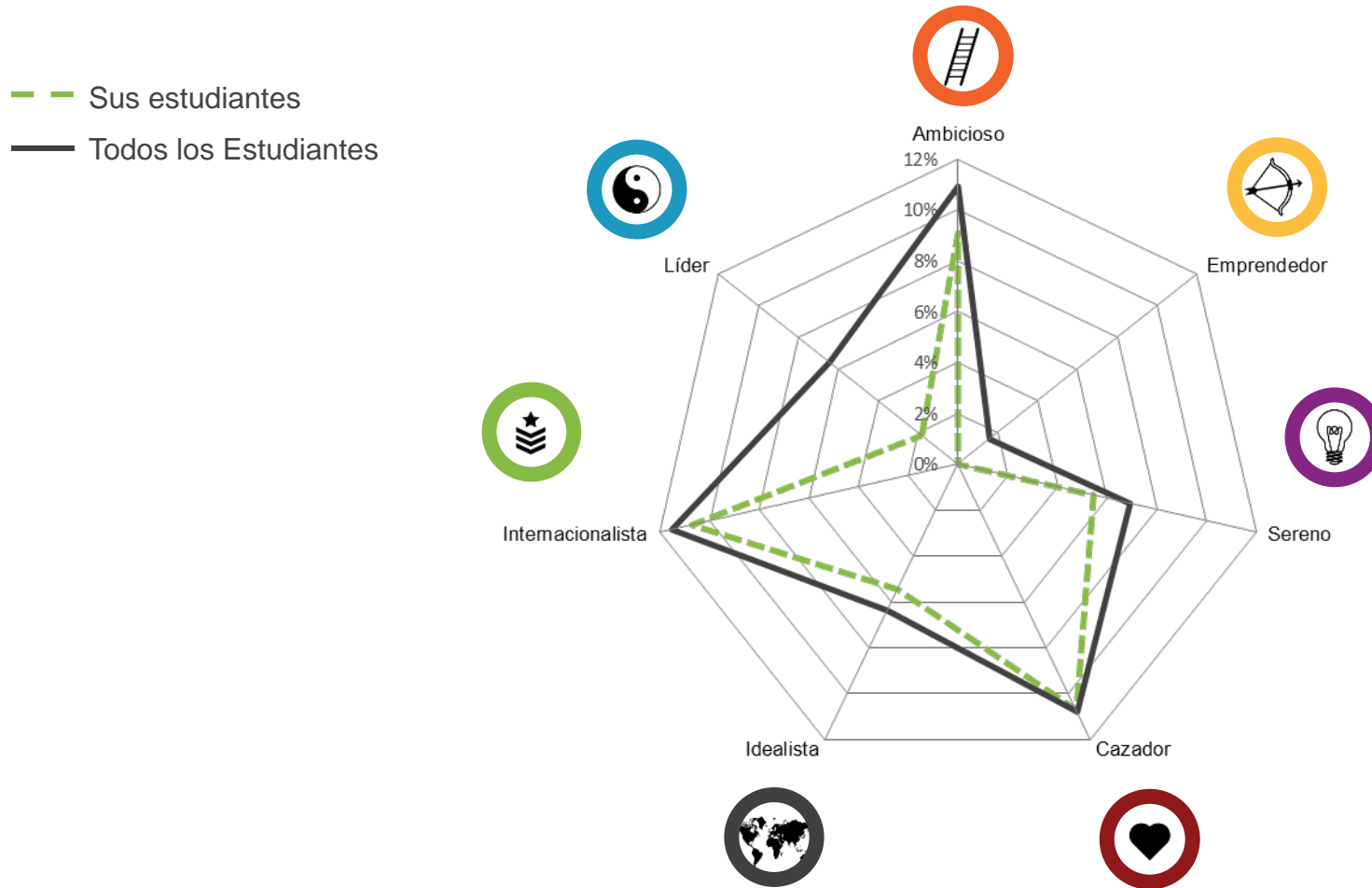
2

PERFIL DE TALENTOS

Determine, que tipo de aptitudes y actitudes tienen sus estudiantes y que los separa del resto del grupo objetivo. Esta información lo ayudará a mejorar la posibilidad de empleo de sus estudiantes y egresados universitarios para que puedan comunicar sus valores distintivos a futuros empleadores.

# Los perfiles de desarrollo profesional de Universum

## Distribución por grupo objetivo

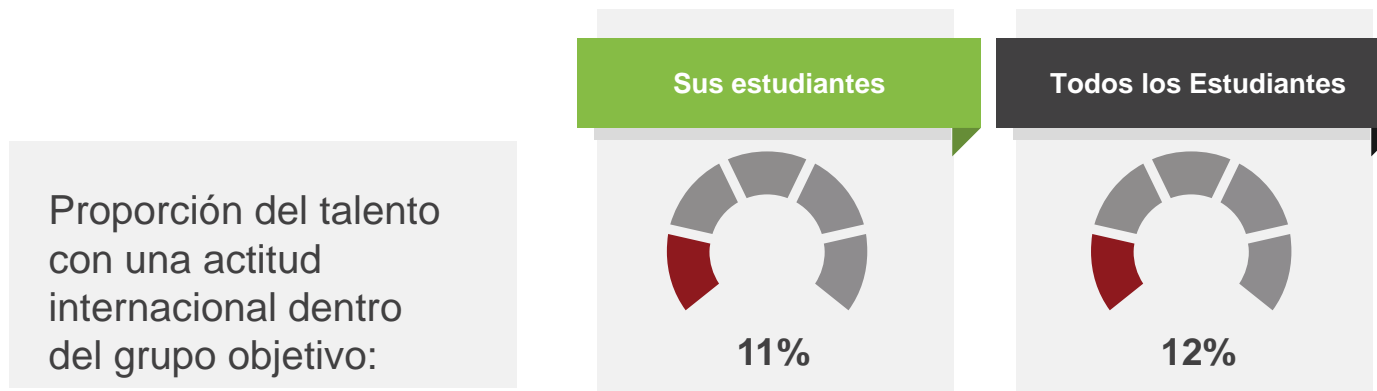


# Cómo utilizamos la posibilidad de empleo en la Encuesta de talentos de Universum



# 11% de sus estudiantes tienen una actitud internacional

## Internacionalistas

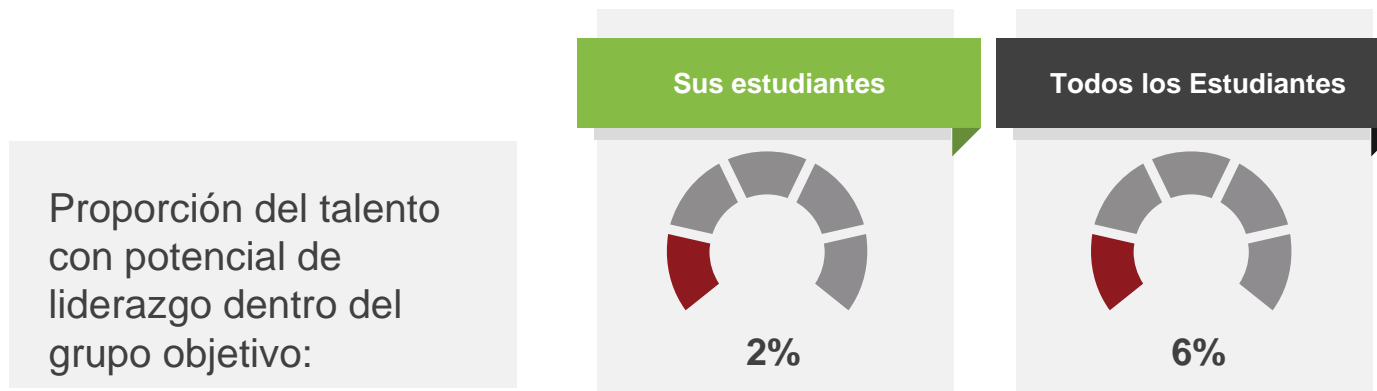


*Ser un Internacionalista no es solo una experiencia en el CV, sino también:*

- *Abarca una habilidad mundial y una actitud 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.*

## 2% de sus estudiantes están particularmente interesados en Liderazgo

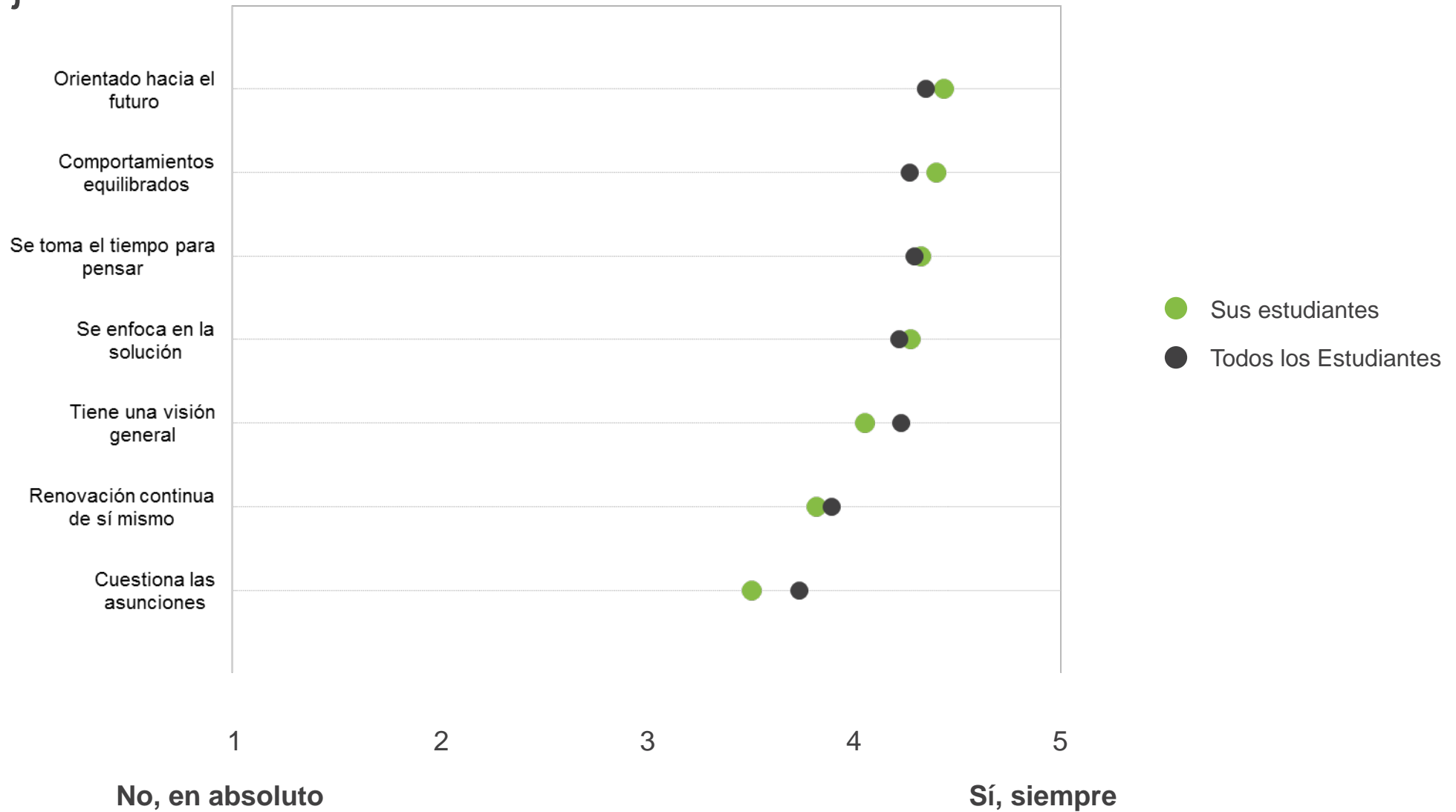
### LÍDERES



*Tener una proporción amplia de líderes futuros 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:*

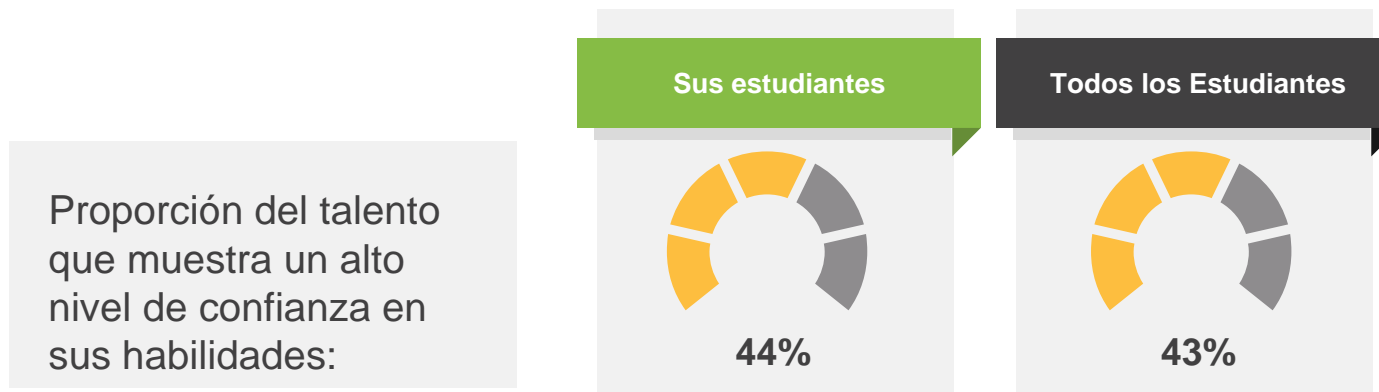
- *Pueden tener una visión general en cualquier situación, lo que les ayuda a inspirar a sus equipos y a sí mismos.*
- *Prefieren los numerosos beneficios de trabajar con otros en un ambiente de equipos en lugar de ser “lobos solitarios”.*
- *No temen ser responsables de situaciones. Ven la responsabilidad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

# Como se diferencia la actitud del talento dependiendo de los grupos objetivos



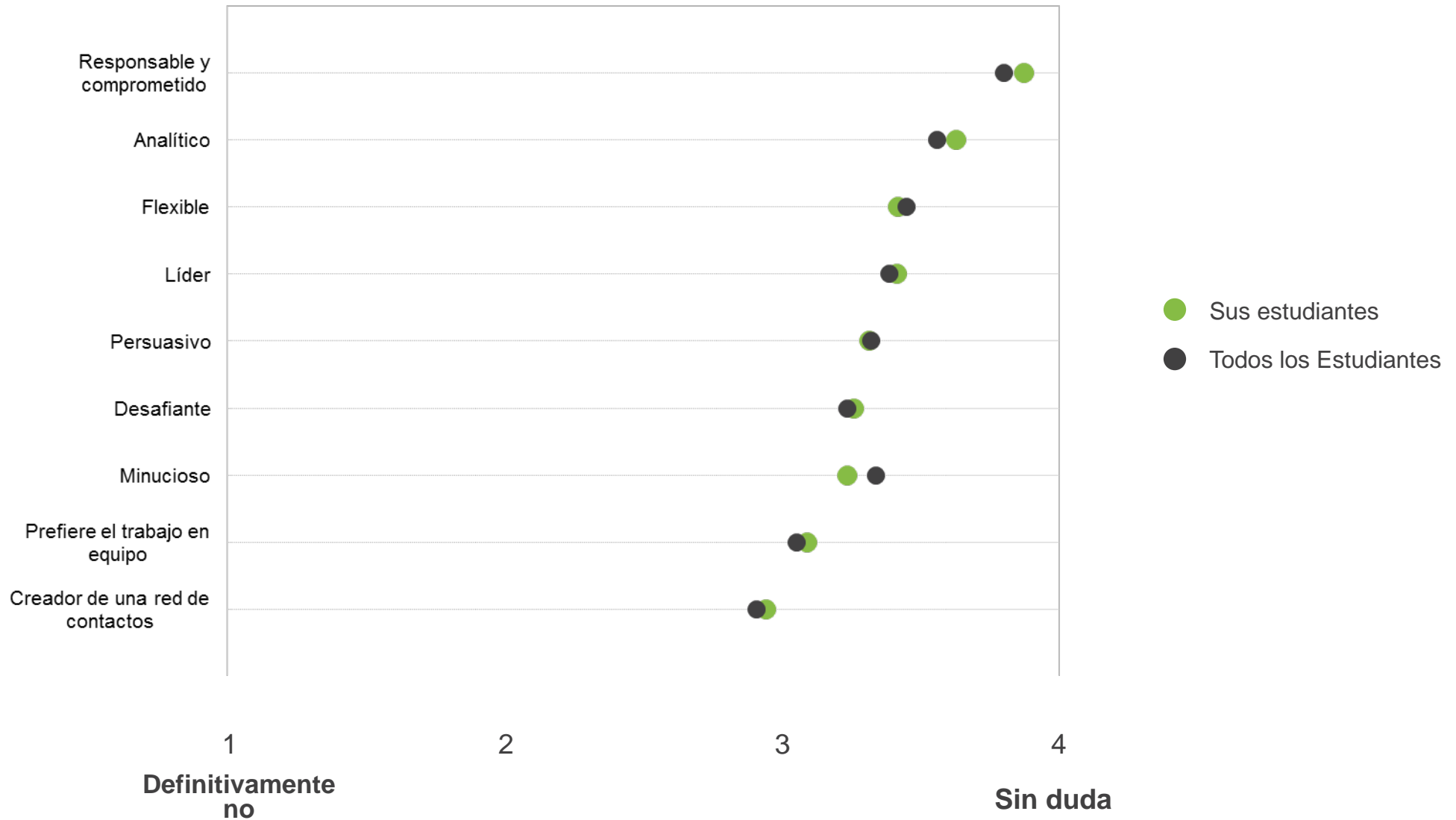
## 44% de sus estudiantes tienen confianza en sus habilidades de personalidad

### Confianza en habilidades



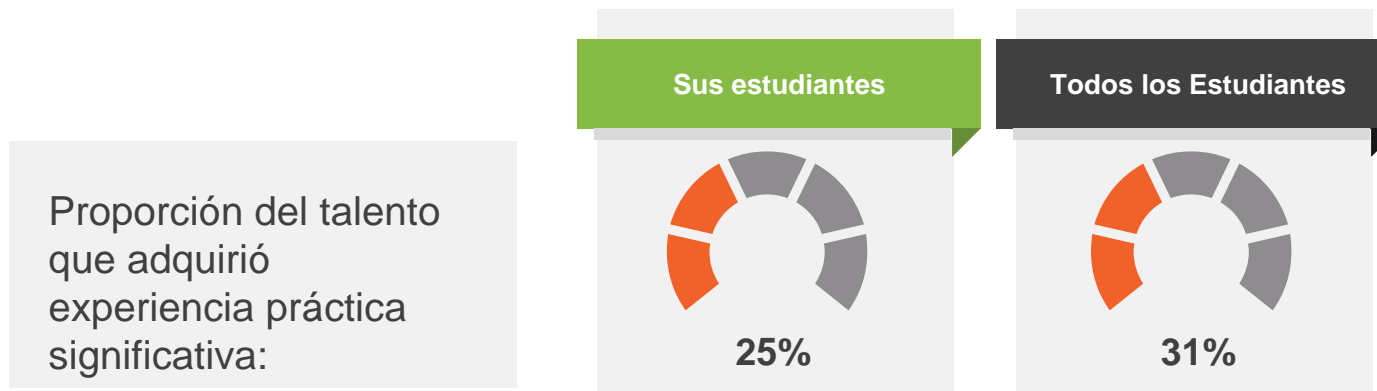
*La autoestima y la confianza en su personalidad, las habilidades técnicas y la experiencia son importantes para la posibilidad de empleo del talento. Especialmente al presentarlo a empleadores para obtener, mantener o encontrar un nuevo empleo cuando sea necesario. Podrá ver detalles en la siguiente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

# ¿Qué habilidades de personalidad describen a cada grupo objetivo?



## 25% de sus estudiantes adquirieron experiencia práctica significativa

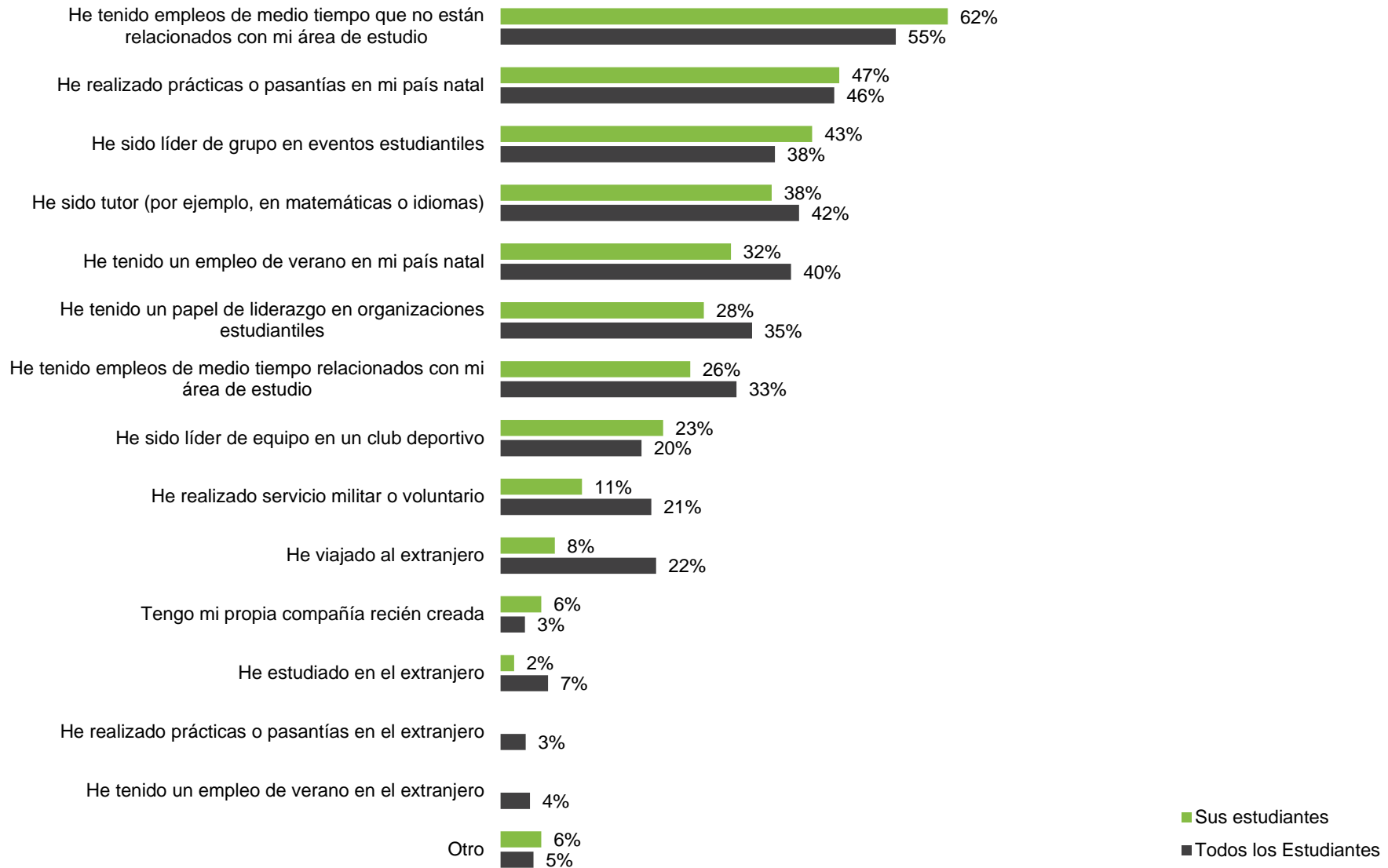
### Experiencia práctica



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

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

# ¿Qué experiencias prácticas tienen los estudiantes?



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

# Programa

- 1 RESUMEN EJECUTIVO
- 2 PERFIL DE TALENTOS
- 3 PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD

En este capítulo se evalúa la percepción de identidad de su universidad con respecto a: Empleabilidad y Futuras Oportunidades.

# Principales asociaciones con Universidad Autónoma Metropolitana



• ¿Cuál es la primera palabra que le viene a la mente cuando piensa en su institución docente?

- Estas son las respuestas provistas por sus estudiantes.
- Puede haber errores ortográficos.

# Las claves del atractivo de la universidad

## EMPLEABILIDAD Y FUTURAS OPORTUNIDADES

**Se refiere a oportunidades a largo plazo que la universidad proporciona a los estudiantes**

- Orientación hacia el desarrollo profesional
- Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
- Altos índices de empleo entre los graduados
- Punto de partida de una carrera con proyección internacional
- Oportunidades de entrar en contacto con empleadores
- Fuertes lazos con la industria
- Apoya y promueve el espíritu emprendedor
- Escuela objetivo para empleadores en mi campo
- Se imparten conocimientos prácticos y adaptados a las necesidades de los empleadores




# Atributos más atractivos


## Universidad Autónoma Metropolitana

## Todas las universidades

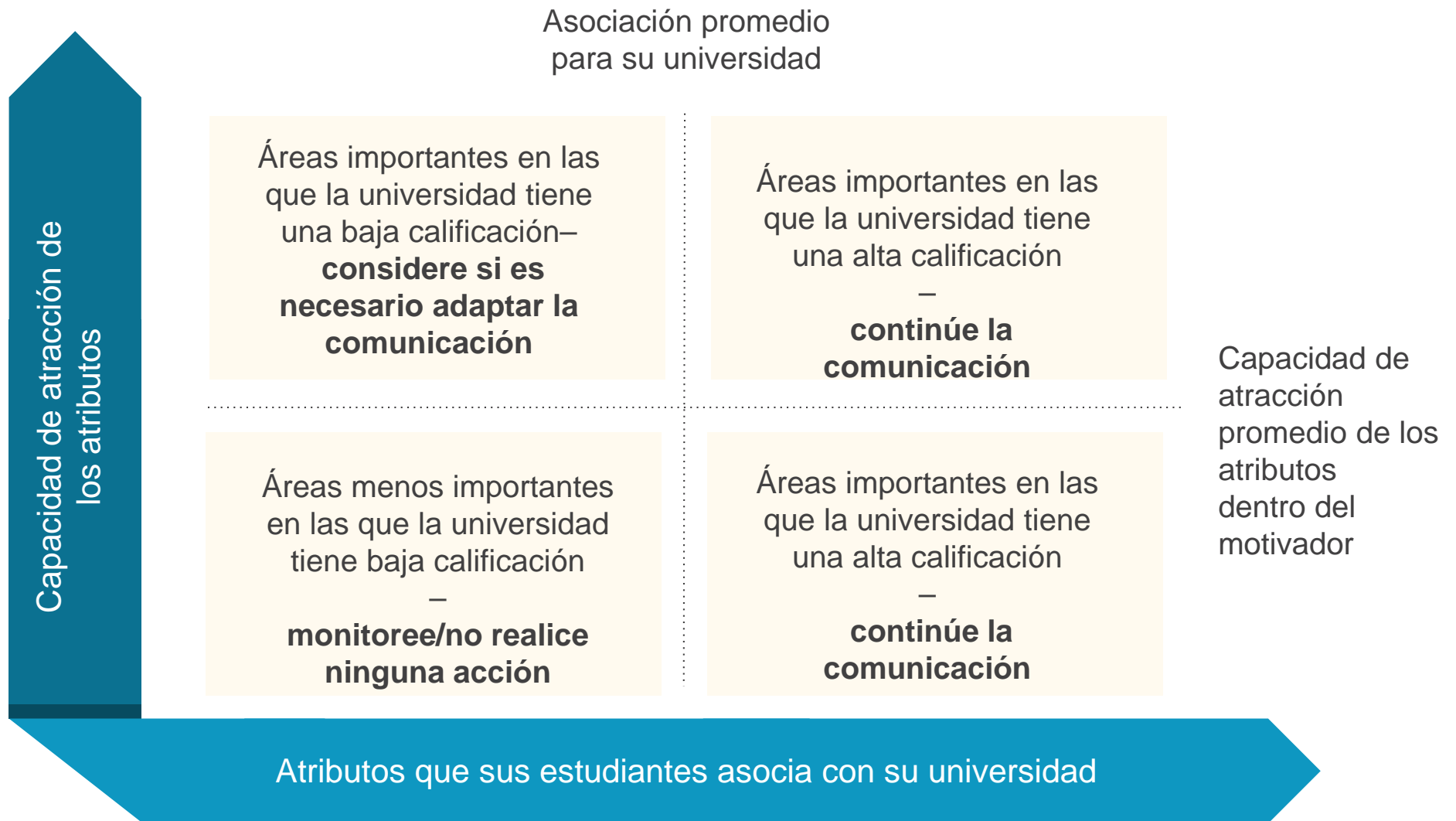
### EMPLEABILIDAD Y FUTURAS OPORTUNIDADES

- 
1. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
  2. Orientación hacia el desarrollo profesional
  3. Se imparten conocimientos prácticos y adaptados a las necesidades de los empleadores

### EMPLEABILIDAD Y FUTURAS OPORTUNIDADES

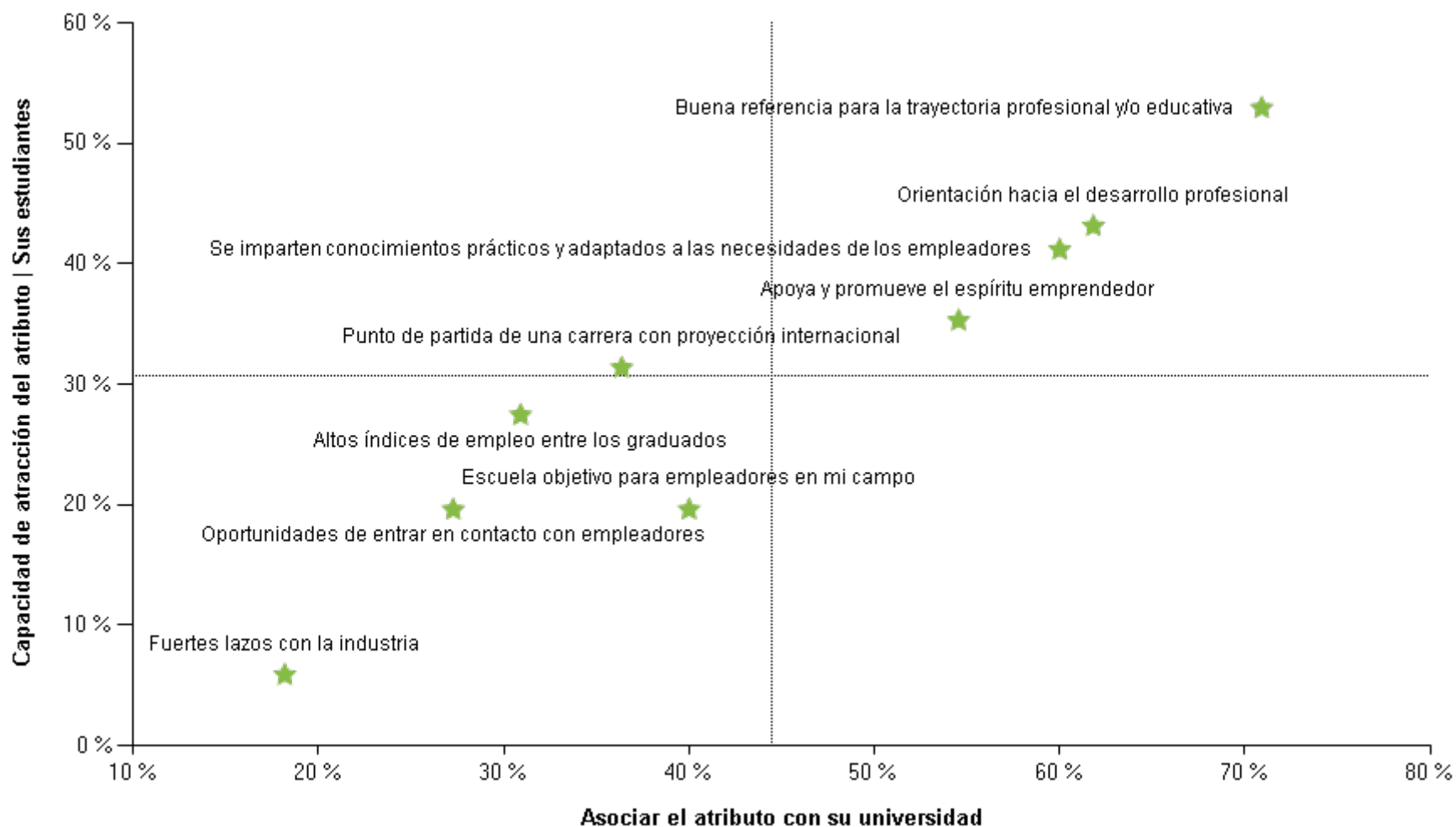
- 
1. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
  2. Orientación hacia el desarrollo profesional
  3. Altos índices de empleo entre los graduados

# Atractividad vs. asociaciones



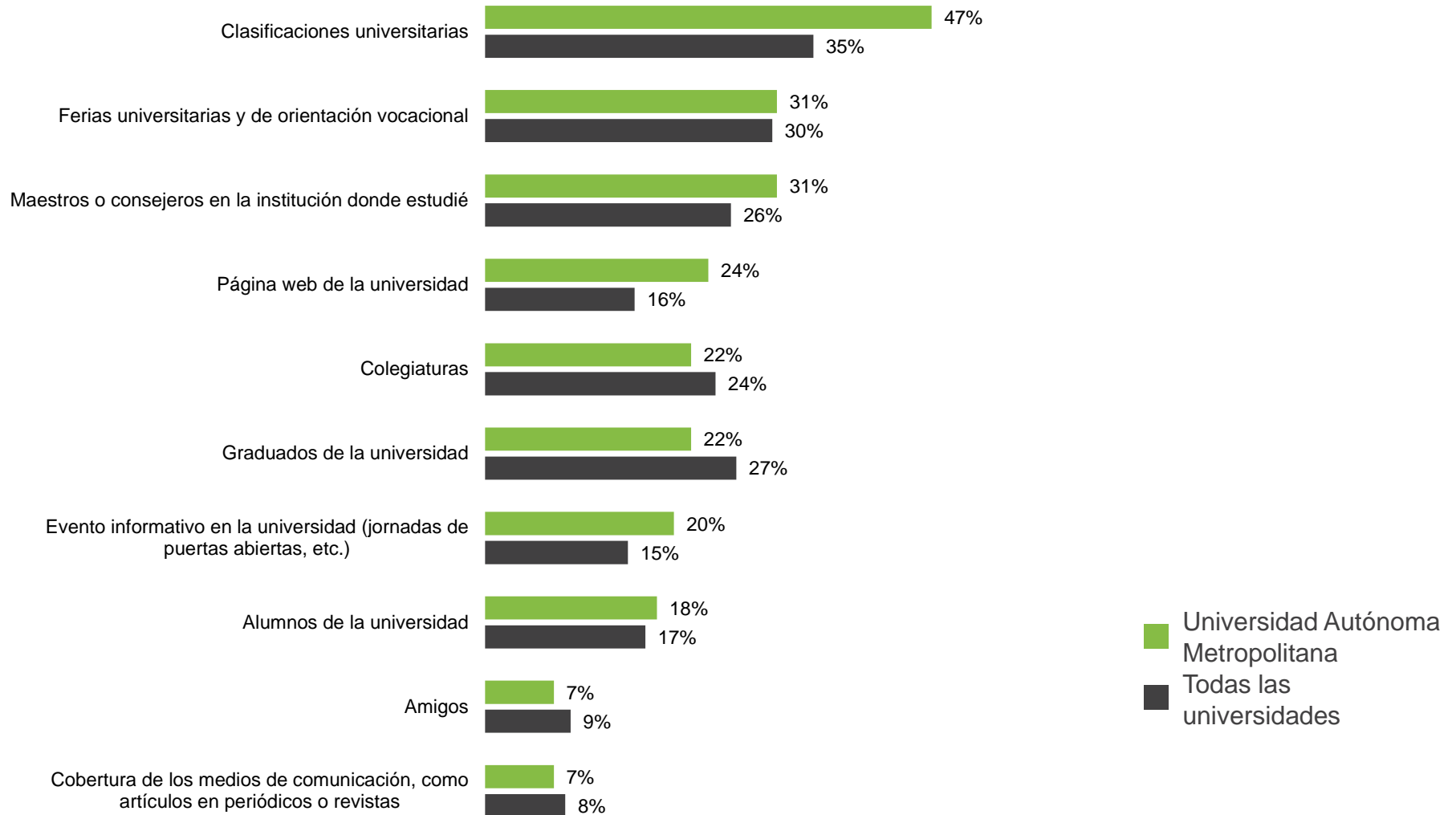
# Empleabilidad y Futuras Oportunidades

Atractividad vs. asociaciones con Universidad Autónoma Metropolitana



- ¿Cuáles de las siguientes características asocia con su colegio o universidad? Por favor seleccione todas las alternativas que considere convenientes.
- ¿Cuáles de estas características considera más atractivas? (Máx. 3)

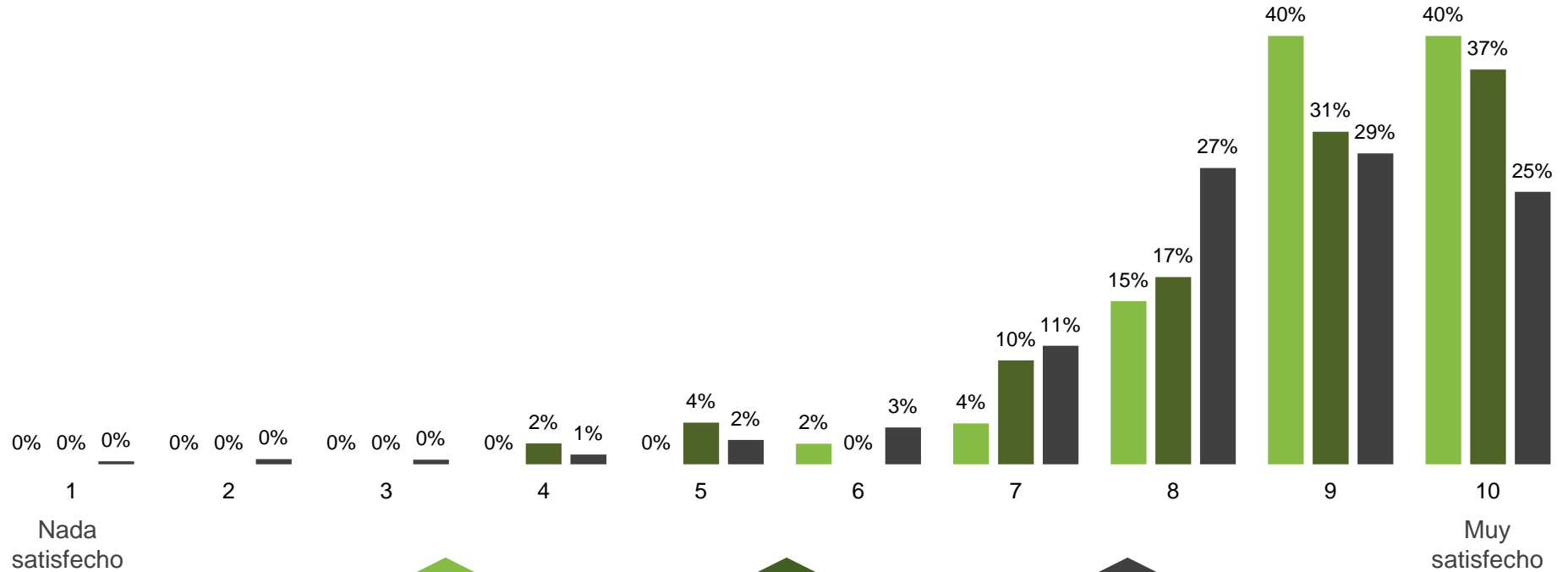
# ¿Qué factores tuvieron mayor influencia en sus estudiantes al elegir su universidad?



• ¿Cuáles de los siguientes factores es más determinante al elegir su universidad? Por favor seleccione un máximo de 3 alternativas.

• La tabla muestra las 10 fuentes más importantes de influencia.

# ¿Cuán satisfechos están sus estudiantes con usted?

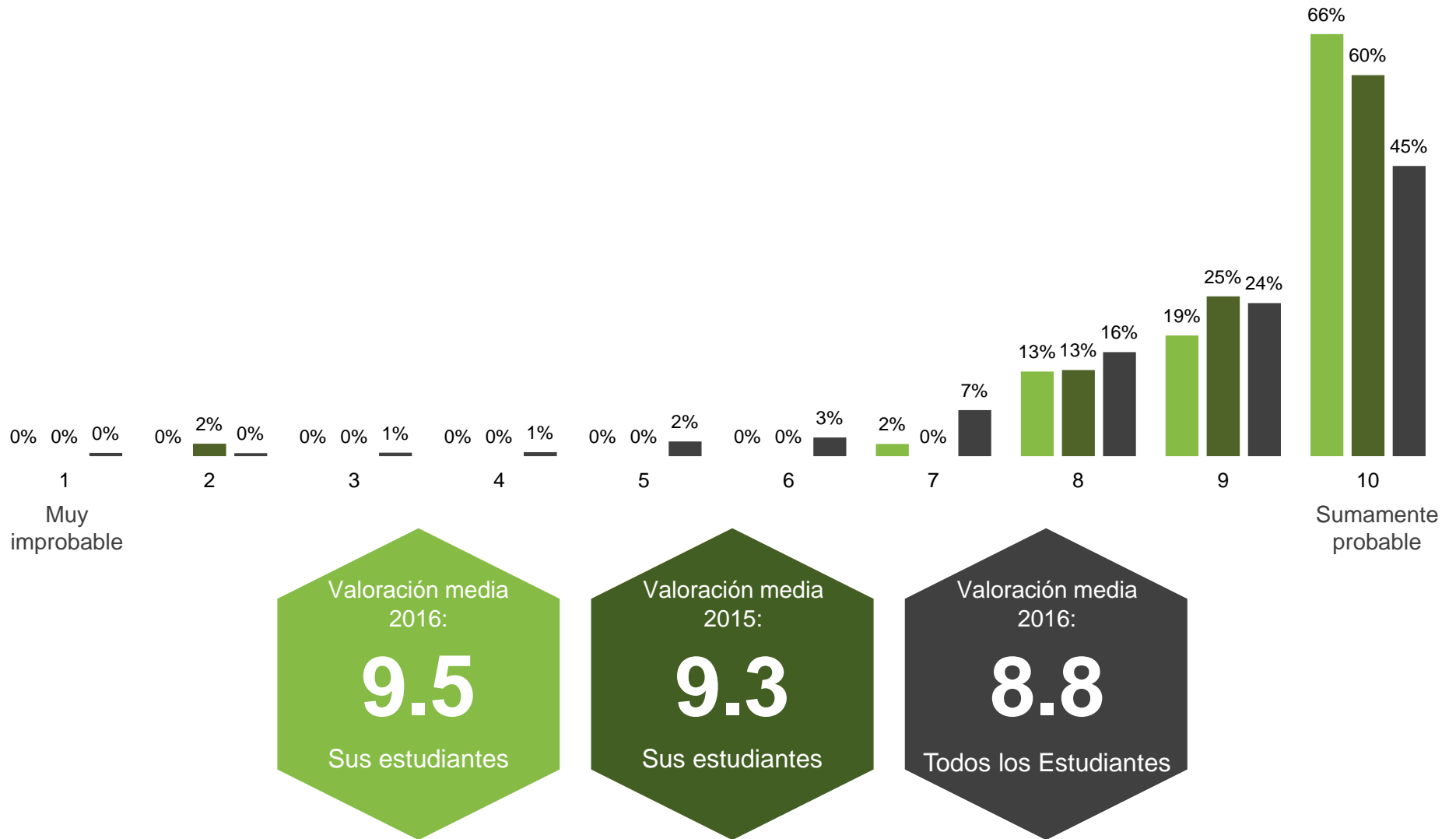


Valoración media 2016:  
**9.1**  
Sus estudiantes

Valoración media 2015:  
**8.8**  
Sus estudiantes

Valoración media 2016:  
**8.4**  
Todos los Estudiantes

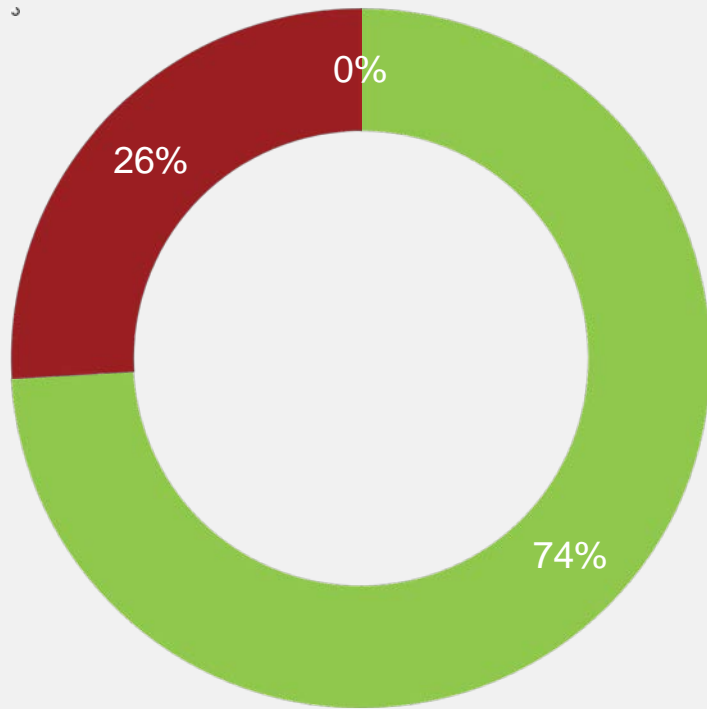
# ¿sus estudiantes recomendarían Universidad Autónoma Metropolitana a un amigo o familiar?



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

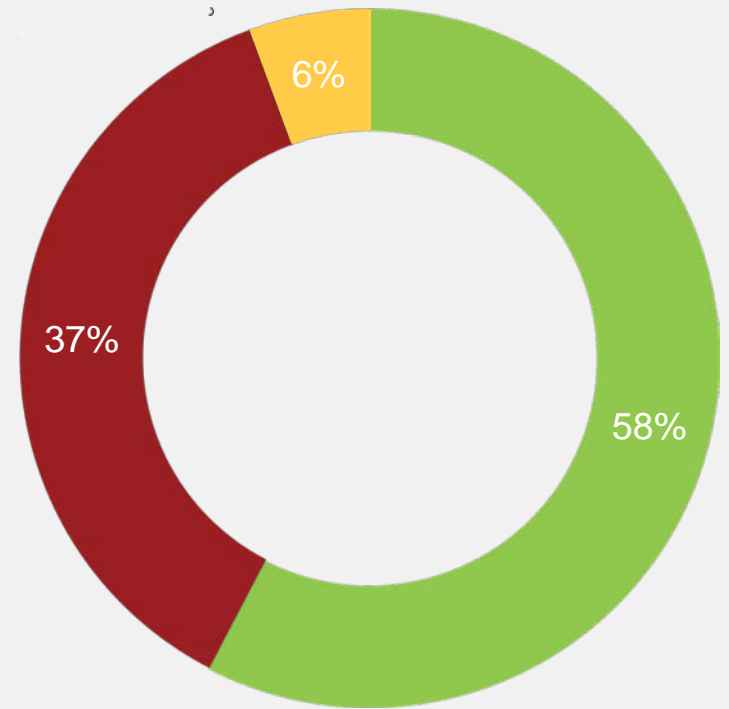
# Si sus estudiantes tuviesen la oportunidad de estudiar de nuevo, ¿elegirían Universidad Autónoma Metropolitana?

Sus estudiantes



■ Sí, definitivamente
 ■ Es posible
 ■ No, en absoluto

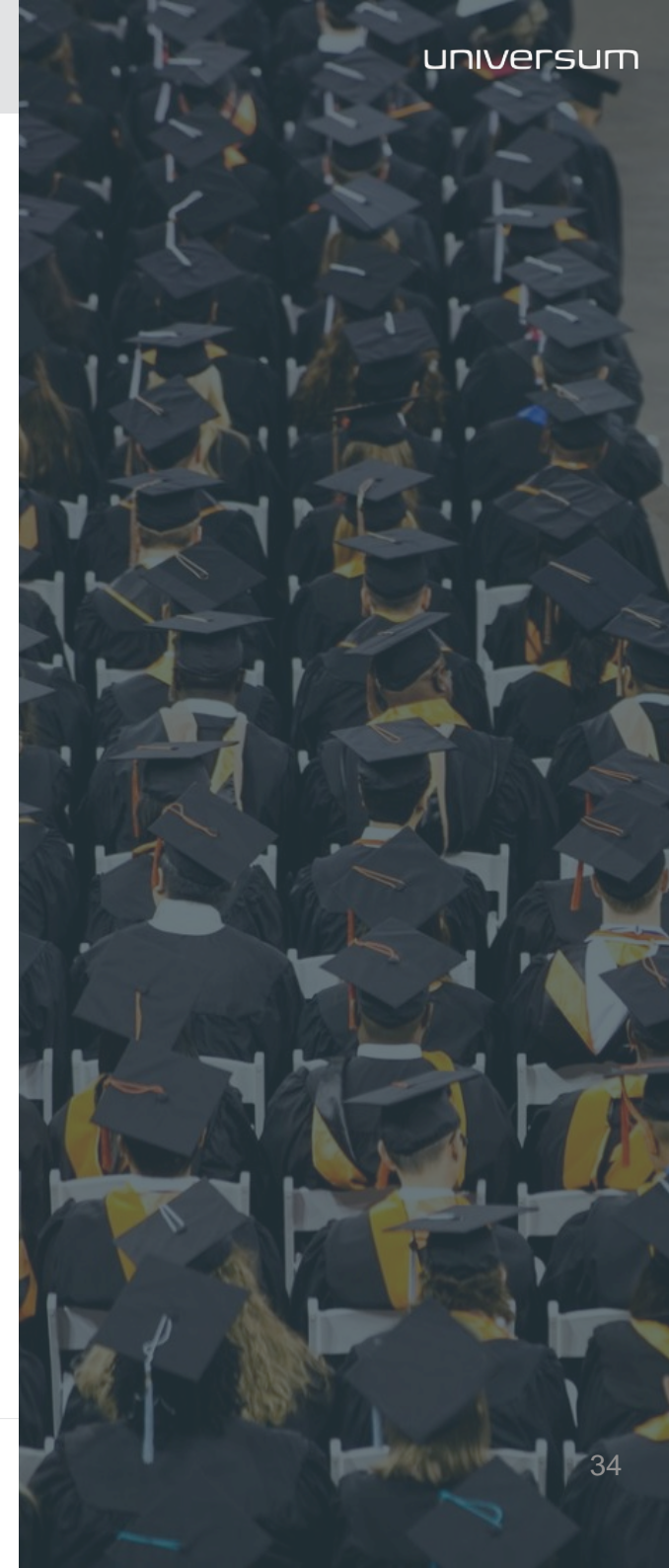
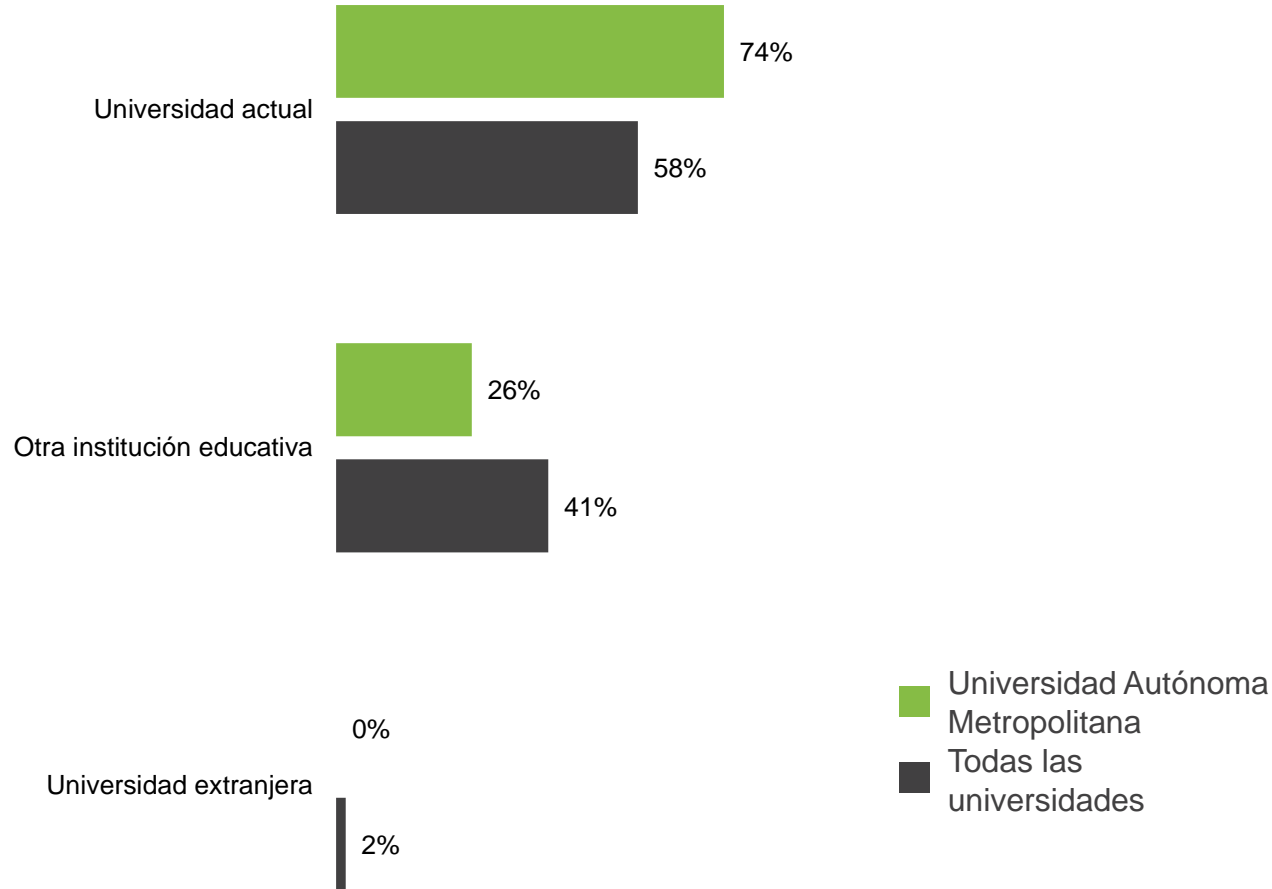
Todas las universidades



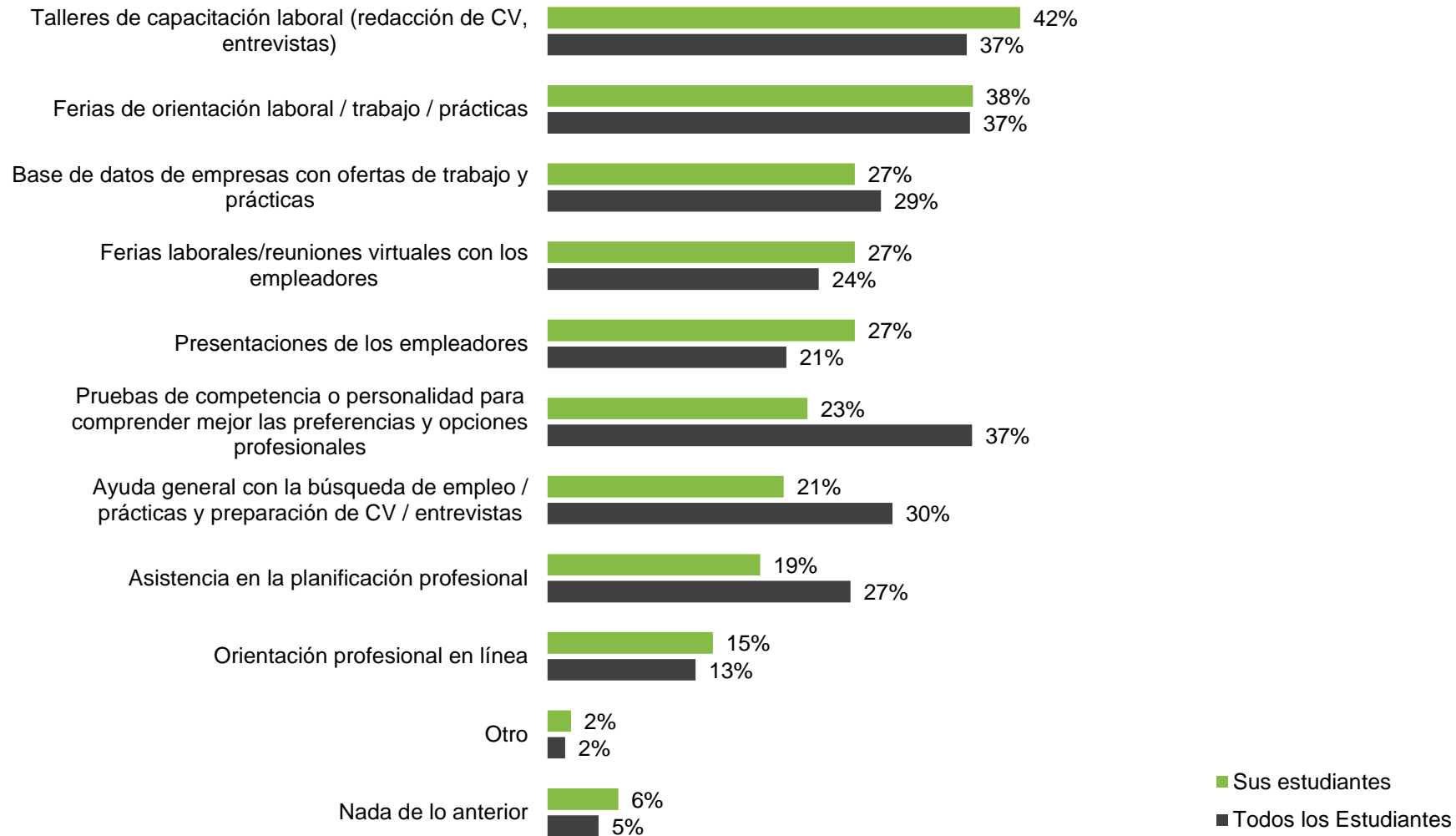
■ Sí, definitivamente
 ■ Es posible
 ■ No, en absoluto

• Si pudiese comenzar sus estudios de nuevo en cualquier centro educativo, ¿volvería a elegir su universidad o facultad?

# Si sus estudiantes pudieran estudiar de nuevo, escogerían...



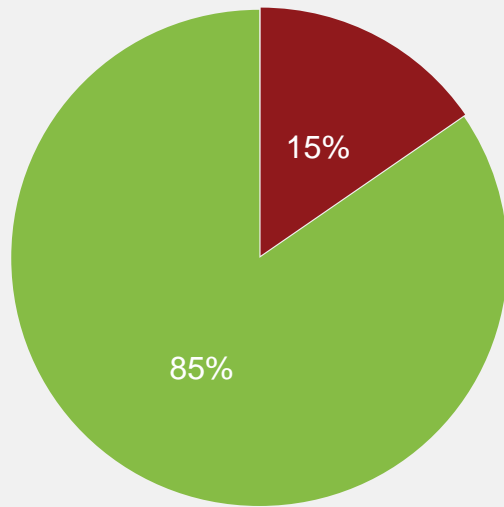
# ¿Cuáles son los servicios de carrera más importantes para sus estudiantes?



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

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

## Universidad Autónoma Metropolitana



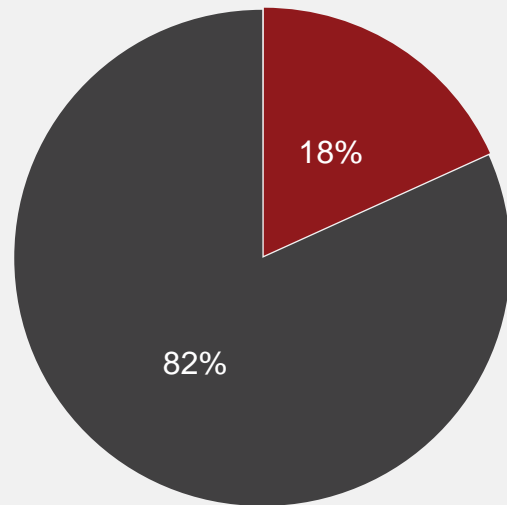
- Proporción de estudiantes que usan uno o más servicios de carrera en su universidad
- Proporción de estudiantes que no usan ningún servicio de carrera en su universidad



• ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional ha utilizado en su centro educativo? Por favor seleccione todas las alternativas que considere convenientes.

# Uso general de servicios de orientación profesional

## Todas las universidades

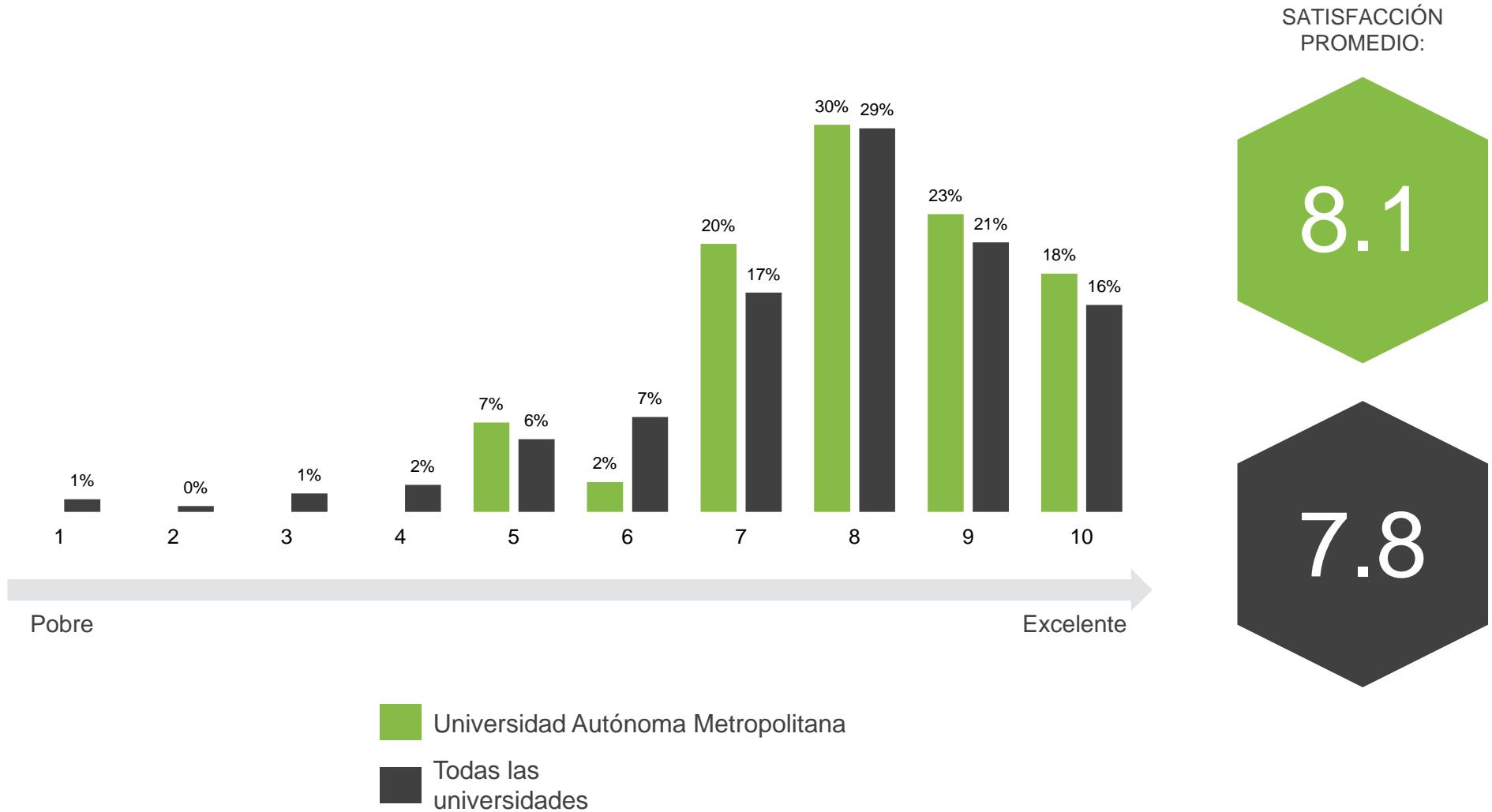


- Proporción de estudiantes que usan uno o más servicios de carrera en su universidad
- Proporción de estudiantes que no usan ningún servicio de carrera en su universidad



• ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional ha utilizado en su centro educativo? Por favor seleccione todas las alternativas que considere convenientes.

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

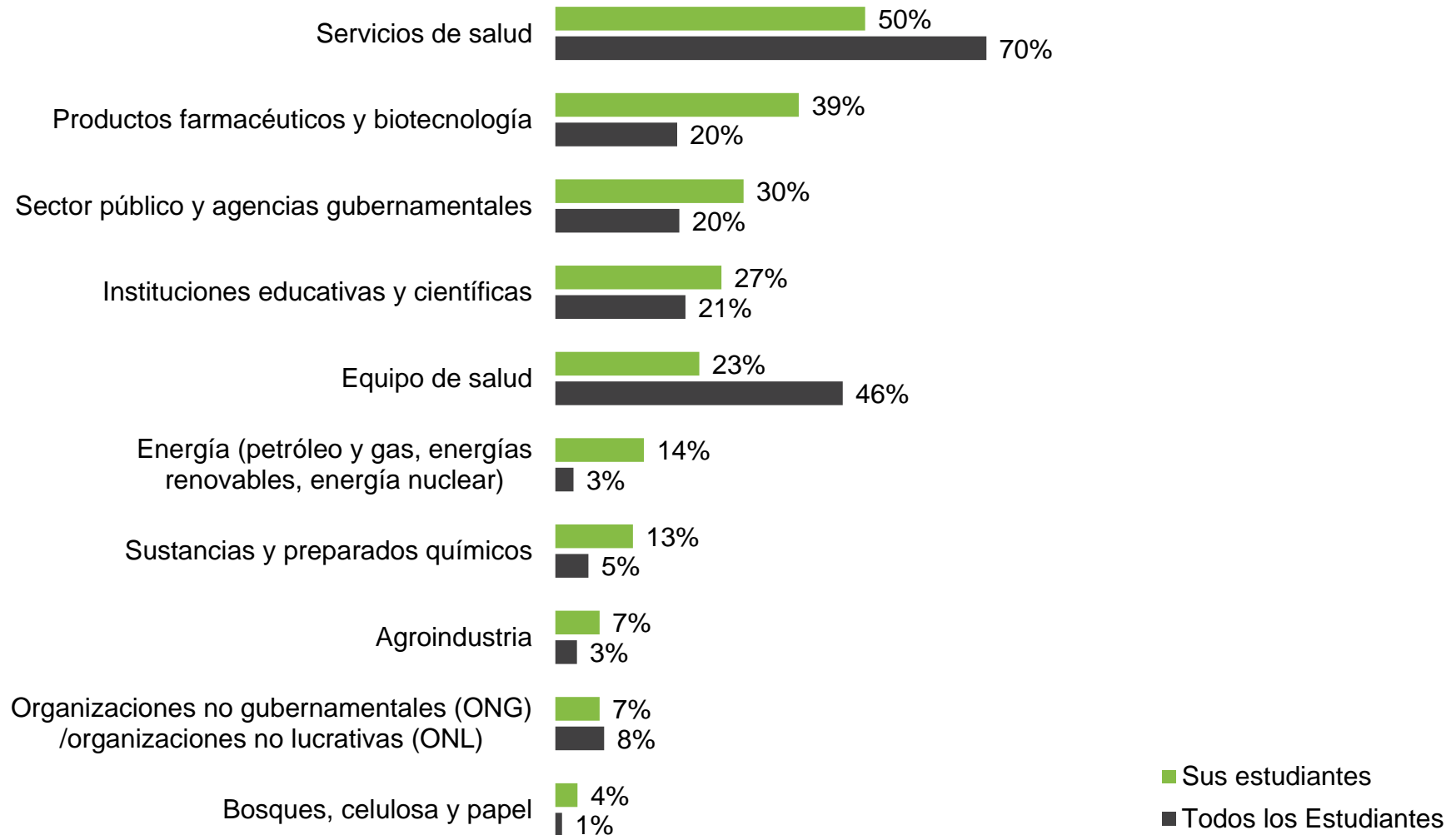


# Programa

- 1 RESUMEN EJECUTIVO
- 2 PERFIL DE TALENTOS
- 3 PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD
- 4 PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR

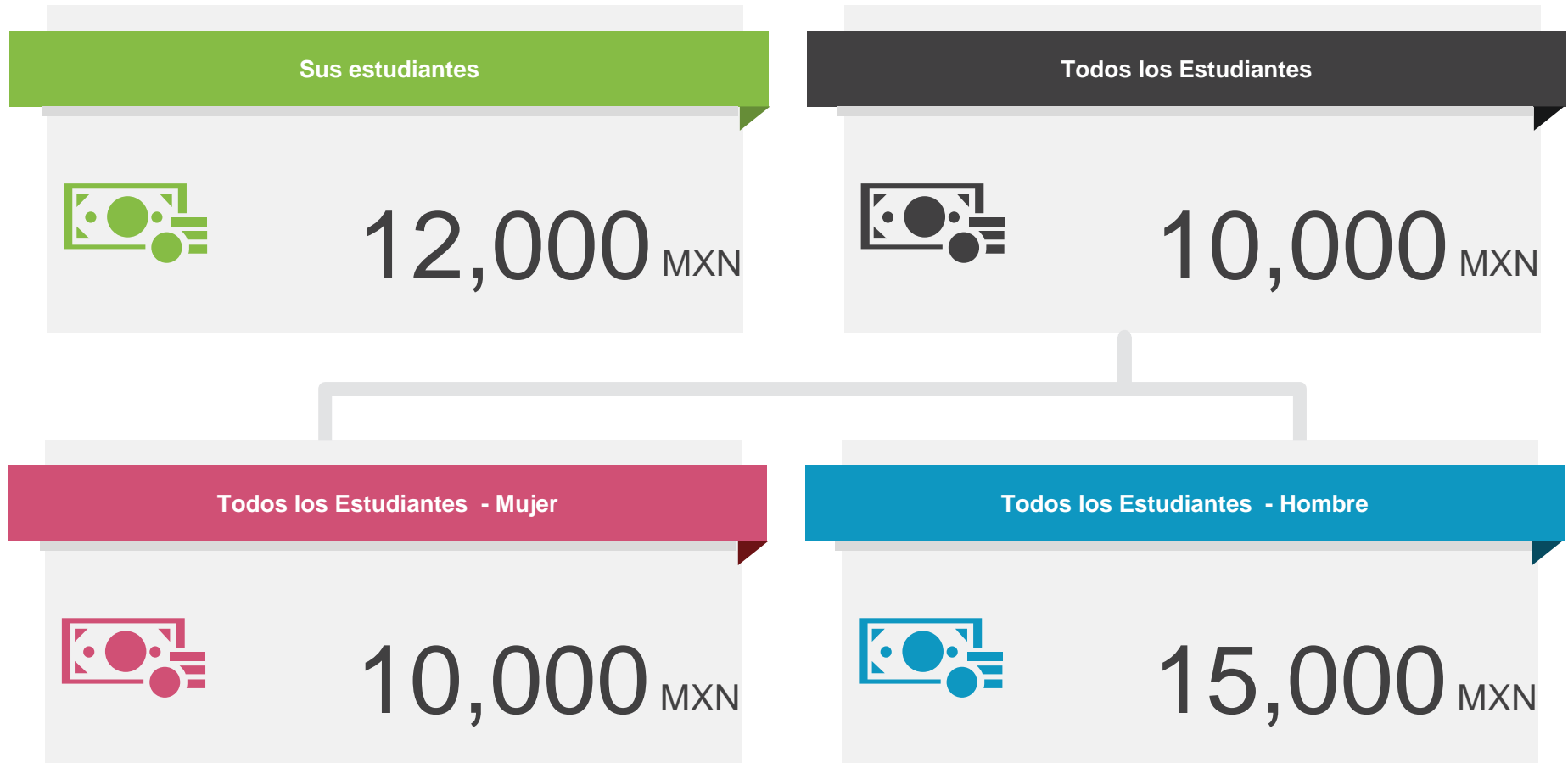
Determine qué empleadores prefieren los estudiantes y averigüe las preferencias y expectativas profesionales de sus estudiantes en comparación con la población en general. Además, comprenda cómo su institución moldea la trayectoria profesional de sus estudiantes y egresados.

# Industrias más preferidas de los estudiantes



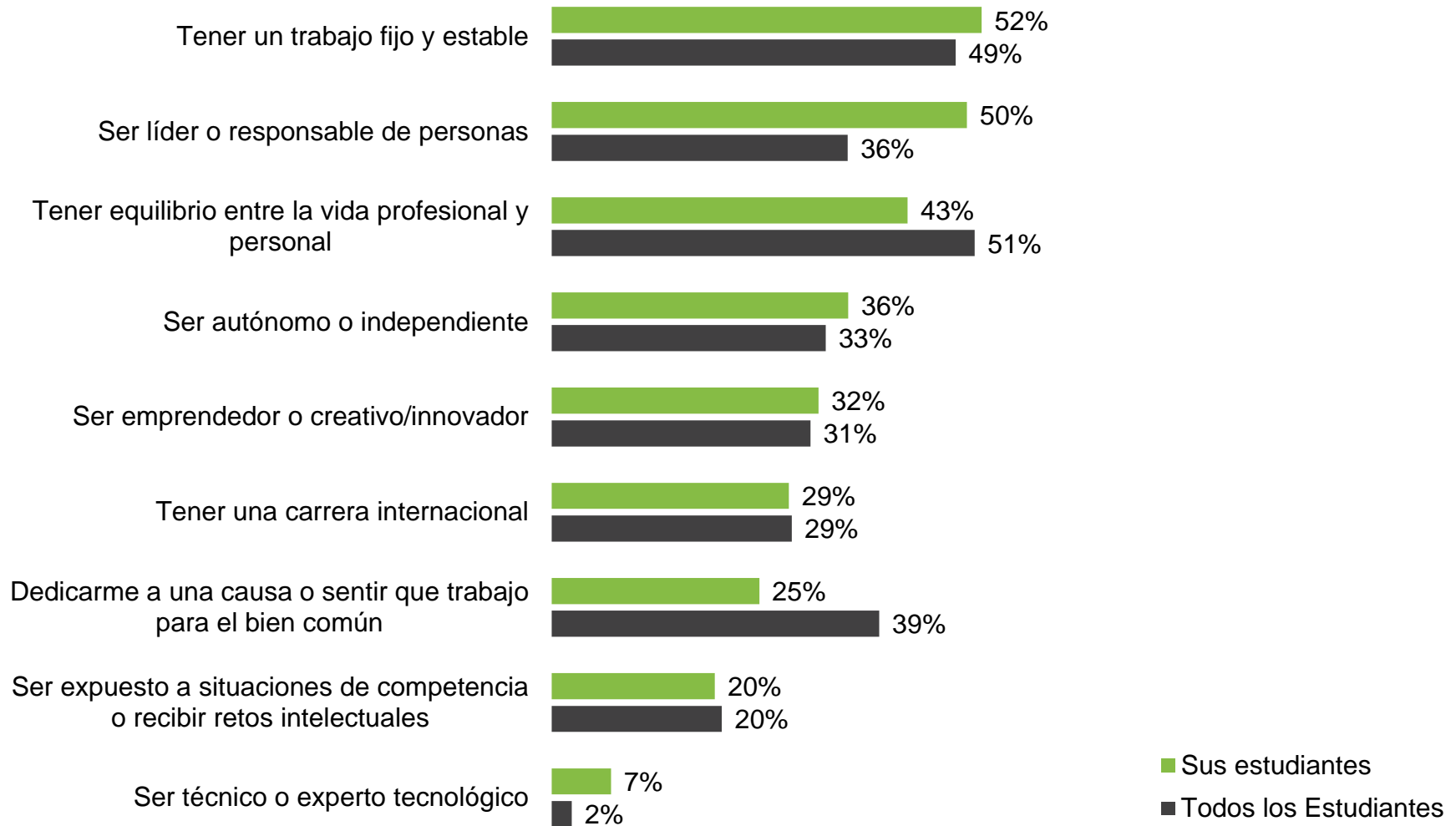
• ¿En cual industria le gustaría idealmente trabajar en su primer empleo después de graduarse? Por favor seleccione un máximo de 3 alternativas.

# Salario mensual esperado de los estudiantes



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

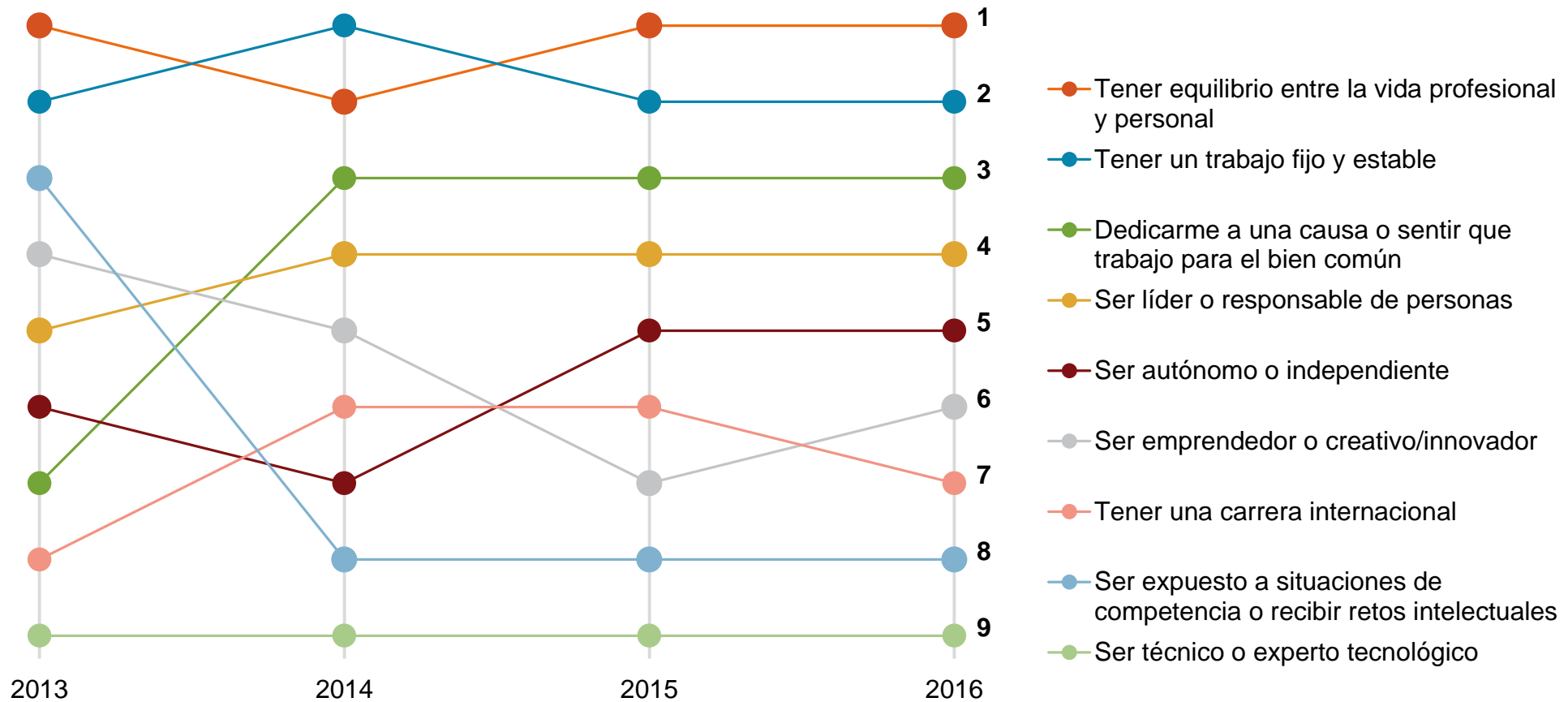
# “Tener un trabajo fijo y estable” es el objetivo a largo plazo más importante



¿Cuáles de estas metas de desarrollo profesional son las más importantes para usted? Por favor seleccione un máximo de 3 alternativas.

# Metas del desarrollo profesional en el tiempo

Todos los Estudiantes



¿Cuáles de estas metas de desarrollo profesional son las más importantes para usted? Por favor seleccione un máximo de 3 alternativas.

Las alternativas en la leyenda están ordenadas de acuerdo con la importancia en 2016. Así, la meta de desarrollo profesional más importante en el 2016 está en la parte superior de la leyenda.

# Las claves del atractivo del empleador de Universum



• Universum ha desarrollado este marco de trabajo, el cual se basa en investigación específica dentro de Recursos Humanos, así como en grupos de enfoque y comunicación general con nuestros clientes, estudiantes y profesionales.

# ¿Qué es atractivo?

## Sus estudiantes

### Imagen y reputación del empleador

1. Prestigio
2. Estándares éticos
3. Innovación



### Gente y cultura

1. Líderes que apoyarán mi desarrollo
2. Reconocimiento del rendimiento (meritocracia)
3. Respeto por sus empleados



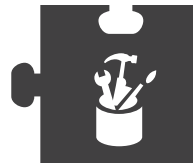
### Remuneración y oportunidades de crecimiento

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



### Características del trabajo

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



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

## Sus estudiantes

1. Formación y desarrollo profesional
2. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
3. Patrocinio de estudios futuros
4. Buena referencia para el futuro profesional
5. Líderes que apoyarán mi desarrollo
6. Prestigio
7. Ingresos futuros elevados
8. Éxito en el mercado
9. Innovación
10. Salario base competitivo

- Imagen y reputación del empleador
- Remuneración y oportunidades de crecimiento

## Todos los Estudiantes

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

- Gente y cultura
- Características del trabajo

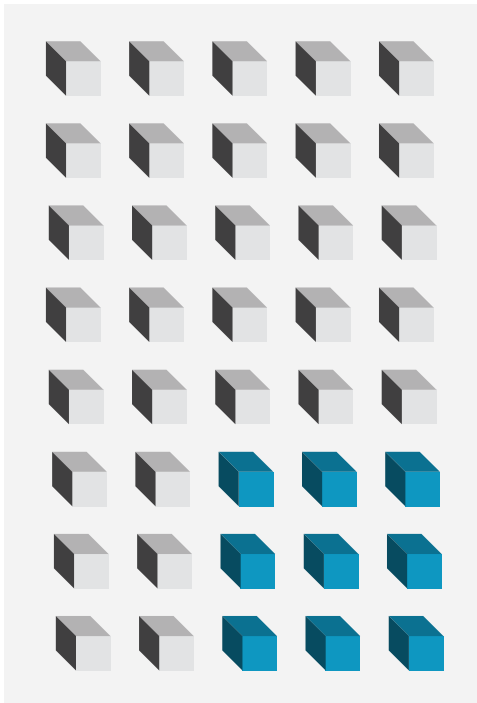
• ¿Qué importancia tiene cada uno de los siguientes aspectos para usted? (Escala de 1-5, 1=Ninguna importancia, 5=Muy importante)

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

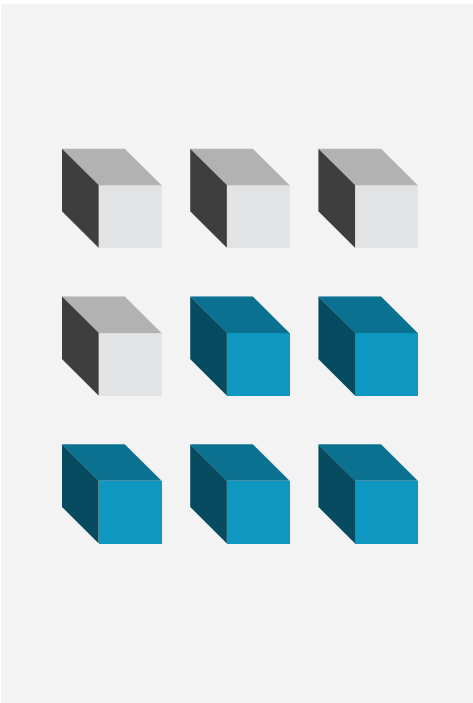
• Esta es la capacidad de atracción de los 40 atributos en relación a lo importante que consideran los participantes que es este motivador. Este análisis ofrece una visión resumida de 360 grados de lo que influye en la capacidad de atracción del empleador.

# Las clasificaciones de Universum

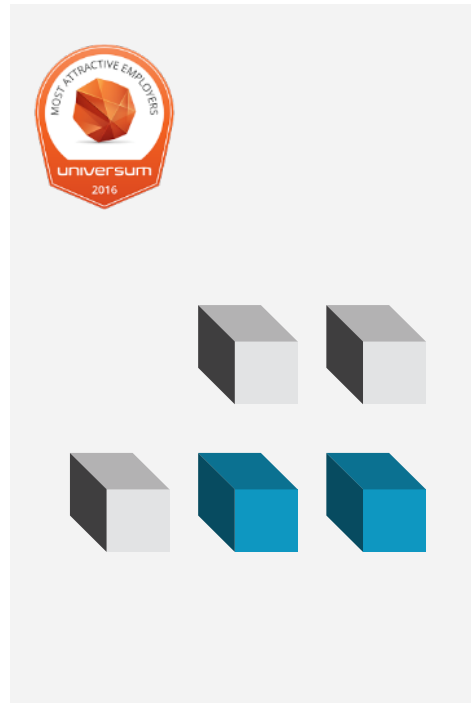
LISTA COMPLETA DE COMPAÑÍAS  
(130 empleadores dentro de  
cada campo de estudio  
principal)



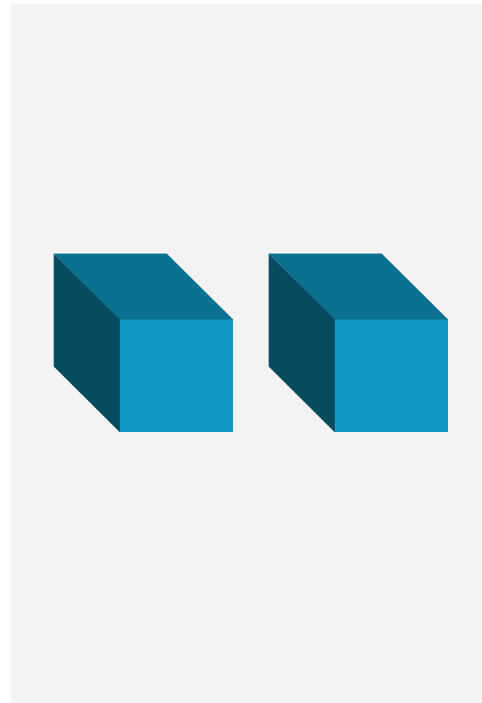
RANKING DE EMPLEADORES  
CONSIDERADOS  
(todas las que correspondan)



RANKING DE EMPLEADOR IDEAL  
(máximo cinco empleadores)



RANKING DE POTENCIALES  
SOLICITANTES  
(Sí, lo he hecho / Sí, lo haré)



“A continuación se encuentra una lista de compañías y organizaciones. ¿Con cuáles de estos empleadores consideraría usted trabajar?”

“A continuación seleccione los 5 empleadores para los que más le gustaría trabajar; es decir, sus empleadores ideales.”

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

# El embudo de reclutamiento de Universum



# Ranking de empleador considerado | Principales 20

Sus estudiantes | Ciencias de la Salud

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio
Bayer	1	35.29%	↔ 0	Grupo Lala	11	19.61%	↓ -7
Gobierno Federal	2	34.31%	Nuevo -	The Coca-Cola Company	11	19.61%	↑ 6
Nestlé	3	33.33%	↓ -1	PepsiCo	13	18.63%	↓ -2
Sigma Alimentos	4	27.45%	↓ -1	Pemex	14	17.65%	↓ -8
DOW Química	5	24.51%	↑ 2	Johnson & Johnson	15	16.67%	↓ -7
Pfizer	5	24.51%	↓ -1	Coca-Cola FEMSA	16	15.69%	↓ -3
Grupo Bimbo	7	22.55%	↑ 4	Colgate Palmolive	16	15.69%	↓ -2
Roche	8	21.57%	↔ 0	Kellogg	16	15.69%	↓ -1
Bachoco	9	20.59%	Nuevo -	L'Oréal Group	19	14.71%	↓ -4
Danone	9	20.59%	↓ -1	MetLife	20	12.75%	↑ 2

• A continuación encontrará una lista de los principales empleadores de su país. ¿Para cuáles de estos empleadores consideraría trabajar?

# Ranking de empleador ideal | 20 principales

Sus estudiantes | Ciencias de la Salud

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio
Bayer	1	28.28%	↔ 0	Colgate Palmolive	11	8.08%	↑ 5
Gobierno Federal	2	27.27%	Nuevo -	Grupo Bimbo	11	8.08%	↔ 0
Sigma Alimentos	3	17.17%	↑ 6	Kellogg	11	8.08%	↑ 5
Nestlé	4	16.16%	↓ -2	MetLife	11	8.08%	↑ 3
Roche	5	15.15%	↔ 0	Johnson & Johnson	15	7.07%	↓ -9
Pfizer	6	14.14%	↓ -3	Danone	16	6.06%	↓ -6
DOW Química	7	12.12%	↔ 0	PepsiCo	16	6.06%	↑ 5
Pemex	7	12.12%	↓ -3	L'Oréal Group	18	5.05%	↑ 3
Bachoco	9	10.10%	Nuevo -	Aeroméxico	19	4.04%	↑ 7
Grupo Lala	10	9.09%	↓ -3	Coca-Cola FEMSA	19	4.04%	↑ 7

- A continuación seleccione los 5 empleadores para los que más le gustaría trabajar; es decir, sus empleadores ideales.

# Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 20

Sus estudiantes | Ciencias de la Salud

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio
Bayer	1	11.21%	↔ 0	Pemex	9	3.74%	↓ -4
Gobierno Federal	2	7.48%	Nuevo -	Bachoco	12	2.80%	Nuevo -
Roche	2	7.48%	↑ 6	Johnson & Johnson	12	2.80%	↓ -9
Pfizer	4	6.54%	↓ -1	Colgate Palmolive	14	1.87%	↑ 4
Nestlé	5	5.61%	↓ -3	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	14	1.87%	↑ 4
Sigma Alimentos	5	5.61%	↔ 0	Danone	14	1.87%	↑ 4
DOW Química	7	4.67%	↑ 3	Grupo Modelo	14	1.87%	↓ -9
MetLife	7	4.67%	Nuevo -	GSK (GlaxoSmithKline)	14	1.87%	Nuevo -
Grupo Bimbo	9	3.74%	↑ 1	Kellogg	14	1.87%	↓ -4
Grupo Lala	9	3.74%	↓ -1	Monsanto	14	1.87%	↓ -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)

# El marco de canales de comunicación de Universum

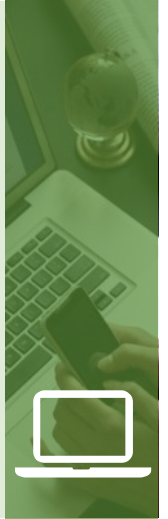
## MEDIOS IMPRESOS

- 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



## DIGITAL

- 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
- Entrevistas informativas con empleadores
- Discursos/estudios de casos como parte del plan de estudios
- Sesiones de capacitación de habilidades organizadas por los empleadores

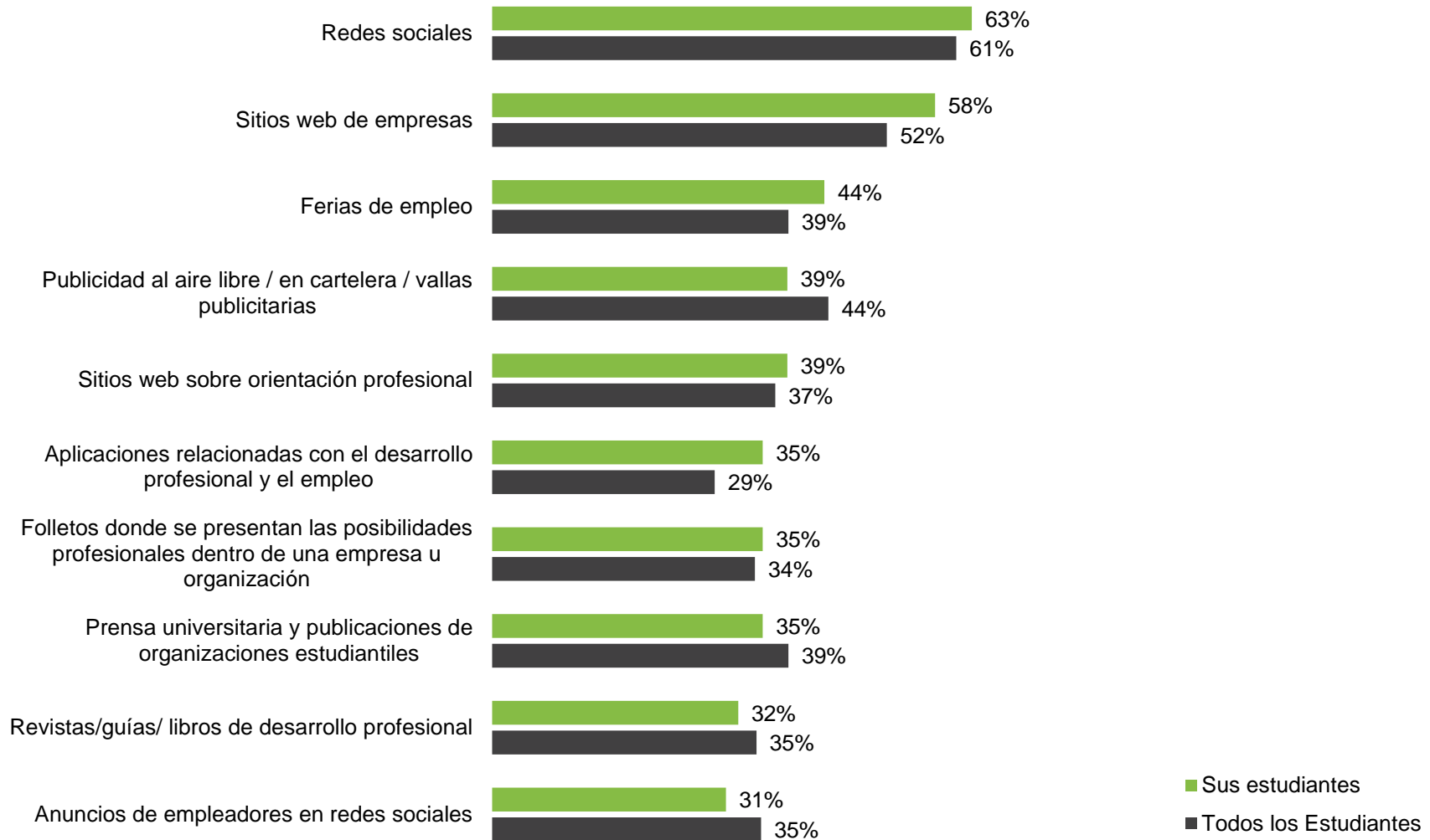


## OTROS MEDIOS

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



# Canales de comunicación más usados por sus estudiantes



¡GRACIAS!

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

# Apéndice

- Acerca de la investigación de talentos de Universum
- Máximo nivel de estudios
- Campo de estudio principal
- Área de estudio
- Clasificación de empleadores para Estudiantes | Ciencias de la Salud
- Importancia de atributos para los cuatro motivadores de capacidad de atracción del empleador
- Los perfiles de desarrollo profesional de Universum

# Sobre la encuesta estudiantil de Universum

## EL CUESTIONARIO

- Basado en 25 años de experiencia, investigaciones extensivas en el ámbito de RH, grupos focales y comunicación con clientes, estudiantes y profesionales.
- Perspectiva global – visión local.

## RECOLECCIÓN DE DATOS

Con base en una encuesta en línea y distribuido a través de contactos de universidades, el Panel de Universum y socios locales.

## PONDERACIÓN

- Para producir resultados fiables para nuestros clientes, fijamos metas en cada especialidad e institución académica para reflejar la verdadera distribución de estudiantes.
- Ponderamos las respuestas obtenidas para ajustar los datos obtenidos si existen grandes discrepancias entre ellos y las metas fijadas.
- Tenga en cuenta que sólo los datos basados en todos los estudiantes o todos los estudiantes en un campo de estudio principal son ponderados. Grupos objetivo como género, estudiantes de alto rendimiento, o otros grupos más específicos no son ponderados.



**2,200**  
instituciones educativas



HEMOS CONDUCTO  
NUESTRA ENCUESTA DEL  
ESTUDIANTE DURANTE MÁS  
DE 25 AÑOS



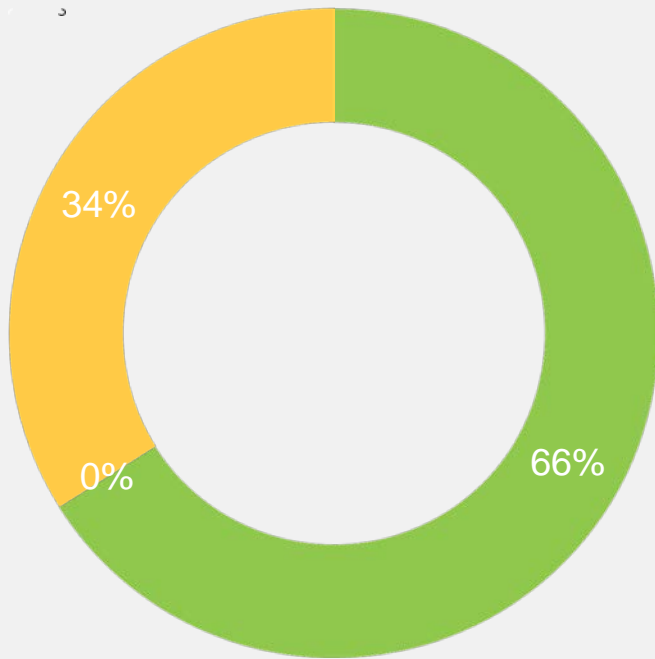
La cantidad total de  
encuestados en 2015

**1,300,000+**

# Movilidad internacional de sus estudiantes en comparación con todos los estudiantes

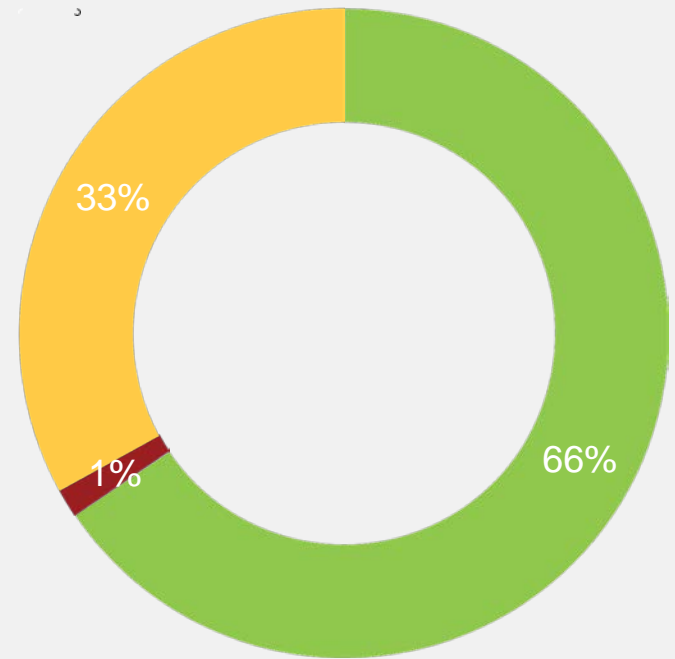
¿Consideraría usted un empleo fuera de su país de origen?

Sus estudiantes



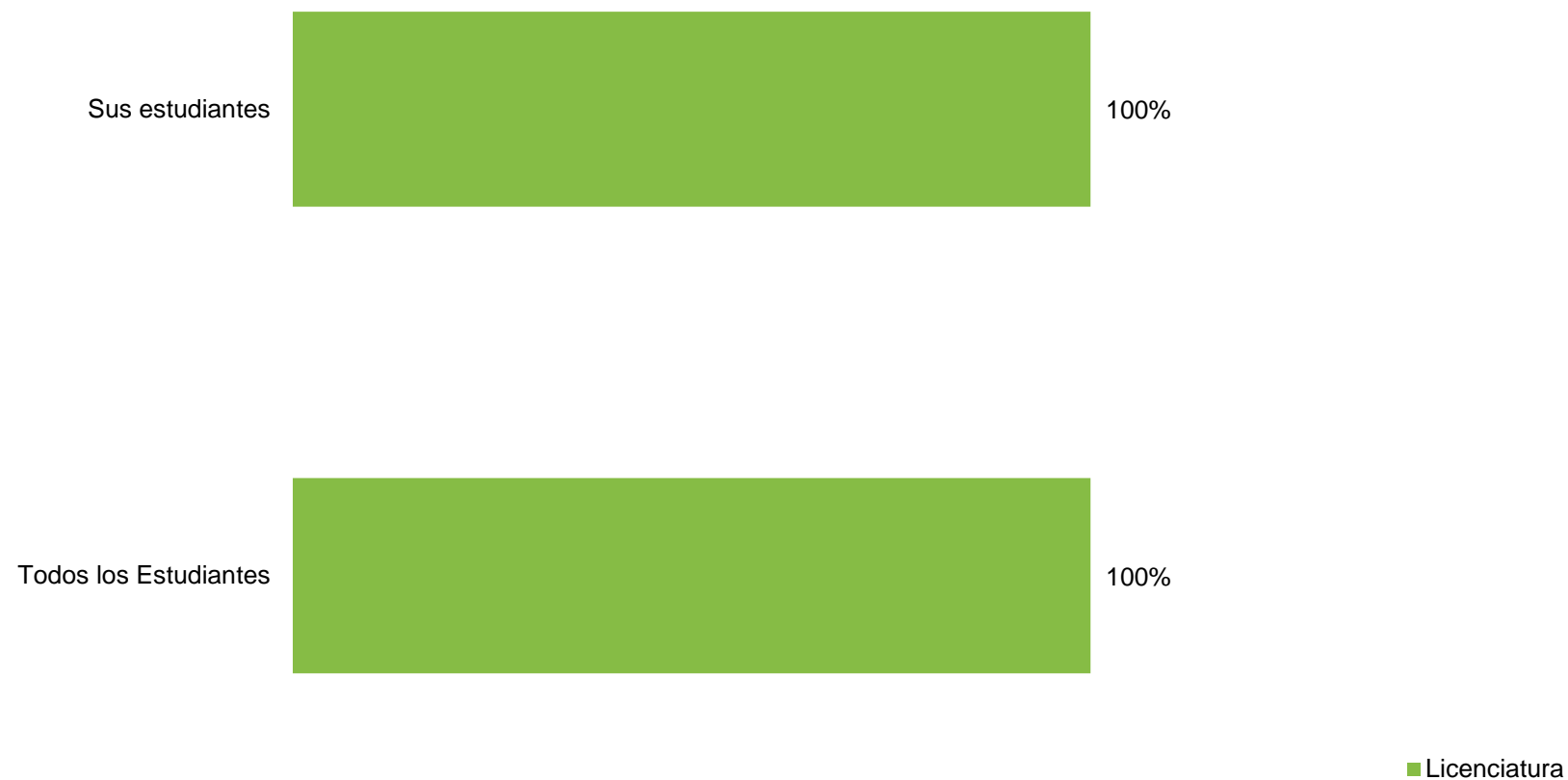
■ Si
 ■ No, bajo ninguna circunstancia
 ■ Posiblemente bajo las circunstancias correctas

Todos los estudiantes



■ Si
 ■ No, bajo ninguna circunstancia
 ■ Posiblemente bajo las circunstancias correctas

# Máximo nivel de estudios



# Instituciones académicas (1/2)

## Todos los Estudiantes

Universidad	Todos los Estudiantes	Universidad	Todos los Estudiantes
Universidad de Guadalajara	10.01%	Universidad Tecnológica de México	1.79%
Universidad Nacional Autónoma de México	9.50%	Universidad de Guanajuato	1.39%
Instituto Politécnico Nacional	7.92%	Universidad de Sonora	1.30%
Universidad Autónoma de Nuevo León	7.52%	Universidad de Monterrey	1.15%
Universidad Veracruzana	6.83%	Universidad Anáhuac, México Norte	1.15%
Universidad Michoacana de San Nicolás	6.04%	Universidad Autónoma de Guadalajara	1.02%
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	5.14%	Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	1.02%
Universidad Autónoma de Baja California	4.01%	Universidad Autónoma del Estado de Morelos	0.97%
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez	3.38%	Universidad La Salle, Campus Laguna	0.80%
Universidad Autónoma del Estado de México	3.35%	Universidad del Valle de México	0.78%
Universidad Autónoma de Sinaloa	2.94%	Universidad Autónoma de Tamaulipas	0.75%
Universidad Autónoma de San Luis Potosí	2.07%	Universidad La Salle	0.64%
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	2.05%	Universidad del Noreste	0.64%
Universidad Autónoma Metropolitana	2.04%	Universidad Autónoma de Querétaro	0.59%

- ¿En qué institución docente estudia? (estudiantes)
- ¿De qué institución educativa recibió su título o grado más alto? (profesionales)

# Instituciones académicas (2/2)

## Todos los Estudiantes

Universidad	Todos los Estudiantes	Universidad	Todos los Estudiantes
Tec de Monterrey, Campus Monterrey	0.53%	Universidad Panamericana	0.17%
Universidad Autónoma de Yucatán	0.53%	Universidad Iberoamericana, Puebla	0.15%
Universidad del Valle de México, Campus Querétaro	0.52%	Universidad Iberoamericana, Campus León	0.13%
Universidad La Salle Bajío	0.44%	Tec de Monterrey, Campus Ciudad de México	0.11%
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente	0.38%	Universidad Anáhuac Mayab	0.11%
Universidad Autónoma de Aguascalientes	0.37%	Universidad Autónoma de Tamaulipas, Campus Tampico	0.11%
Universidad de Las Américas Puebla	0.32%	Universidad del Valle de México, Campus Reynosa	0.11%
Universidad Olmeca	0.27%	Universidad La Salle Noroeste	0.10%
Instituto Tecnológico de Sonora	0.27%	Universidad del Valle de México, Campus Torreón	0.08%
Universidad de Las Américas DF	0.23%	Tec de Monterrey, Campus Guadalajara	0.07%
Universidad Xochicalco	0.21%	Universidad Regiomontana	0.04%
Universidad Cristóbal Colón (Veracruz)	0.20%	Tec de Monterrey, Campus Chihuahua	0.03%
Universidad Iberoamericana, Campus Tijuana	0.19%	Tec de Monterrey, Campus Central de Veracruz	0.00%
Universidad Iberoamericana	0.19%	Otro	7.17%
Universidad Anáhuac, México Sur	0.17%		

- ¿En qué institución docente estudia? (estudiantes)
- ¿De qué institución educativa recibió su título o grado más alto? (profesionales)

# Ranking de empleador considerado | Principales 30

Todos los Estudiantes | Ciencias de la Salud

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio
Gobierno Federal	1	34.19%	Nuevo -	Danone	16	12.66%	↔ 0
Pemex	2	28.56%	↓ -1	L'Oréal Group	17	12.49%	↓ -2
Bayer	3	24.81%	↓ -1	Aeroméxico	18	11.52%	↑ 5
Nestlé	4	22.39%	↔ 0	Roche	19	10.88%	↓ -2
Pfizer	5	18.75%	↓ -2	Microsoft	20	10.43%	↓ -2
The Coca-Cola Company	6	16.85%	↑ 2	Kellogg	21	10.42%	↓ -2
Coca-Cola FEMSA	7	16.73%	↑ 2	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	22	10.39%	↑ 2
MetLife	8	16.46%	↓ -3	DOW Química	23	10.36%	↓ -13
Grupo Bimbo	9	16.22%	↓ -3	Televisa	24	9.62%	↓ -3
Google	10	15.65%	↑ 2	FEMSA	25	9.52%	↑ 3
Sigma Alimentos	11	14.25%	↔ 0	Grupo Modelo	26	9.42%	↑ 7
Johnson & Johnson	12	13.73%	↓ -5	Facebook	27	9.37%	↓ -5
Colgate Palmolive	13	13.62%	↔ 0	Ferrero	28	8.79%	↓ -1
Grupo Lala	14	13.61%	↔ 0	CFE - Comisión Federal de Electricidad	29	8.70%	↓ -4
PepsiCo	15	12.90%	↑ 5	Audi	30	8.61%	↔ 0

# Ranking de empleador ideal | 30 principales

Todos los Estudiantes | Ciencias de la Salud

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio
Gobierno Federal	1	28.71%	Nuevo -	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	16	4.81%	↑ 7
Pemex	2	21.02%	↓ -1	Microsoft	17	4.77%	↓ -1
Bayer	3	17.65%	↓ -1	DOW Química	18	4.64%	↓ -11
Pfizer	4	12.36%	↓ -1	Grupo Lala	19	4.54%	↓ -2
Nestlé	5	11.11%	↓ -1	L'Oréal Group	20	4.50%	↓ -5
Google	6	10.33%	→ 0	Aeroméxico	21	4.50%	↑ 1
MetLife	7	8.38%	↓ -2	Danone	22	4.18%	↓ -4
The Coca-Cola Company	8	6.67%	↑ 2	FEMSA	23	3.93%	↑ 5
Colgate Palmolive	9	6.03%	↑ 4	CFE - Comisión Federal de Electricidad	24	3.88%	↓ -4
Grupo Bimbo	10	5.94%	↑ 2	Facebook	25	3.80%	↓ -6
Sigma Alimentos	11	5.65%	→ 0	Kellogg	26	3.72%	↓ -1
Roche	12	5.23%	↓ -3	TV Azteca	27	3.54%	↓ -1
Johnson & Johnson	13	5.12%	↓ -5	Audi	28	3.08%	↓ -1
Televisa	14	5.08%	→ 0	Volaris	29	2.78%	→ 0
Coca-Cola FEMSA	15	4.83%	↑ 6	PepsiCo	30	2.71%	↑ 5

• A continuación seleccione los 5 empleadores para los que más le gustaría trabajar; es decir, sus empleadores ideales.

# Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 30

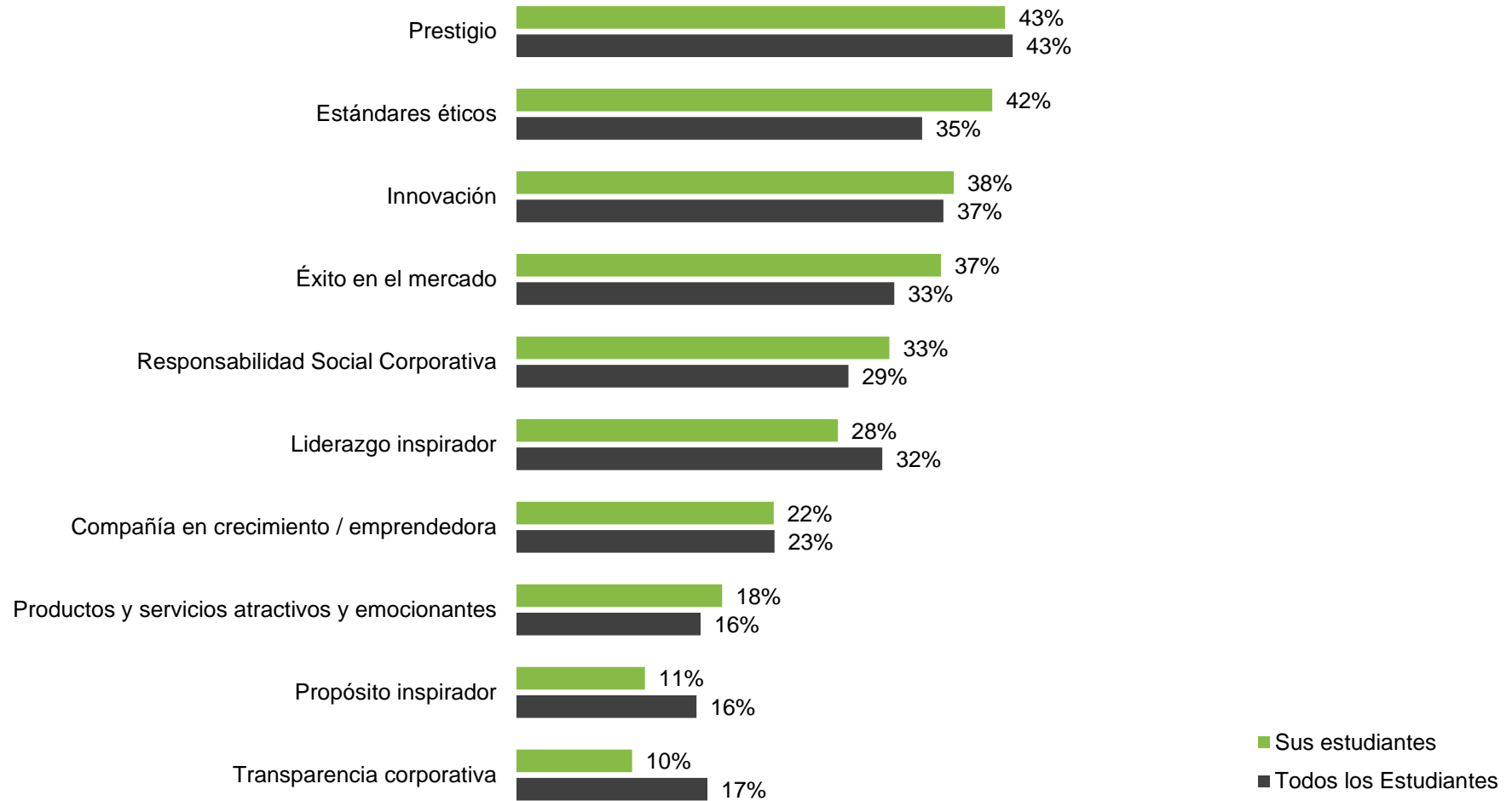
Todos los Estudiantes | Ciencias de la Salud

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio
Gobierno Federal	1	16.27%	Nuevo -	Grupo Lala	16	1.65%	↓ -3
Pemex	2	9.53%	↓ -1	DOW Química	17	1.51%	↓ -10
Bayer	3	6.13%	↓ -1	CFE - Comisión Federal de Electricidad	18	1.34%	↓ -1
Pfizer	4	4.46%	↓ -1	PepsiCo	19	1.25%	↑ 5
Nestlé	5	4.06%	↓ -1	Colgate Palmolive	20	1.25%	↓ -1
Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	6	2.52%	↑ 9	L'Oréal Group	21	1.17%	↓ -5
Sigma Alimentos	7	2.40%	↑ 3	Grupo Modelo	22	1.10%	↑ 1
Roche	8	2.30%	↓ -3	Danone	23	1.07%	↓ -5
Coca-Cola FEMSA	9	2.07%	↑ 2	Kellogg	24	1.05%	↑ 3
FEMSA	10	2.06%	↑ 12	Televisa	25	0.99%	↓ -4
Google	11	2.01%	↑ 1	Aeroméxico	26	0.99%	↑ 2
The Coca-Cola Company	12	2.01%	↓ -4	Merck	27	0.98%	↓ -2
MetLife	13	1.95%	↑ 7	Telmex	28	0.97%	↑ 10
Grupo Bimbo	14	1.78%	↓ -8	TV Azteca	29	0.87%	↑ 6
Johnson & Johnson	15	1.65%	↓ -6	Grupo Carso	30	0.87%	↑ 29

- ¿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)

# Imagen y reputación del empleador

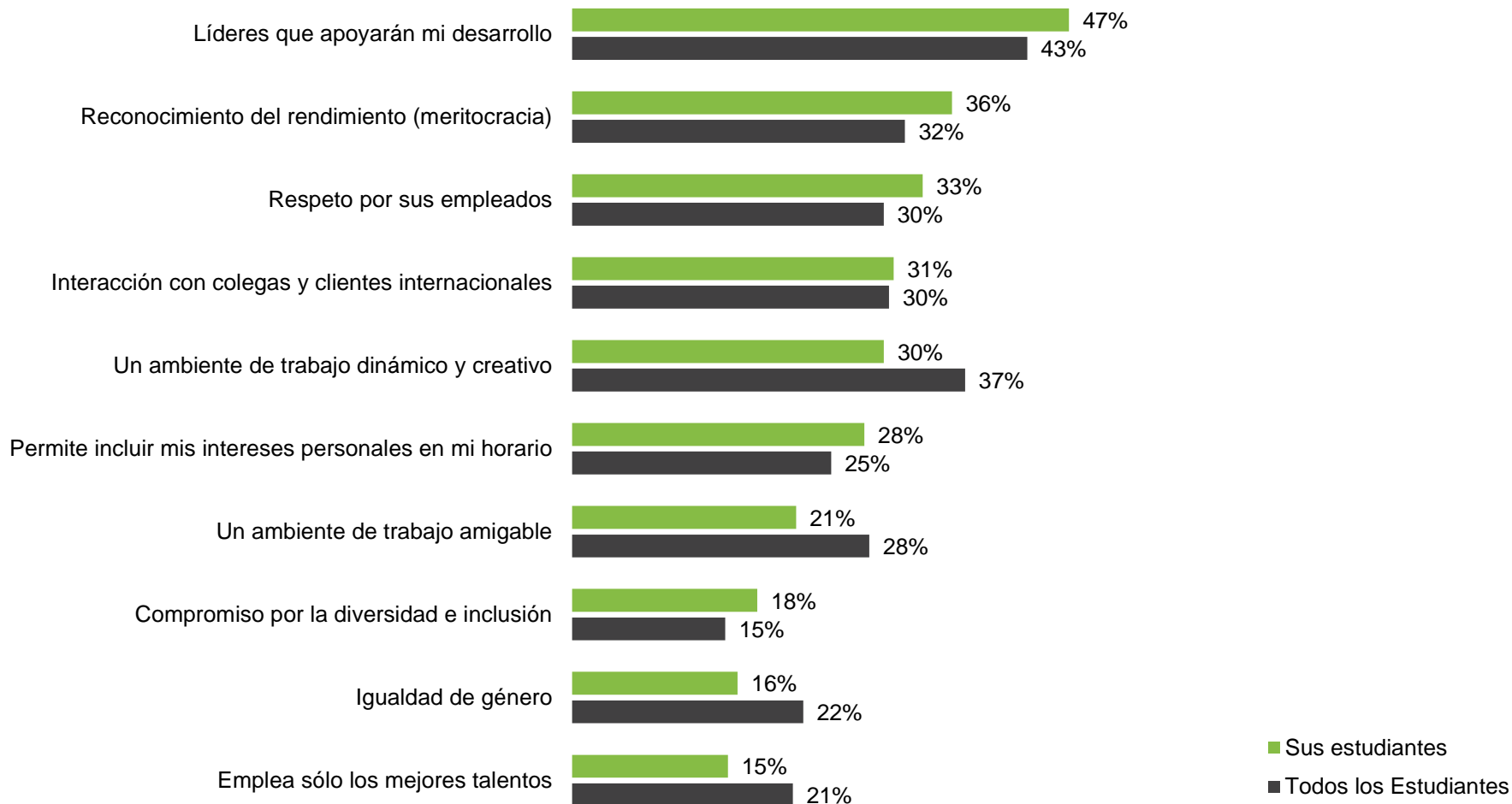
## Atributos atractivos



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

# Gente y cultura

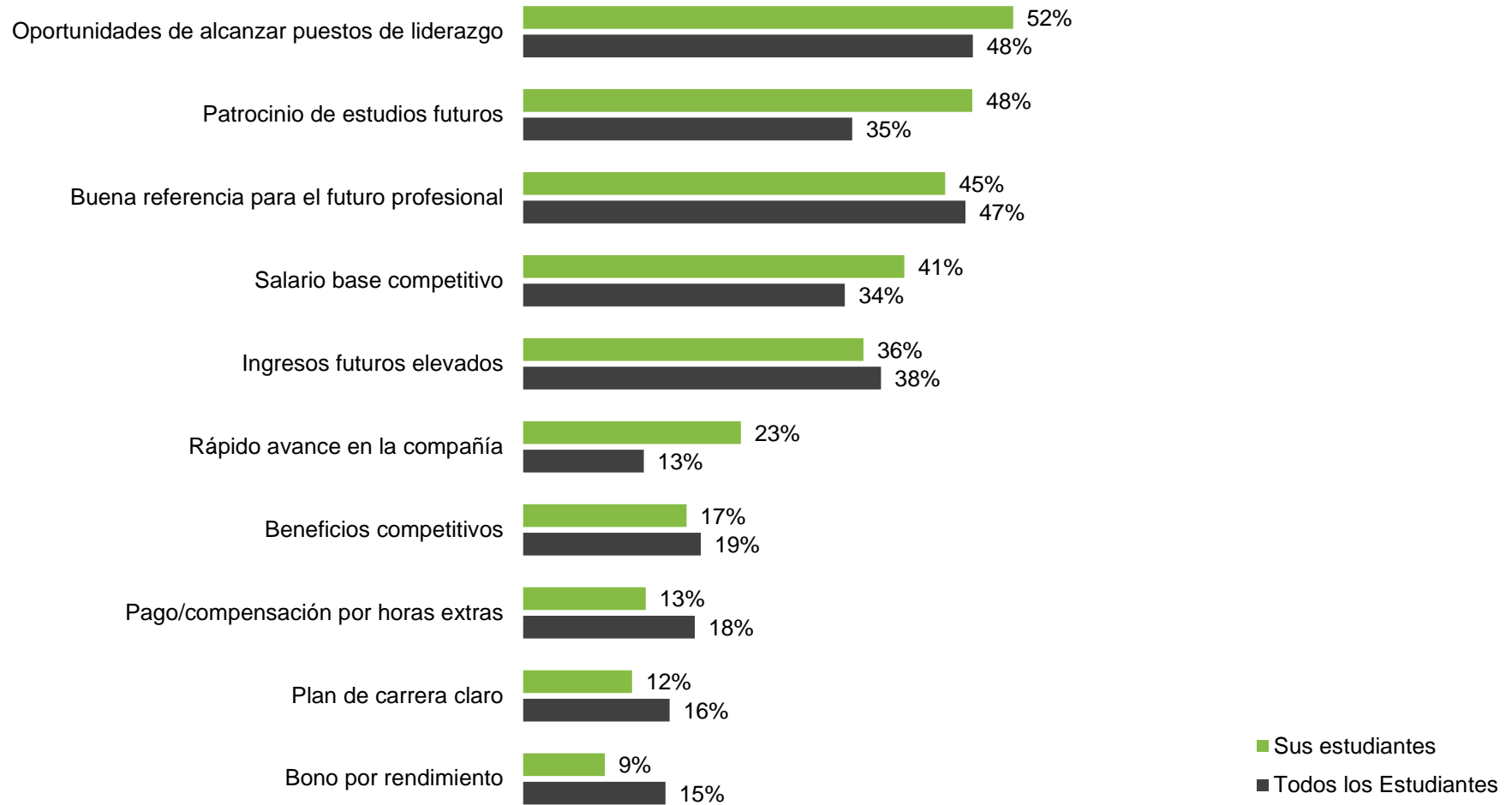
## Atributos atractivos



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

# Remuneración y oportunidades de crecimiento

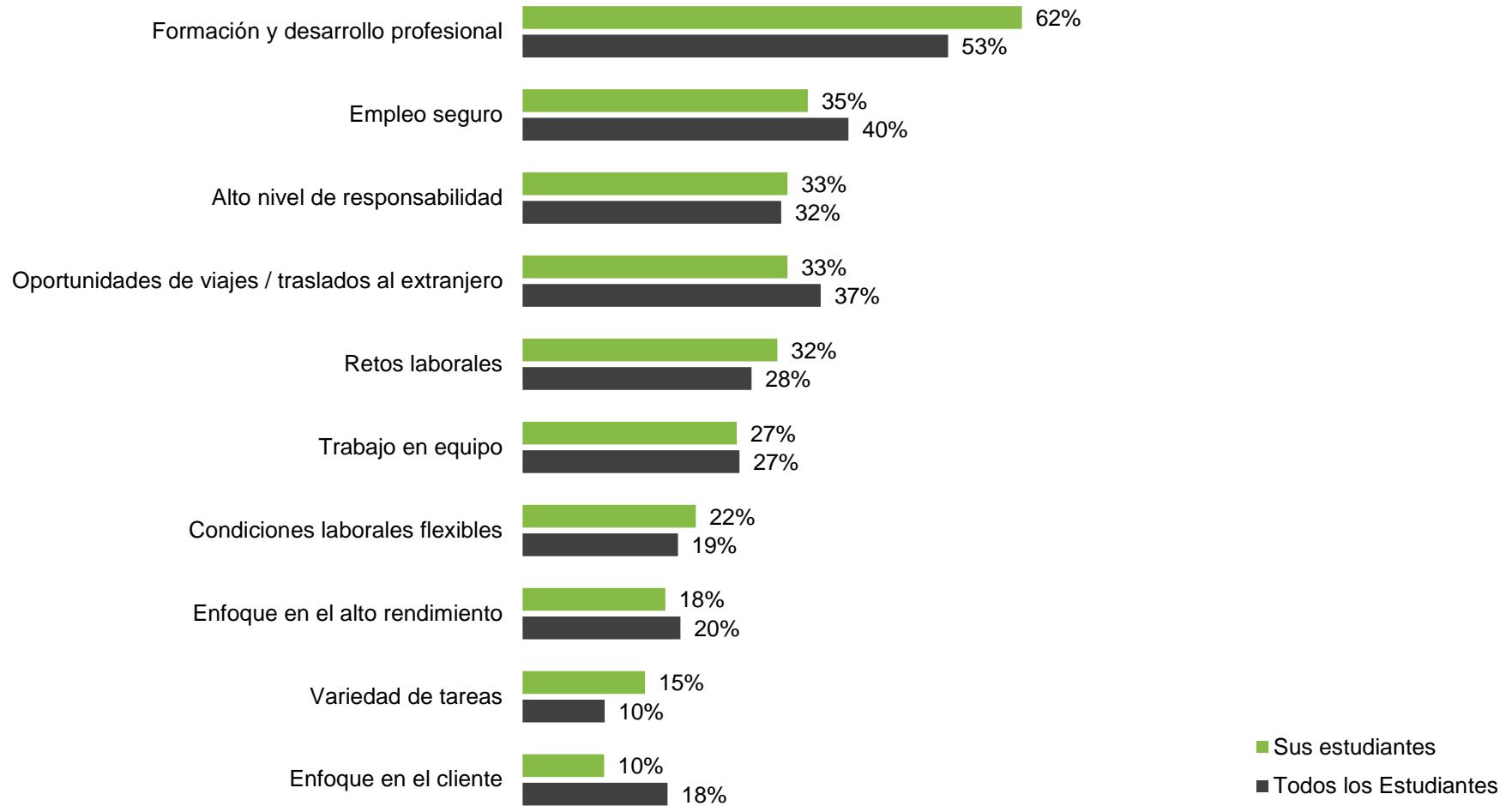
## Atributos atractivos



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

# Características del trabajo

## Atributos atractivos



# Los perfiles de desarrollo profesional de Universum

## AMBICIOSOS

son personas que ven el futuro y que en última instancia desean ser administradores y líderes de grupos en un ambiente empresarial. No tienen problema por empezar desde abajo y aprender cómo es cada peldaño de la escalera. De hecho, muchos ambiciosos consideran este proceso imperativo para ser líderes bien definidos posteriormente en su actividad profesional. Los ambiciosos también orientados a trabajar en equipo, de manera que con frecuencia se hacen acompañar de otros (se montan en su faldón, por así decirlo). Los ambiciosos son también adaptables, lo que significa que no están atados a una sola forma de lograr el éxito sino más bien hacen lo que sea necesario para ajustarse a una situación dada.

## EMPRENDEDORES

son individuos curiosos y creativos que se enfocan principalmente en el trabajo desafiante e innovador. Cuando buscan oportunidades de empleo, los emprendedores buscan compañías de rápido crecimiento que comparten su espíritu emprendedor. Los emprendedores tienden a enfocarse en la solución, lo que significa que son más eficaces cuando hay un problema activo que resolver. Aprenden con miras a funciones de liderazgo y se enfocan en dinámicas de equipo. Los emprendedores pueden aburrirse fácilmente si se sienten estancados, lo que significa que siempre están buscando guiar a sus equipos hacia nuevos retos.

## SERENOS

son individuos responsables y leales a quienes les agrada aceptar responsabilidades para el bien del equipo. Su amabilidad y comfort en torno a otros los hacen líderes naturales, y su deseo de armonía los hace excelentes en entornos orientados al trabajo en equipo. También son muy exitosos cuando aceptan pasantías, ya que para ellos es fácil llevarse bien con quien sea para quien trabajen. Su motivador es la felicidad. Desearían tener un empleo estable donde estén entre colegas agradables.

## CAZADORES

están ansiosos de buscar nuevas oportunidades de negocios y esperan una remuneración competitiva, así como promoción de desarrollo profesional y altos ingresos futuros. Un cazador está encaminado a concentrarse en soluciones, lo que le permite ofrecer respuestas a los problemas de los clientes, lo cual es una faceta importante para el personal de ventas. Las personalidades cazadoras experimentan una continua renovación personal. Son capaces de mostrar crecimiento y proyectan cómo sus habilidades beneficiarán a una organización. Esta calidad adaptativa es una característica altamente valorada en las organizaciones dinámicas.

## IDEALISTAS

desean trabajar en organizaciones que valoran y respetan a sus empleados, a la vez que adoptan una postura ética en temas de responsabilidad corporativa. Como se podría esperar, un idealista valora la sustentabilidad ambiental y desea alinearse con compañías que comparten los mismos valores. Aunque los idealistas están dedicados a causas para el bien mayor, no son meramente soñadores y pueden ofrecer soluciones viables que suelen incluir experimentación creativa. Los idealistas son totalmente capaces de vislumbrar un estado más alto al mismo tiempo que implementan y lideran equipos en esfuerzo enfocados en tareas.

## INTERNACIONALISTAS

tienden a ser individuos de "visión general" que se enfocan principalmente en el futuro en lugar del día a día o situaciones históricas. Generalmente (pero no siempre) saben relativamente pronto en su vida que quieren tener un desarrollo profesional internacional y suelen interesarse en crear relaciones internacionales. Las compañías con alcance global, o por lo menos las compañías que tienen oficinas u operaciones en varias partes del mundo, serán las más atractivas para los internacionalistas. Son curiosos, de mente abierta y valoran la interacción social.

## LÍDERES

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". Los líderes no temen ser responsables de situaciones. Ven la responsabilidad como algo deseable y que buscan. Puesto que entienden que su éxito o fracaso está, a final de cuentas, en sus propias manos. Los líderes son también bastante introspectivos; pueden mirar hacia adentro y evaluarse a sí mismos y, cuando es necesario, de forma severa. Antes de comenzar su desarrollo profesional, los líderes suelen involucrarse en varios tipos de organizaciones, y frecuentemente están a cargo de sus proyectos de financiamiento y desarrollo.



¡GRACIAS!

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