



Investigación de talentos de Universum 2016

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



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).



universum

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.



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

441

Grupo 2

Todos los Estudiantes

9,769

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



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

CONTINÚE LA COMUNICACIÓN

EMPLEABILIDAD Y FUTURAS OPORTUNIDADES

- ✓ Orientación hacia el desarrollo profesional
- ✓ Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa



SATISFACCIÓN PROMEDIO

Universidad Autónoma
Metropolitana

9.0

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

75%

Todas las
universidades

56%

El perfil y el resumen de las preferencias de los estudiantes



Sus estudiantes



PRINCIPALES METAS DE DESARROLLO PROFESIONAL

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

LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

1. Formación y desarrollo profesional
2. Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
3. Buena referencia para el futuro profesional
4. Un ambiente de trabajo dinámico y creativo
5. Ingresos futuros elevados



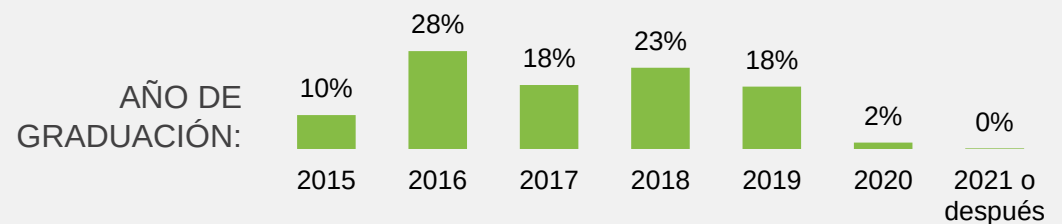
ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS ESTUDIANTES SE IDENTIFICAN

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



LAS 3 PRINCIPALES INDUSTRIAS

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



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

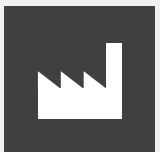
LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

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



ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS ESTUDIANTES SE IDENTIFICAN

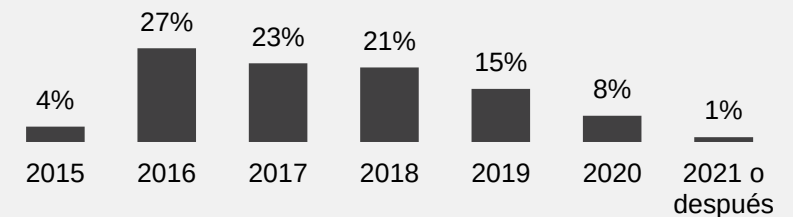
1. Se toma el tiempo para pensar
2. Orientado hacia el futuro
3. Se enfoca en la solución



LAS 3 PRINCIPALES INDUSTRIAS

1. Sector público y agencias gubernamentales
2. Medios de comunicación y publicidad
3. Servicios jurídicos

AÑO DE GRADUACIÓN:



Programa

1

RESUMEN EJECUTIVO

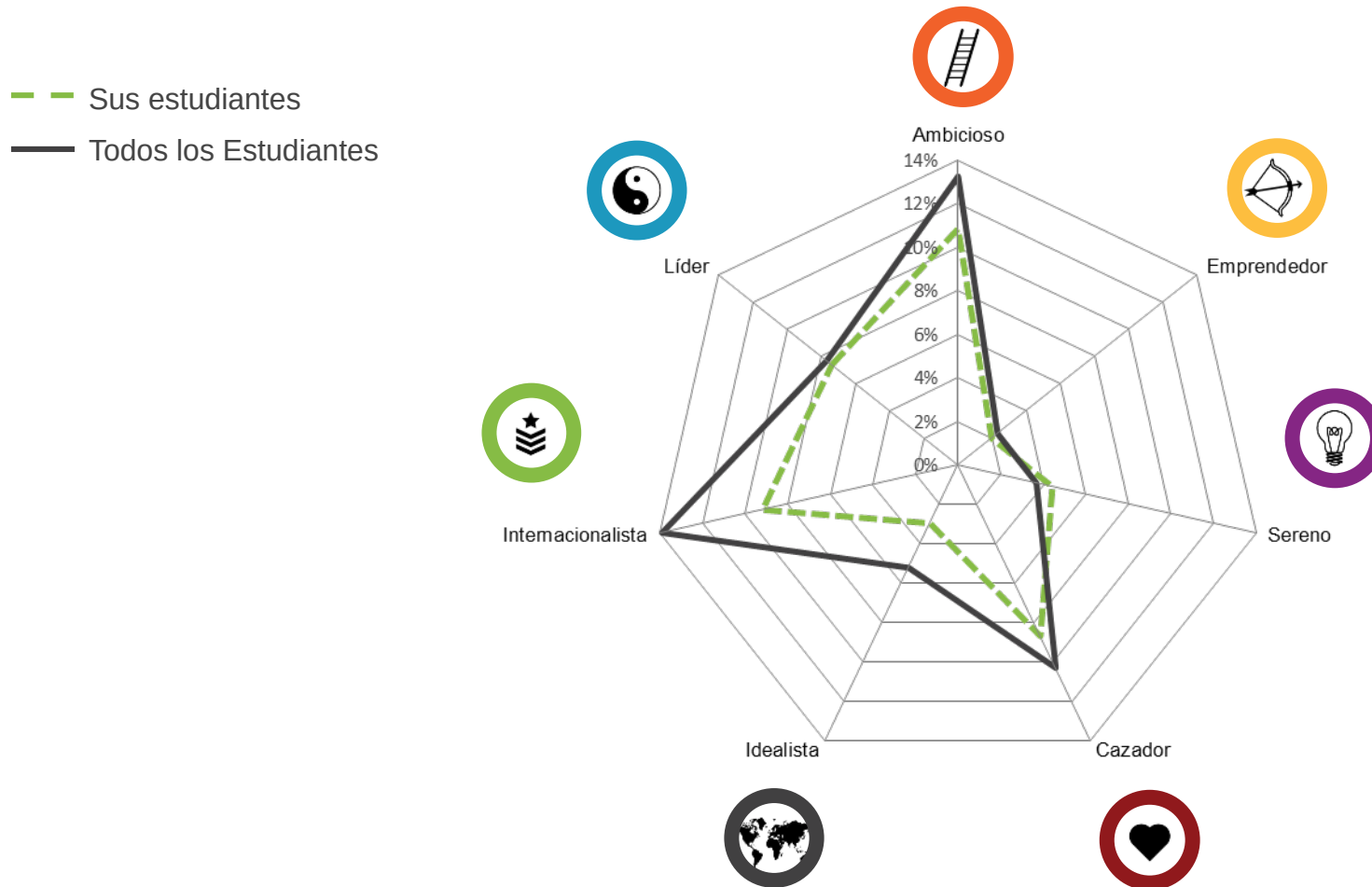
2

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



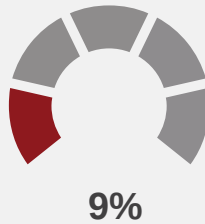
9% de sus estudiantes tienen una actitud internacional

Internacionalistas



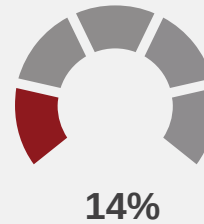
Proporción del talento con una actitud internacional dentro del grupo objetivo:

Sus estudiantes



9%

Todos los Estudiantes



14%

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.*

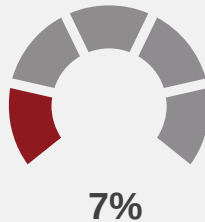
7% de sus estudiantes están particularmente interesados en Liderazgo

LÍDERES



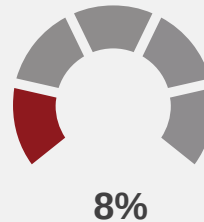
Proporción del talento con potencial de liderazgo dentro del grupo objetivo:

Sus estudiantes



7%

Todos los Estudiantes

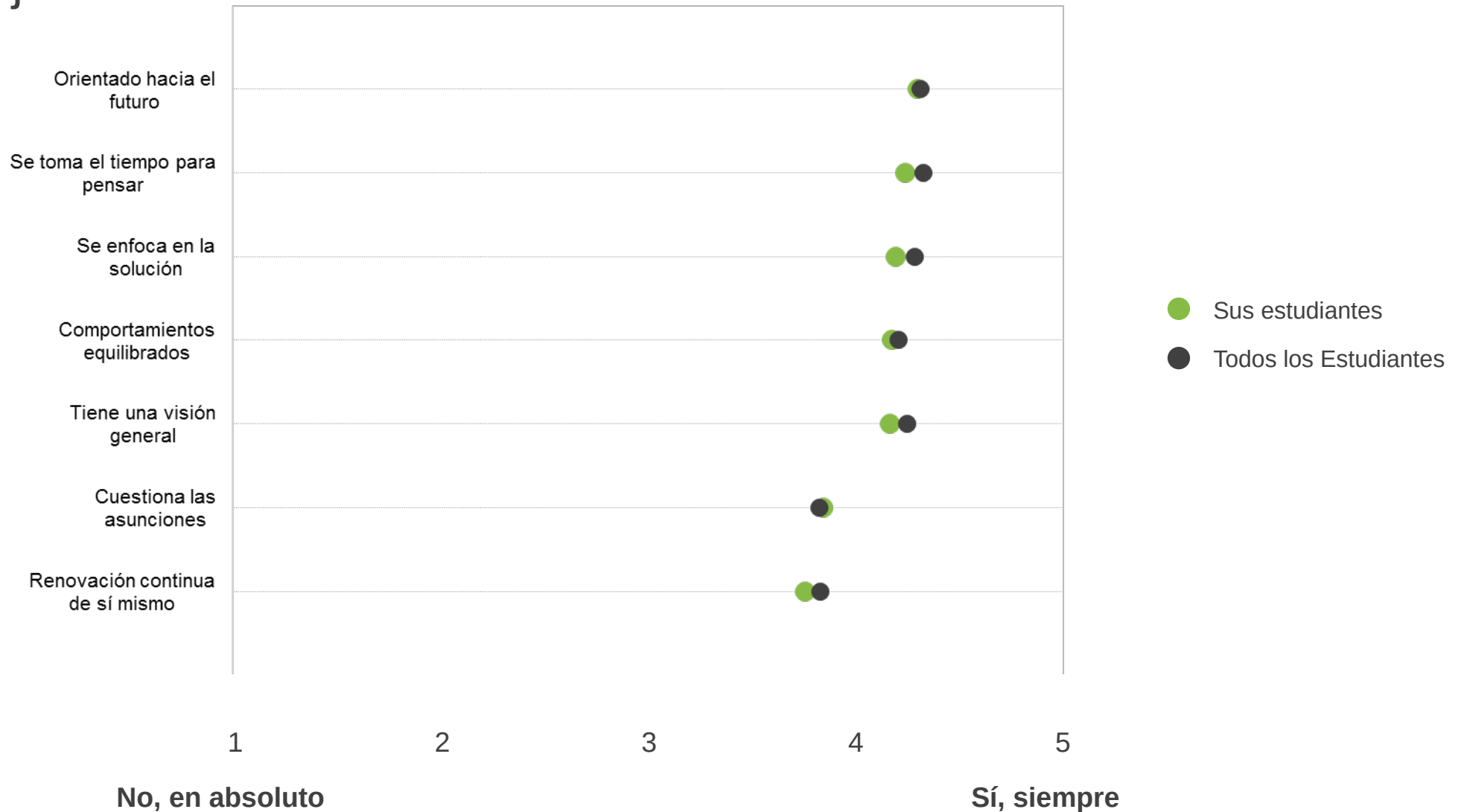


8%

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:

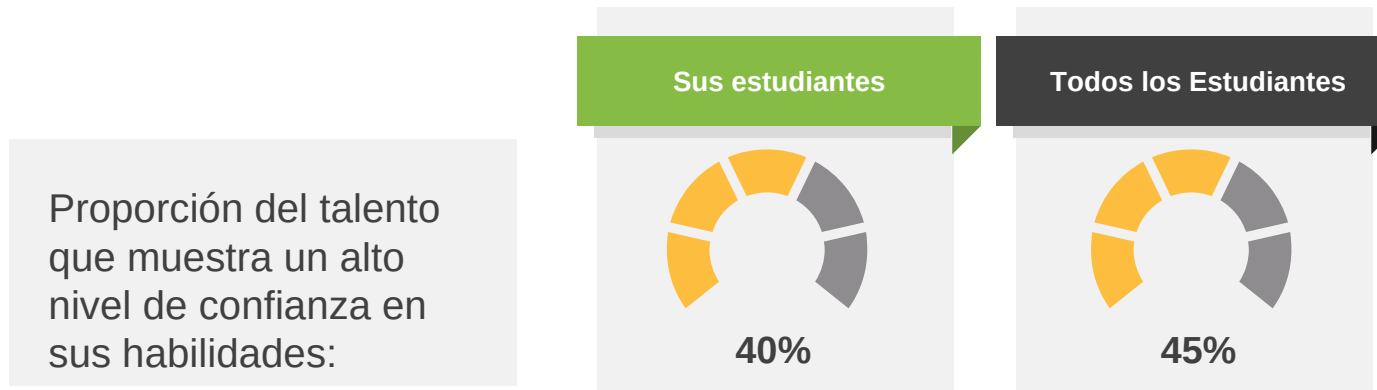
- *Pueden tener una visión general en cualquier situación, lo que les ayuda a inspirar a sus equipos y a sí mismos.*
- *Prefieren los numerosos beneficios de trabajar con otros en un ambiente de equipos en lugar de ser “lobos solitarios”.*
- *No temen ser responsables de situaciones. Ven la responsabilidad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

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



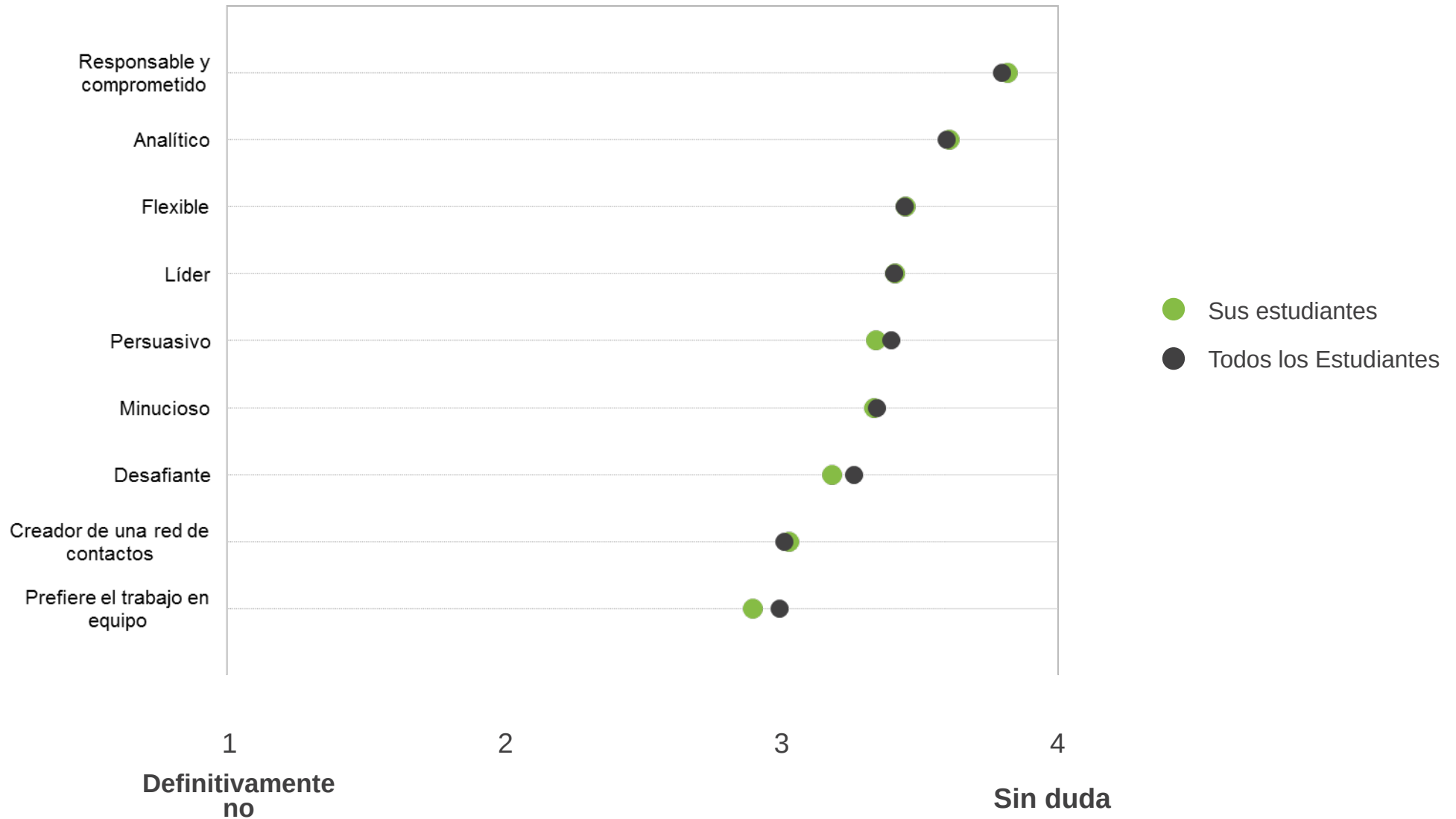
40% de sus estudiantes tienen confianza en sus habilidades de personalidad

Confianza en habilidades



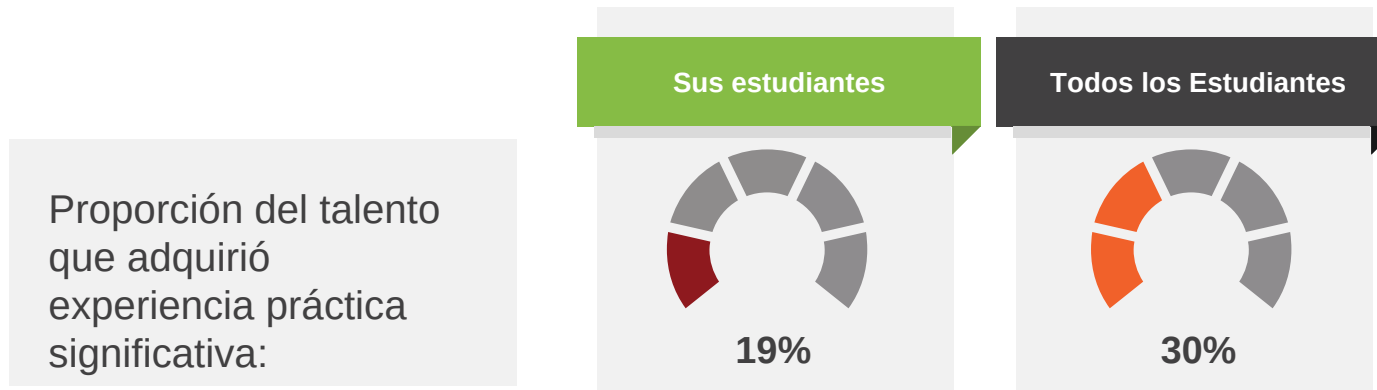
La autoestima y la confianza en su personalidad, las habilidades técnicas y la experiencia son importantes para la posibilidad de empleo del talento. Especialmente al presentarlo a empleadores para obtener, mantener o encontrar un nuevo empleo cuando sea necesario. Podrá ver detalles en la siguiente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

¿Qué habilidades de personalidad describen a cada grupo objetivo?



19% de sus estudiantes adquirieron experiencia práctica significativa

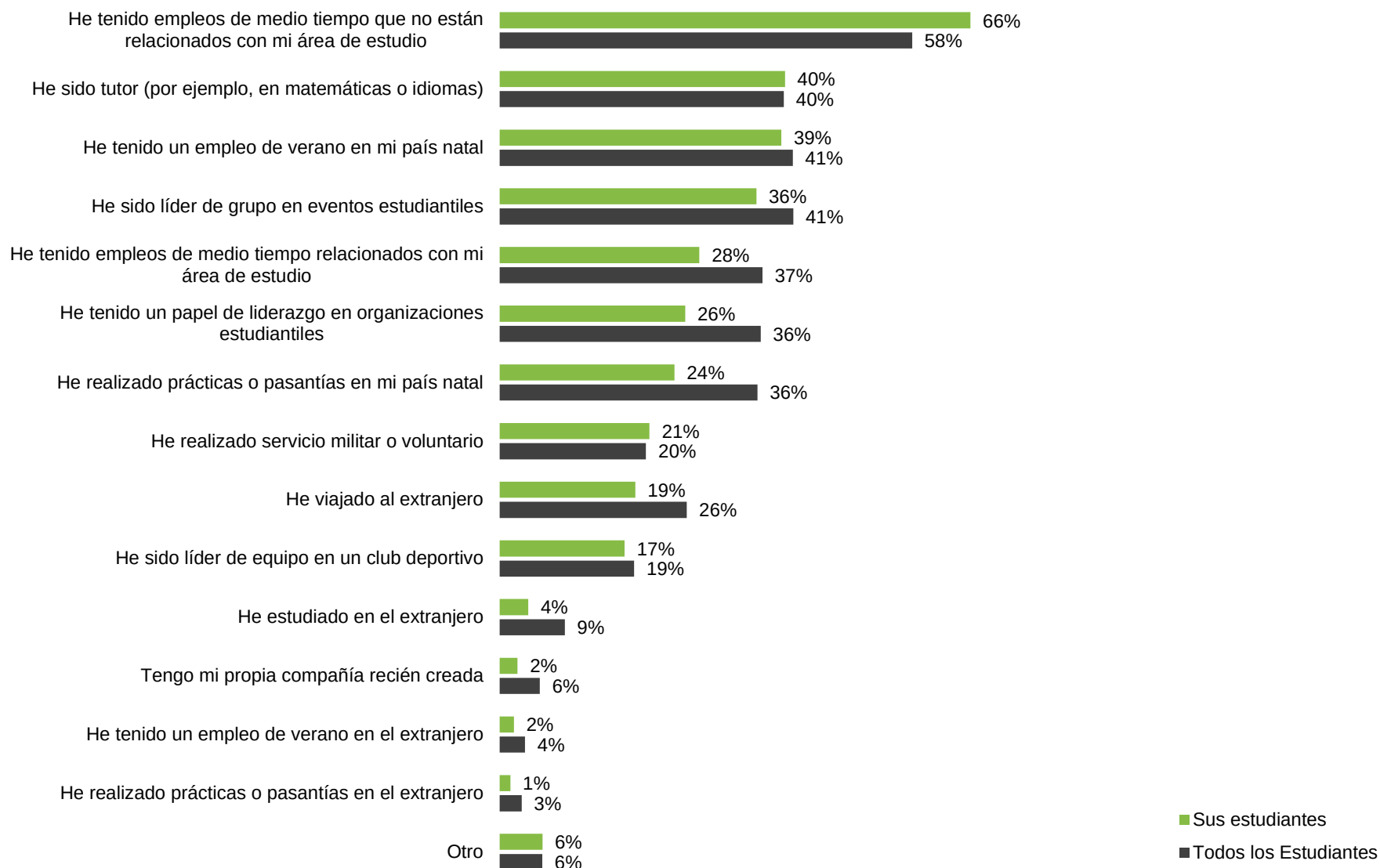
Experiencia práctica



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?



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



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. Orientación hacia el desarrollo profesional
 2. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
 3. Apoya y promueve el espíritu emprendedor

EMPLEABILIDAD Y FUTURAS OPORTUNIDADES

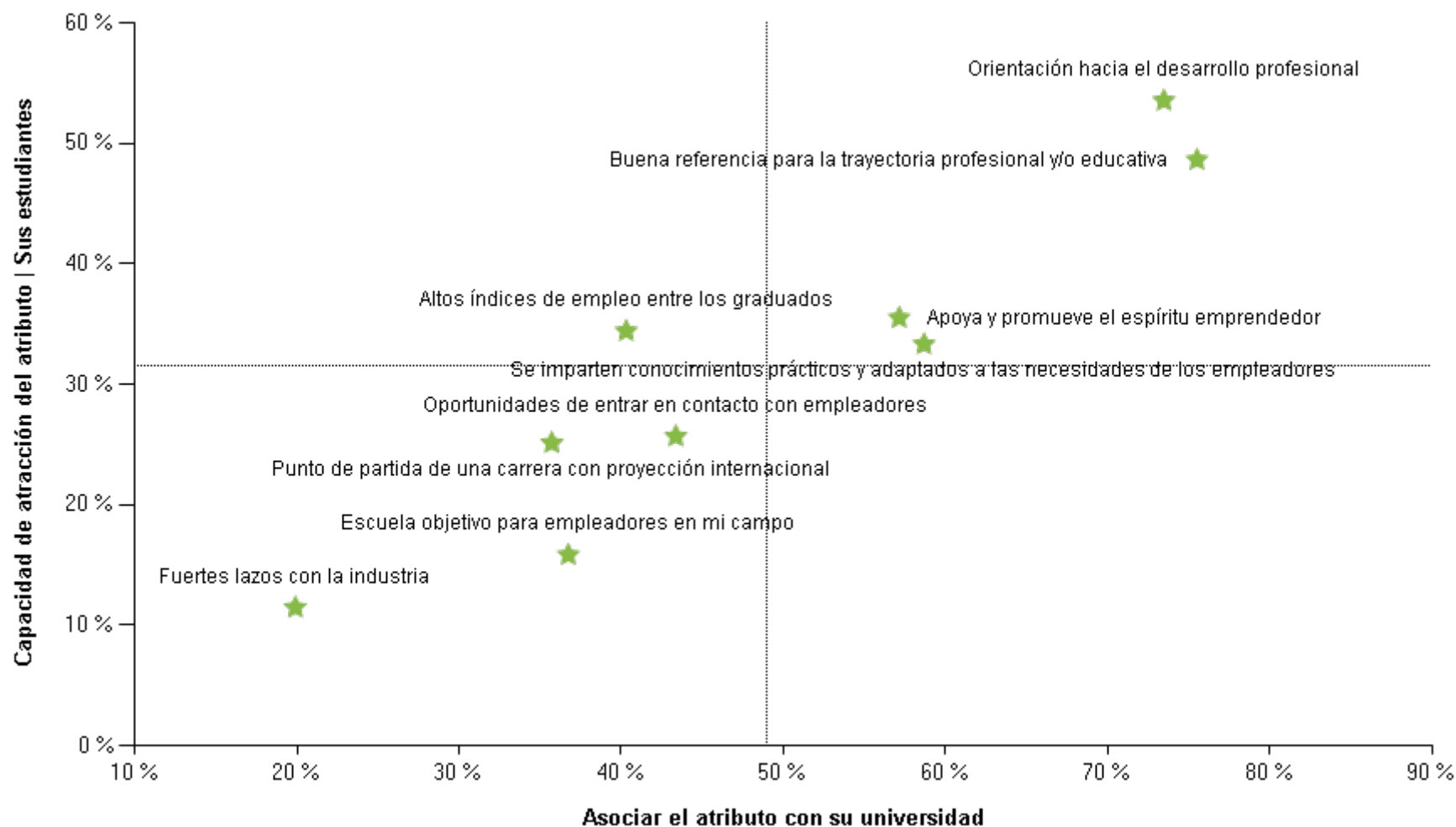
- 
1. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
 2. Orientación hacia el desarrollo profesional
 3. Altos índices de empleo entre los graduados

Atractividad vs. asociaciones



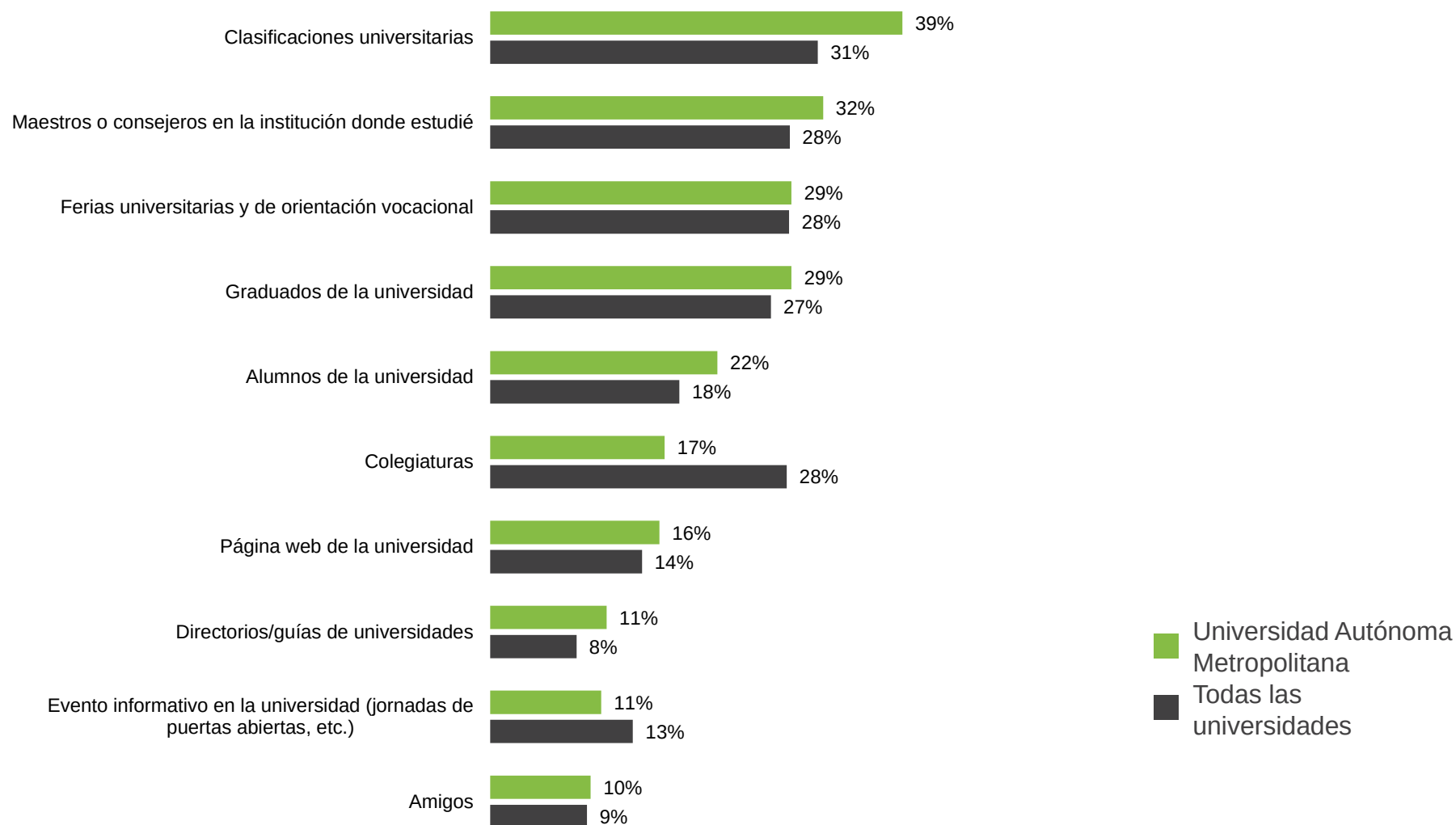
Empleabilidad y Futuras Oportunidades

Atractividad vs. asociaciones con Universidad Autónoma Metropolitana

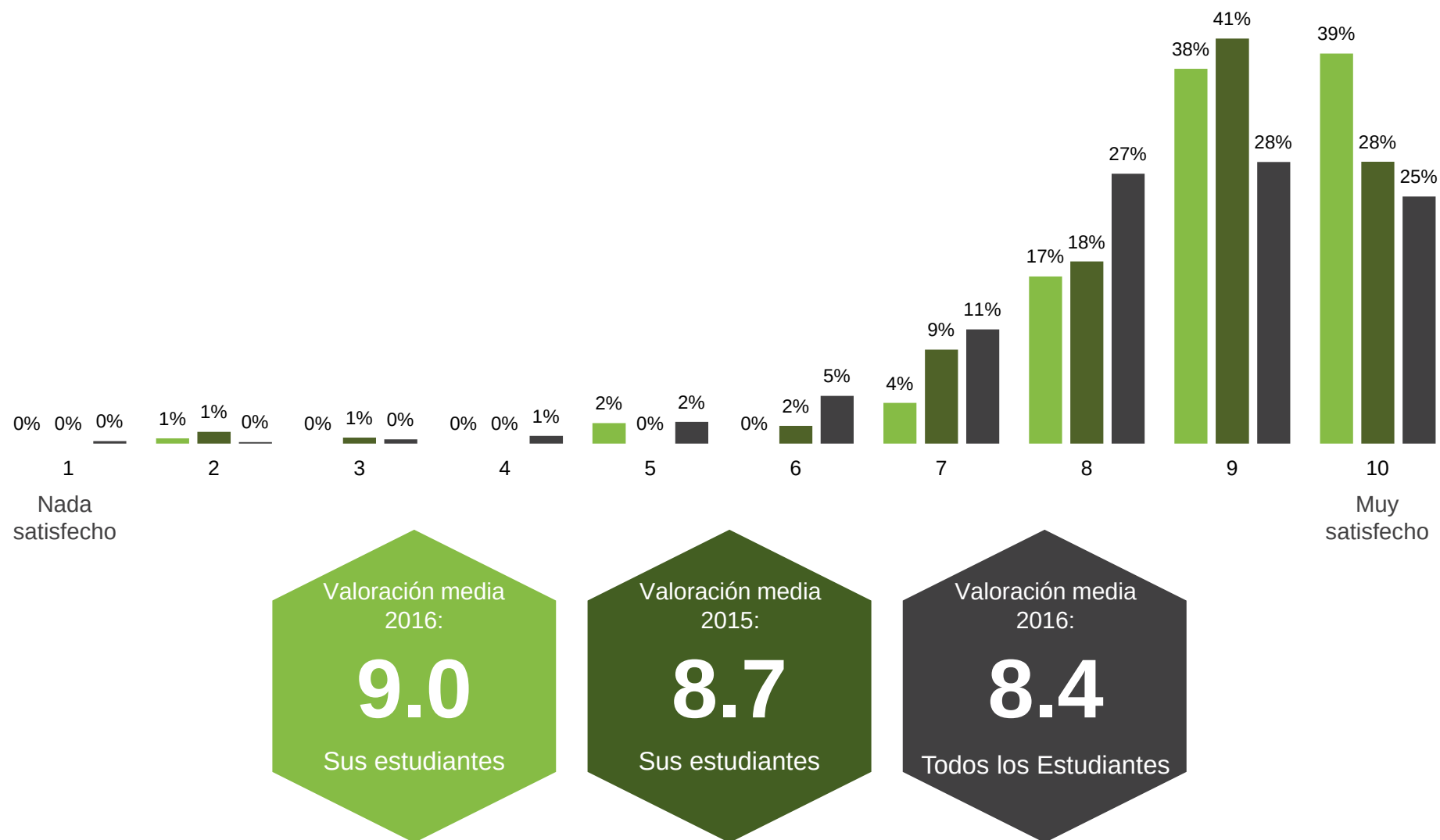


- ¿Cuáles de las siguientes características asocia con su colegio o universidad? Por favor seleccione todas las alternativas que considere convenientes.
- ¿Cuáles de estas características considera más atractivas? (Máx. 3)

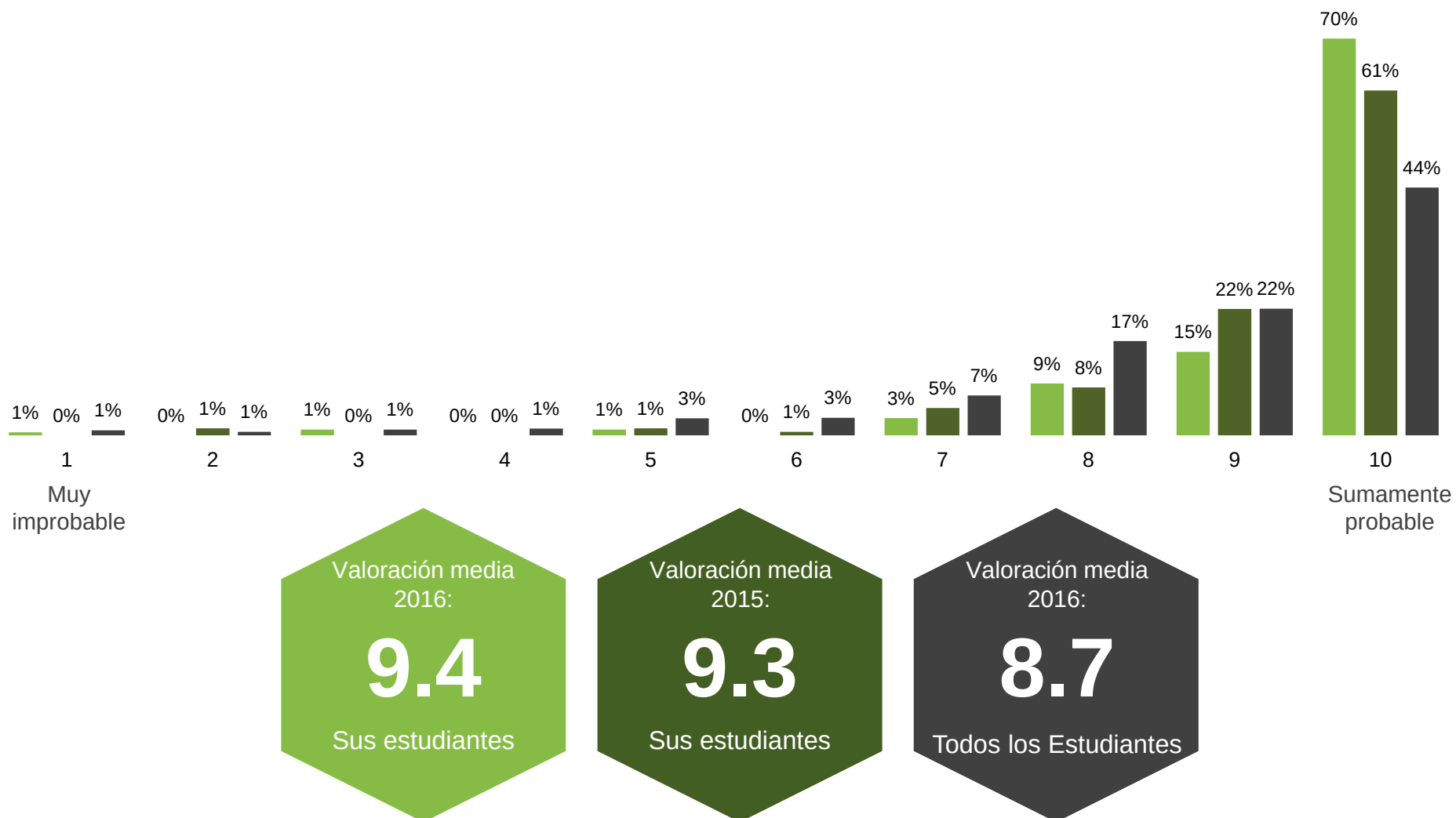
¿Qué factores tuvieron mayor influencia en sus estudiantes al elegir su universidad?



¿Cuán satisfechos están sus estudiantes con usted?

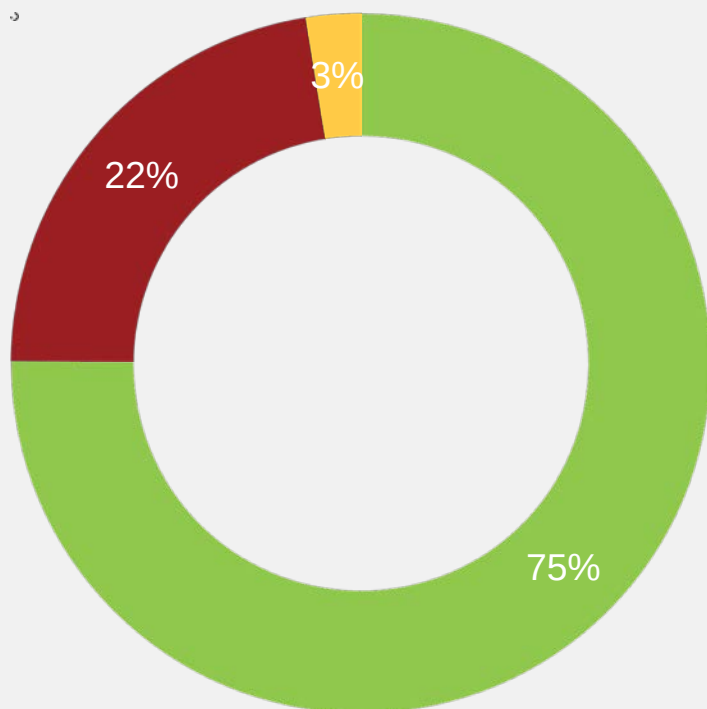


¿sus estudiantes recomendarían Universidad Autónoma Metropolitana a un amigo o familiar?



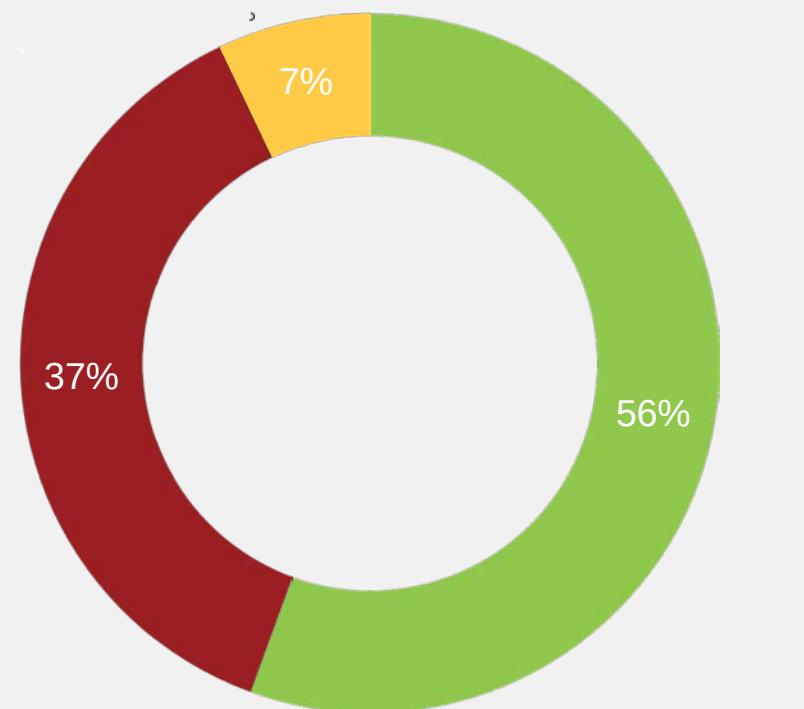
Si sus estudiantes tuviesen la oportunidad de estudiar de nuevo, ¿elegirían Universidad Autónoma Metropolitana?

Sus estudiantes



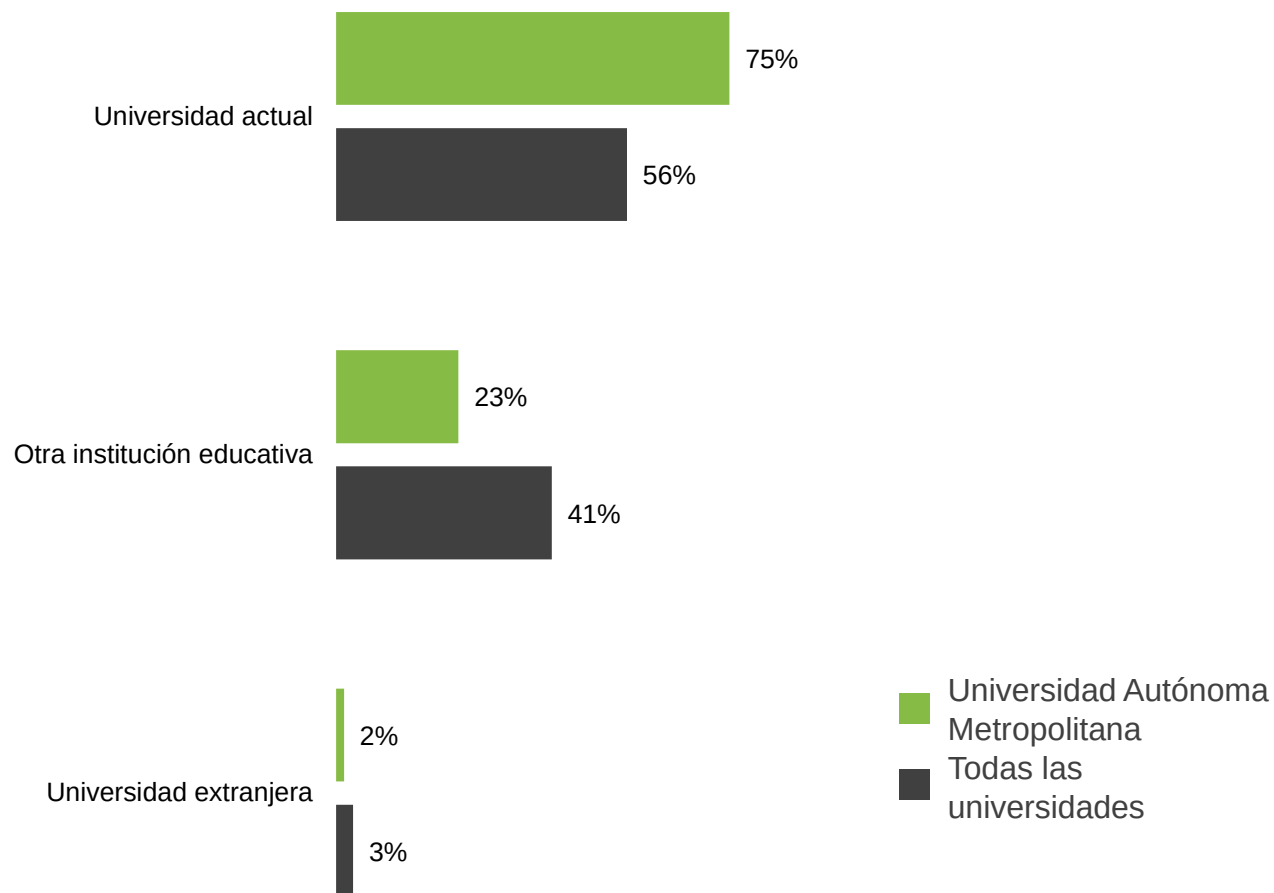
■ Sí, definitivamente ■ Es posible ■ No, en absoluto

Todas las universidades



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

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



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

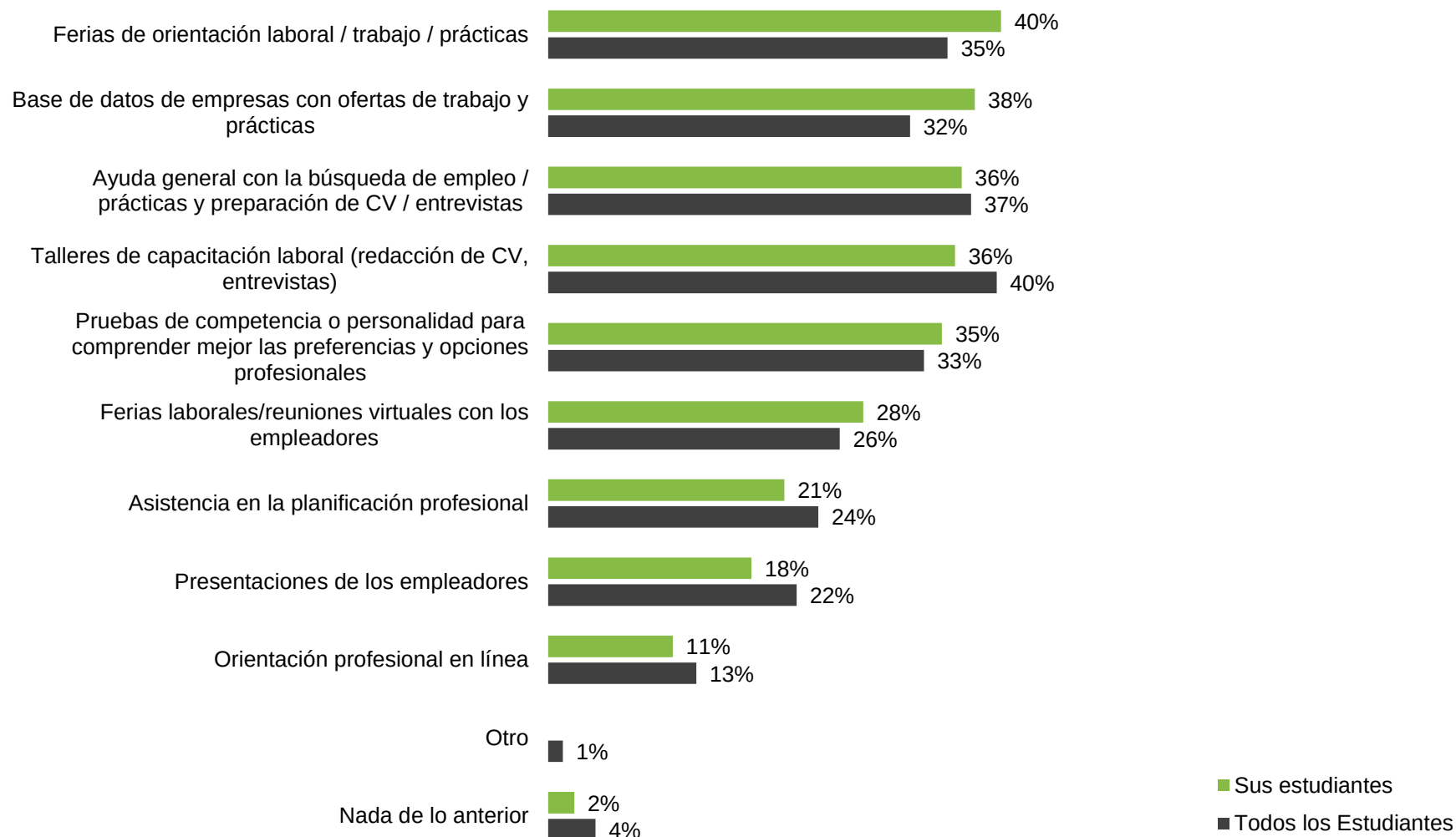
Universidad	Ranking	Porcentaje
Universidad Nacional Autónoma de México	1	43%
Universidad Iberoamericana	2	8%
Tec de Monterrey, Campus Ciudad de México	3	6%
Universidad extranjera	3	6%
Universidad Panamericana	3	6%
Tec de Monterrey, Campus Santa Fé	6	4%
Escuela Bancaria y Comercial	7	2%
Instituto Politécnico Nacional	7	2%
Instituto Tecnológico Autónomo de México	7	2%
Tec de Monterrey, Campus Estado de México	7	2%

25%

de sus estudiantes
escogerían otra Universidad
si tuviesen la oportunidad de
volver a elegir.

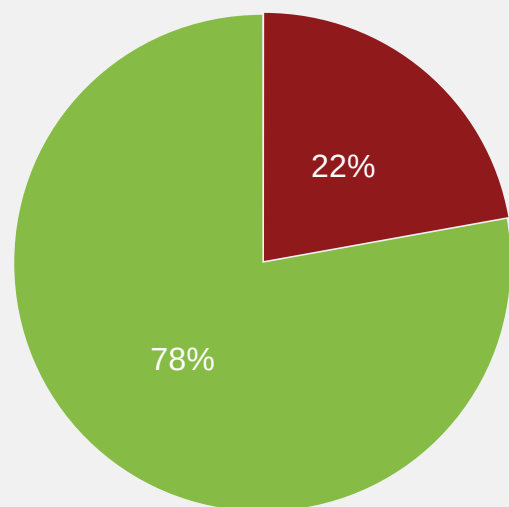
El cuadro muestra las
preferidas.

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



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

Universidad Autónoma Metropolitana

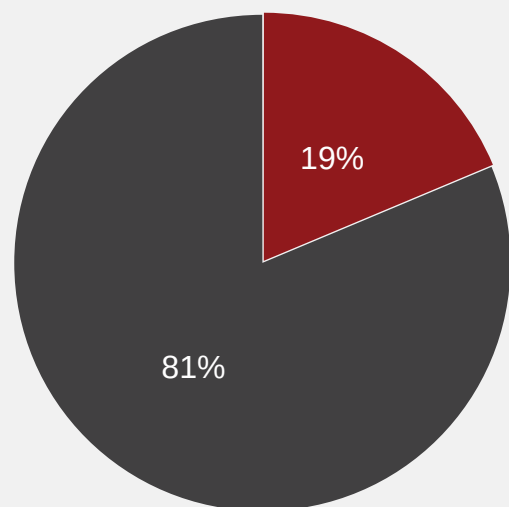


- Proporción de estudiantes que usan uno o más servicios de carrera en su universidad
- Proporción de estudiantes que no usan ningún servicio de carrera en su universidad



Uso general de servicios de orientación profesional

Todas las universidades

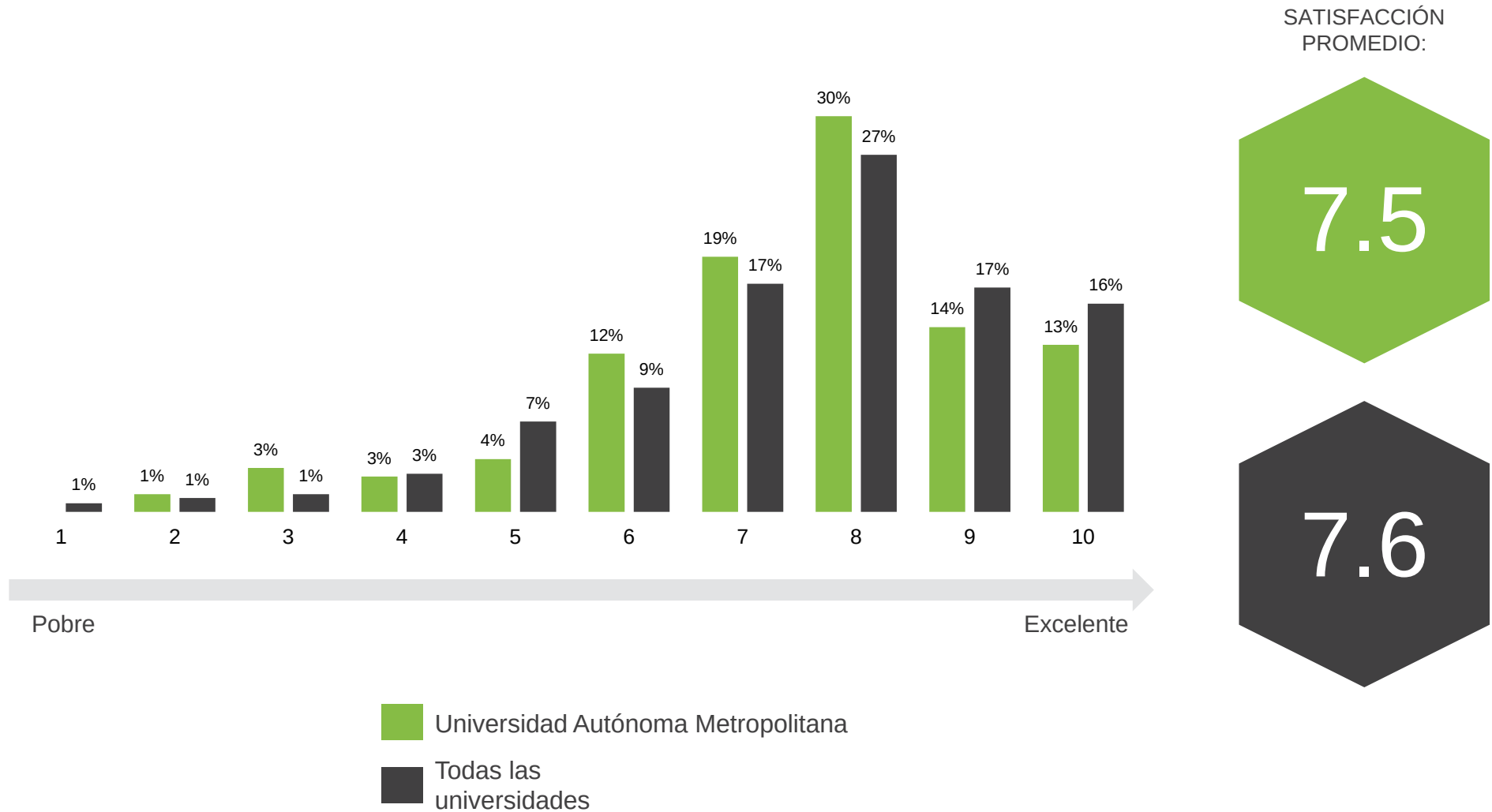


- Proporción de estudiantes que usan uno o más servicios de carrera en su universidad
- Proporción de estudiantes que no usan ningún servicio de carrera en su universidad



- ¿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

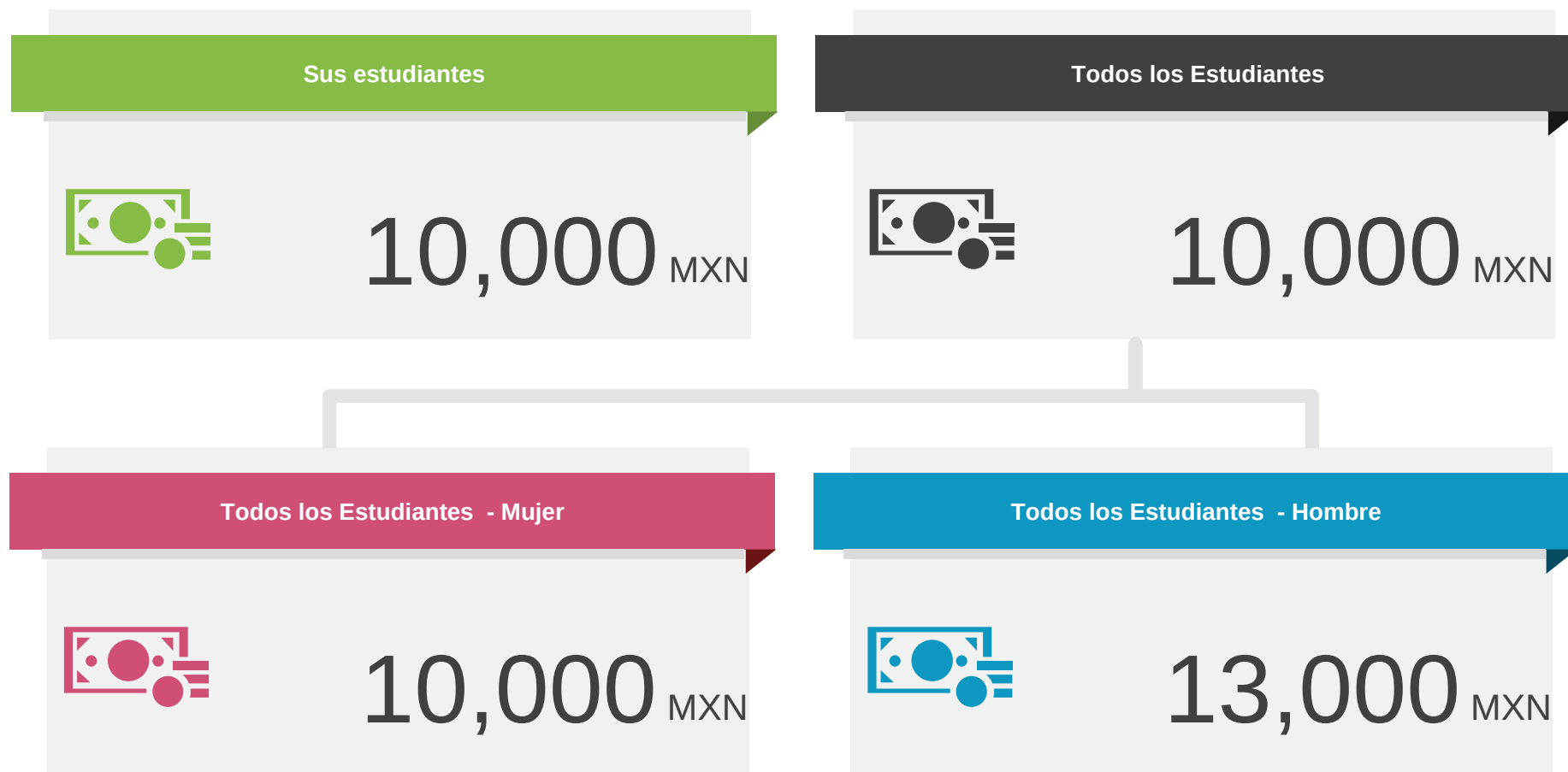
- 1 RESUMEN EJECUTIVO
- 2 PERFIL DE TALENTOS
- 3 PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD
- 4 PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR

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



Salario mensual esperado de los estudiantes

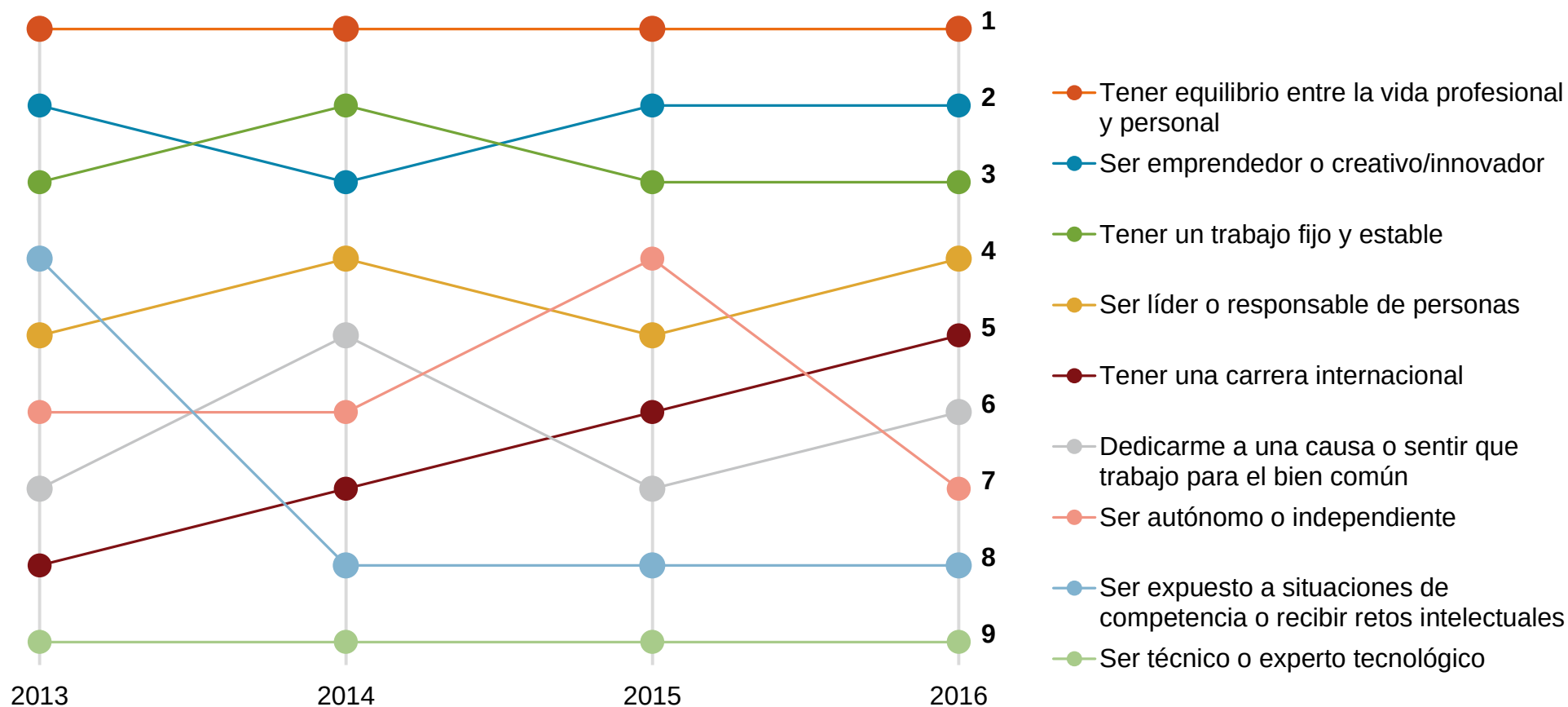


“Tener equilibrio entre la vida profesional y personal” es el objetivo a largo plazo más importante



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



¿Qué es atractivo?

Sus estudiantes

Imagen y reputación del empleador

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



Gente y cultura

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



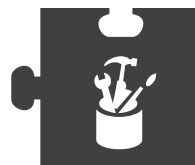
Remuneración y oportunidades de crecimiento

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



Características del trabajo

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



“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. Buena referencia para el futuro profesional
4. Un ambiente de trabajo dinámico y creativo
5. Ingresos futuros elevados
6. Líderes que apoyarán mi desarrollo
7. Salario base competitivo
8. Empleo seguro
9. Prestigio
10. Oportunidades de viajes / traslados al extranjero

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

Todos los Estudiantes

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

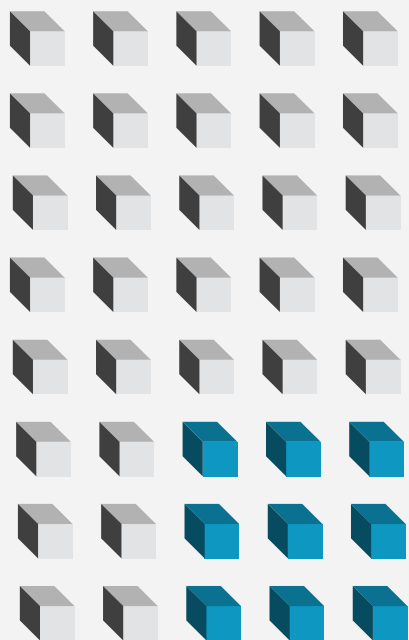
- Gente y cultura
- Características del trabajo

- ¿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?"



• Por razones de diseño, el nombre del empleador puede acortarse en este reporte.

El embudo de reclutamiento de Universum



Ranking de empleador considerado | Principales 20

Sus estudiantes | Humanidades/Arte/Educación/Derecho

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio		Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	
Gobierno Federal	1	47.41%	Nuevo	-	Coca-Cola FEMSA	11	23.70%	↔	0
Google	2	38.52%	↓	-1	The Coca-Cola Company	12	22.96%	↓	-6
Microsoft	3	30.12%	↑	1	Televisa	13	22.22%	↔	0
Samsung	4	27.16%	↑	5	Volaris	14	20.49%	↑	6
Grupo Carso	5	26.17%	↓	-2	Nestlé	15	20.00%	↓	-1
Facebook	6	25.19%	↑	3	BBVA Bancomer	16	19.51%	↑	8
Sony	7	24.94%	↑	1	Grupo Bimbo	17	19.26%	↔	0
Aeroméxico	8	24.69%	↓	-4	PepsiCo	17	19.26%	↑	11
Pemex	8	24.69%	↓	-6	L'Oréal Group	19	19.01%	↓	-5
TV Azteca	8	24.69%	↓	-2	Audi	20	18.77%	↓	-9



- 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 | Humanidades/Arte/Educación/Derecho

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio		Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	
Gobierno Federal	1	39.45%	Nuevo	-	Samsung	11	7.54%	↑	5
Google	2	24.62%	↓	-1	BBVA Bancomer	12	7.29%	↑	11
Pemex	3	14.32%	↓	-1	Sony	13	6.78%	↓	-5
Microsoft	4	14.07%	↑	2	CFE - Comisión Federal de Electricidad	14	6.53%	↓	-3
TV Azteca	5	12.56%	↑	1	Audi	15	6.28%	↓	-2
Grupo Carso	6	11.81%	↓	-3	L'Oréal Group	16	6.03%	↓	-4
Televisa	7	10.80%	↓	-2	Coca-Cola FEMSA	17	5.78%	↓	-4
The Coca-Cola Company	7	10.80%	↓	-3	Nestlé	17	5.78%	↓	-1
Aeroméxico	9	9.30%	↑	1	Grupo Bimbo	19	5.28%	↓	-6
Facebook	9	9.30%	↓	-1	Volaris	20	4.77%	↑	6

Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 20

Sus estudiantes | Humanidades/Arte/Educación/Derecho

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio		Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	
Gobierno Federal	1	22.35%	Nuevo	-	Nestlé	11	2.06%	↑	34
Pemex	2	5.29%	↓	-1	Grupo Bimbo	12	1.76%	↑	5
Google	3	5.00%	↓	-1	Inbursa	12	1.76%	↑	10
The Coca-Cola Company	4	4.71%	↑	2	Audi	14	1.47%	↑	8
Grupo Carso	5	3.53%	↓	-2	FEMSA	14	1.47%	↑	19
Televisa	5	3.53%	↓	-1	Grupo México	14	1.47%	↑	3
CFE - Comisión Federal de Electricidad	7	2.65%	↑	4	Grupo Modelo	14	1.47%	↑	8
Microsoft	7	2.65%	↑	10	Aeroméxico	18	1.18%	↓	-12
BBVA Bancomer	9	2.35%	↓	-4	Banamex	18	1.18%	↑	4
TV Azteca	9	2.35%	↓	-3	Coca-Cola FEMSA	18	1.18%	↓	-7



- ¿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

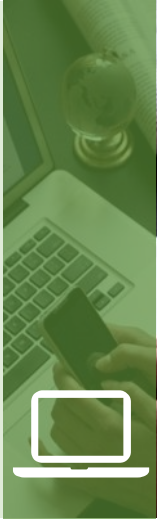
MEDIOS IMPRESOS

- 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



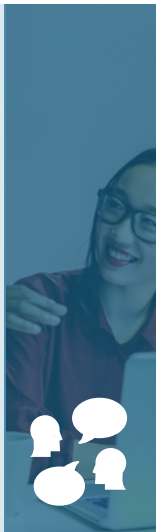
DIGITAL

- 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

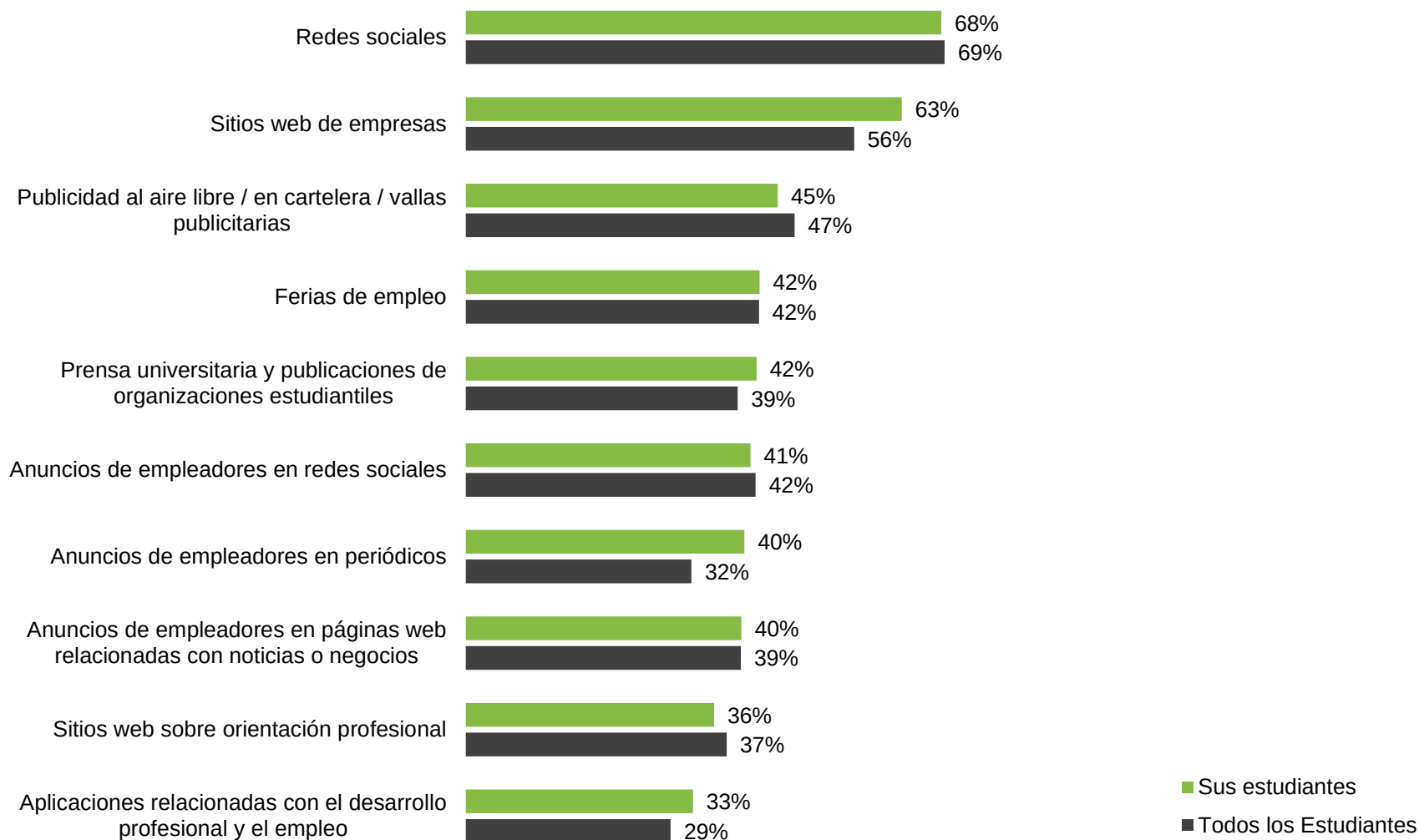


OTROS MEDIOS

- 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 | Humanidades/Arte/Educación/Derecho
- 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 CONDUCIDO
NUESTRA ENCUESTA DEL
ESTUDIANTE DURANTE MÁS
DE 25 AÑOS



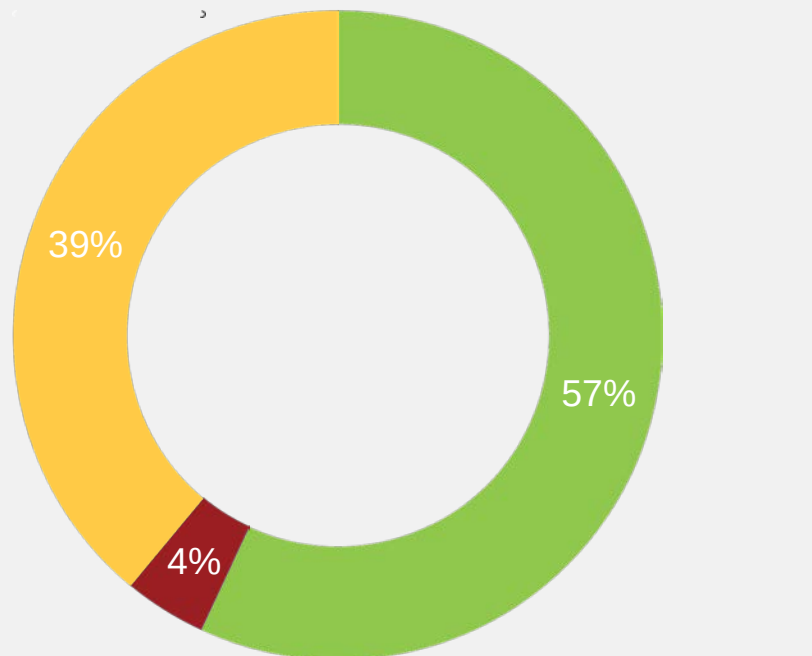
La cantidad total de
encuestados en 2015

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

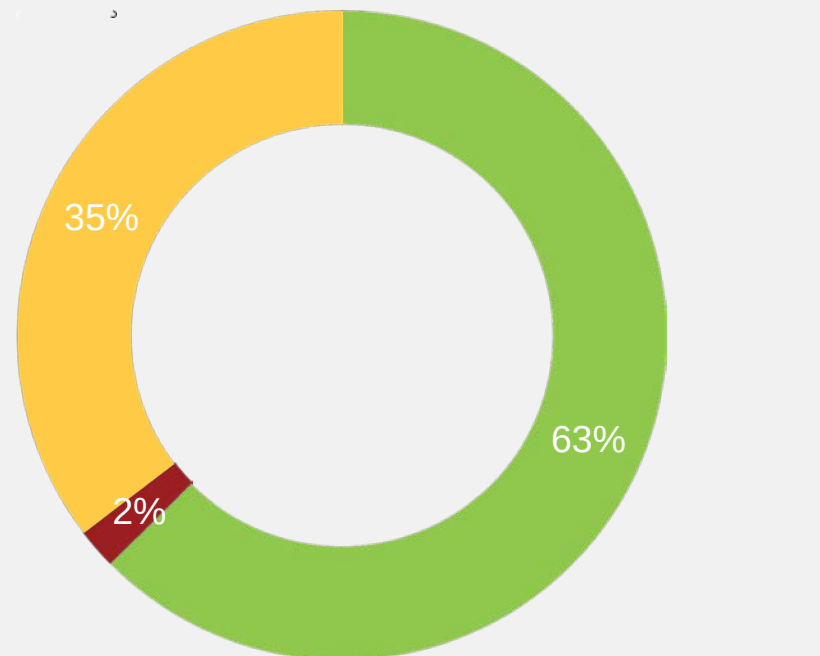


Si

No, bajo ninguna
circunstancia

Posiblemente bajo las
circunstancias correctas

Todos los estudiantes

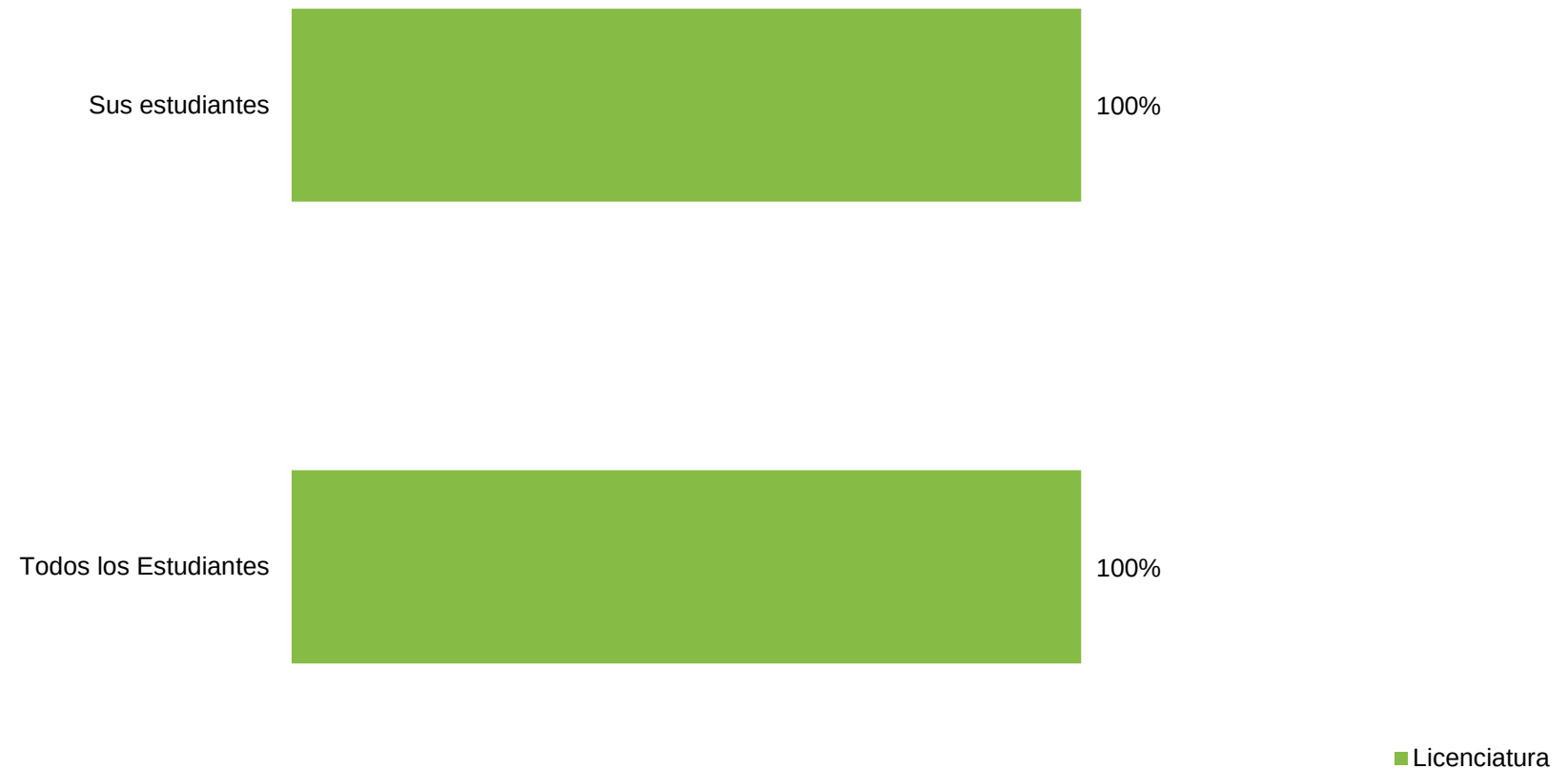


Si

No, bajo ninguna
circunstancia

Posiblemente bajo las
circunstancias correctas

Máximo nivel de estudios



Instituciones académicas (1/3)

Todos los Estudiantes

Universidad	Todos los Estudiantes	Universidad	Todos los Estudiantes
Universidad Nacional Autónoma de México	10.16%	Universidad Autónoma de San Luis Potosí	1.47%
Universidad de Guadalajara	8.51%	Universidad de Guanajuato	1.12%
Universidad Autónoma de Nuevo León	8.18%	Universidad Iberoamericana	1.11%
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	6.18%	Universidad La Salle Bajío	1.05%
Universidad Autónoma de Baja California	5.79%	Universidad Autónoma de Querétaro	0.96%
Universidad Autónoma del Estado de México	5.61%	Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	0.80%
Universidad Autónoma Metropolitana	5.01%	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente	0.79%
Universidad Tecnológica de México	3.86%	Universidad de Monterrey	0.77%
Universidad Veracruzana	3.71%	Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	0.70%
Universidad de Sonora	3.40%	Universidad Autónoma de Yucatán	0.67%
Universidad Michoacana de San Nicolás	2.87%	Centro de Estudios Superiores CTM Mérida	0.65%
Universidad del Valle de México	2.68%	Universidad Autónoma del Estado de Morelos	0.61%
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez	2.38%	Universidad de Las Américas Puebla	0.59%
Universidad Autónoma de Sinaloa	2.14%	Universidad Anáhuac, México Norte	0.55%

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

Instituciones académicas (2/3)

Todos los Estudiantes

Universidad	Todos los Estudiantes	Universidad	Todos los Estudiantes
Universidad Autónoma de Aguascalientes	0.54%	Universidad Panamericana, Campus Guadalajara	0.22%
Tec de Monterrey, Campus Monterrey	0.53%	Universidad Autónoma de Tamaulipas, Campus Tampico	0.22%
Universidad La Salle	0.48%	Universidad del Valle de México, Campus Querétaro	0.19%
Universidad Iberoamericana, Puebla	0.45%	Tec de Monterrey, Campus Guadalajara	0.17%
Universidad Panamericana	0.42%	Universidad Anáhuac Cancún	0.13%
Instituto Tecnológico Autónomo de México	0.37%	Universidad Anáhuac Mayab	0.13%
Universidad Autónoma de Guadalajara	0.35%	Universidad Iberoamericana, Torreón	0.13%
Universidad Regiomontana	0.33%	Tec de Monterrey, Campus Puebla	0.13%
Universidad Autónoma de Tamaulipas	0.29%	Universidad del Valle de México, Campus Monterrey	0.11%
Tec de Monterrey, Campus Querétaro	0.29%	Universidad La Salle Noroeste	0.11%
Universidad Iberoamericana, Campus León	0.28%	Tec de Monterrey, Campus Santa Fé	0.11%
Universidad Cristóbal Colón (Veracruz)	0.27%	Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas	0.11%
Tec de Monterrey, Campus Ciudad de México	0.24%	Universidad Anáhuac, México Sur	0.11%
Tec de Monterrey, Campus Estado de México	0.23%	Universidad Anáhuac, Campus Querétaro	0.09%

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

Instituciones académicas (3/3)

Todos los Estudiantes

Universidad	Todos los Estudiantes	Universidad	Todos los Estudiantes
Tec de Monterrey, Campus Chihuahua	0.09%	Universidad Iberoamericana, Campus Tijuana	0.03%
Universidad del Valle de México, Campus Reynosa	0.08%	Universidad Panamericana, Campus Aguascalientes	0.03%
Instituto Politécnico Nacional	0.08%	Universidad Xochicalco	0.03%
Universidad del Noreste	0.08%	Universidad del ISTMO	0.03%
Cetys Universidad	0.07%	Tec de Monterrey, Campus Morelia	0.03%
Universidad Tecnológica de Puebla	0.07%	Universidad Olmeca	0.03%
Universidad de Las Américas DF	0.07%	Tec de Monterrey, Campus Saltillo	0.03%
Instituto Tecnológico de Sonora	0.06%	Universidad Tec Milenio, Campus Ciudad de México	0.02%
Tec de Monterrey, Campus Cuernavaca	0.06%	Tec de Monterrey, Campus San Luis Potosí	0.02%
Universidad La Salle, Campus Laguna	0.06%	Tec de Monterrey, Campus Ciudad Juárez	0.02%
Universidad del Valle de México, Campus Torreón	0.06%	Universidad del Valle de México, Campus Tampico	0.02%
Tec de Monterrey, Campus Toluca	0.04%	Tec de Monterrey, Campus Hidalgo	0.02%
Universidad del Valle de México, Campus Matamoros	0.04%	Tec de Monterrey, Campus Laguna	0.01%
Universidad España de Durango	0.03%	Otro	9.45%

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

Áreas de estudio

Todos los Estudiantes | Humanidades (1/1)

Área de estudio	Todos los Estudiantes	Área de estudio	Todos los Estudiantes
Ciencias Sociales	34%	Lingüística / Lenguas Extranjeras	15%
Comunicación	28%	Ciencias Políticas	14%
Diseño	28%	Periodismo	11%
Artes Creativas	26%	Magisterio/Educación	10%
Psicología	24%	Relaciones Internacionales	10%
Historia / Filosofía	19%	Música	7%
Historia del Arte	17%	Geografía	5%
Publicidad y Relaciones Públicas	16%	Otra (Humanidades/Arte)	9%
Lengua / Literatura	16%		

Áreas de estudio

Todos los Estudiantes | Derecho (1/1)

Área de estudio	Todos los Estudiantes	Área de estudio	Todos los Estudiantes
Derecho Civil	63%	Derecho Comercial	22%
Litigio Criminal/Penal	51%	Derecho Mercantil Internacional	21%
Derecho Constitucional	46%	Leyes y Tasación de la Propiedad	13%
Derecho Fiscal	39%	Derecho de los Medios de Comunicación	5%
Derecho Internacional	34%	Otra (Derecho)	15%
Legislación Laboral	31%		

Ranking de empleador considerado | Principales 30

Todos los Estudiantes | Humanidades/Arte/Educación/Derecho

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio
Gobierno Federal	1	45.50%	Nuevo -	Banamex	16	18.14%	↓ -1
Google	2	36.45%	↓ -1	Nestlé	17	17.85%	↑ 1
Pemex	3	27.09%	↑ 1	Volkswagen Group	18	17.67%	↓ -4
The Coca-Cola Company	4	26.23%	↓ -2	CFE - Comisión Federal de Electricidad	19	17.40%	↑ 2
Microsoft	5	25.67%	→ 0	Telmex	20	17.34%	↓ -4
Facebook	6	24.14%	↑ 2	Grupo Bimbo	21	17.00%	↓ -1
Aeroméxico	7	23.85%	→ 0	PepsiCo	22	16.26%	↑ 2
Coca-Cola FEMSA	8	23.21%	↑ 2	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	23	16.08%	↑ 6
Televisa	9	23.12%	↓ -6	L'Oréal Group	24	15.58%	↓ -5
Samsung	10	20.53%	↑ 1	Nissan	25	15.48%	↓ -3
Sony	11	20.43%	↓ -2	AT&T	26	15.35%	Nuevo -
TV Azteca	12	20.07%	↓ -6	Telcel	27	15.23%	↓ -4
Audi	13	19.85%	↓ -1	BMW Group	28	15.21%	↓ -3
Volaris	14	19.14%	↓ -1	Grupo Modelo	29	15.20%	↓ -3
BBVA Bancomer	15	18.14%	↑ 2	FEMSA	30	14.46%	↑ 7

Ranking de empleador ideal | 30 principales

Todos los Estudiantes | Humanidades/Arte/Educación/Derecho

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio		Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	
Gobierno Federal	1	38.33%	Nuevo	-	Volaris	16	5.44%	↑	2
Google	2	24.48%	↓	-1	Samsung	17	5.39%	↓	-2
Pemex	3	14.77%	→	0	FEMSA	18	5.24%	↑	13
Televisa	4	12.55%	↓	-2	L'Oréal Group	19	5.06%	↓	-7
The Coca-Cola Company	5	12.36%	↓	-1	BBVA Bancomer	20	5.04%	↓	-3
Microsoft	6	11.32%	→	0	Volkswagen Group	21	5.00%	↓	-7
Facebook	7	11.27%	→	0	Banamex	22	4.76%	↓	-2
TV Azteca	8	9.30%	↓	-3	BMW Group	23	4.43%	↓	-2
Aeroméxico	9	9.25%	↓	-1	Telmex	24	4.35%	↓	-2
CFE - Comisión Federal de Electricidad	10	8.92%	→	0	Grupo Bimbo	25	4.30%	↓	-2
Coca-Cola FEMSA	11	6.67%	↑	2	Cemex	26	4.06%	↑	4
Grupo Carso	12	6.31%	↑	4	Grupo Modelo	27	3.75%	↓	-1
Audi	13	6.05%	↓	-2	Nestlé	28	3.74%	↓	-4
Sony	14	5.87%	↓	-5	PepsiCo	29	3.38%	↓	-2
Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	15	5.68%	↑	4	AT&T	30	3.18%	Nuevo	-

Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 30

Todos los Estudiantes | Humanidades/Arte/Educación/Derecho

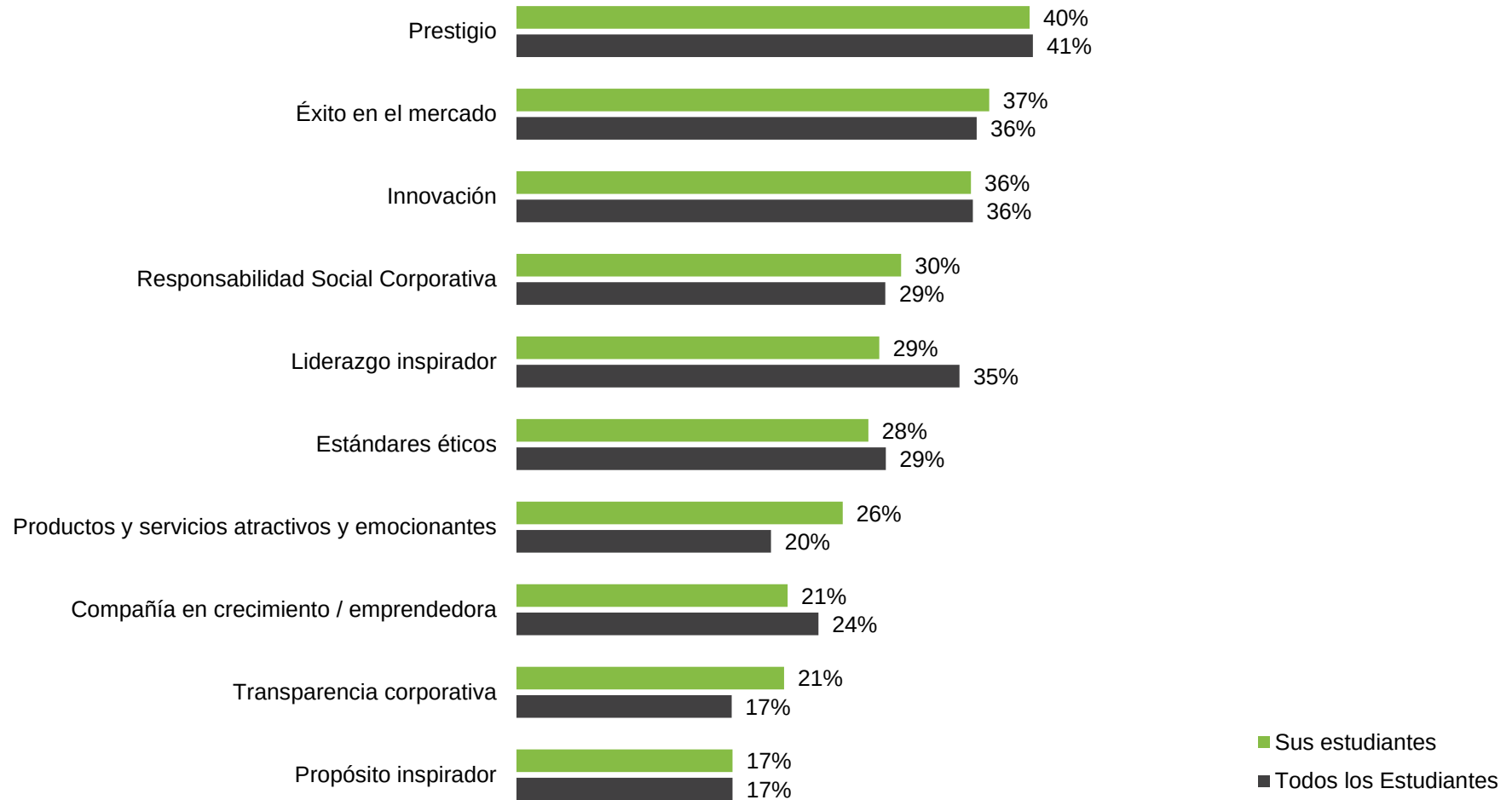
Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio
Gobierno Federal	1	19.91%	Nuevo -	Audi	16	1.55%	↓ -8
Pemex	2	5.18%	↔ 0	Cemex	17	1.54%	↑ 15
Google	3	4.88%	↔ 0	L'Oréal Group	18	1.30%	↑ 2
Televisa	4	4.00%	↓ -3	Banamex	19	1.28%	↓ -7
The Coca-Cola Company	5	3.24%	↓ -1	Volkswagen Group	20	1.26%	↓ -9
CFE - Comisión Federal de Electricidad	6	2.90%	↔ 0	Telmex	21	1.16%	↓ -3
TV Azteca	7	2.76%	↓ -2	Volaris	22	1.11%	↑ 3
FEMSA	8	2.37%	↑ 14	Grupo Modelo	23	1.10%	↔ 0
Grupo Carso	9	2.05%	↑ 4	Grupo Bimbo	24	1.10%	↓ -9
Facebook	10	2.03%	↑ 7	BMW Group	25	1.01%	↓ -4
Microsoft	11	2.01%	↓ -2	PepsiCo	26	0.99%	↔ 0
Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	12	1.92%	↑ 7	Samsung	27	0.97%	↓ -3
Aeroméxico	13	1.90%	↓ -6	Sony	28	0.94%	↓ -12
Coca-Cola FEMSA	14	1.88%	↓ -4	Banorte	29	0.93%	↑ 1
BBVA Bancomer	15	1.61%	↓ -1	Telcel	30	0.91%	↓ -3



- ¿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)

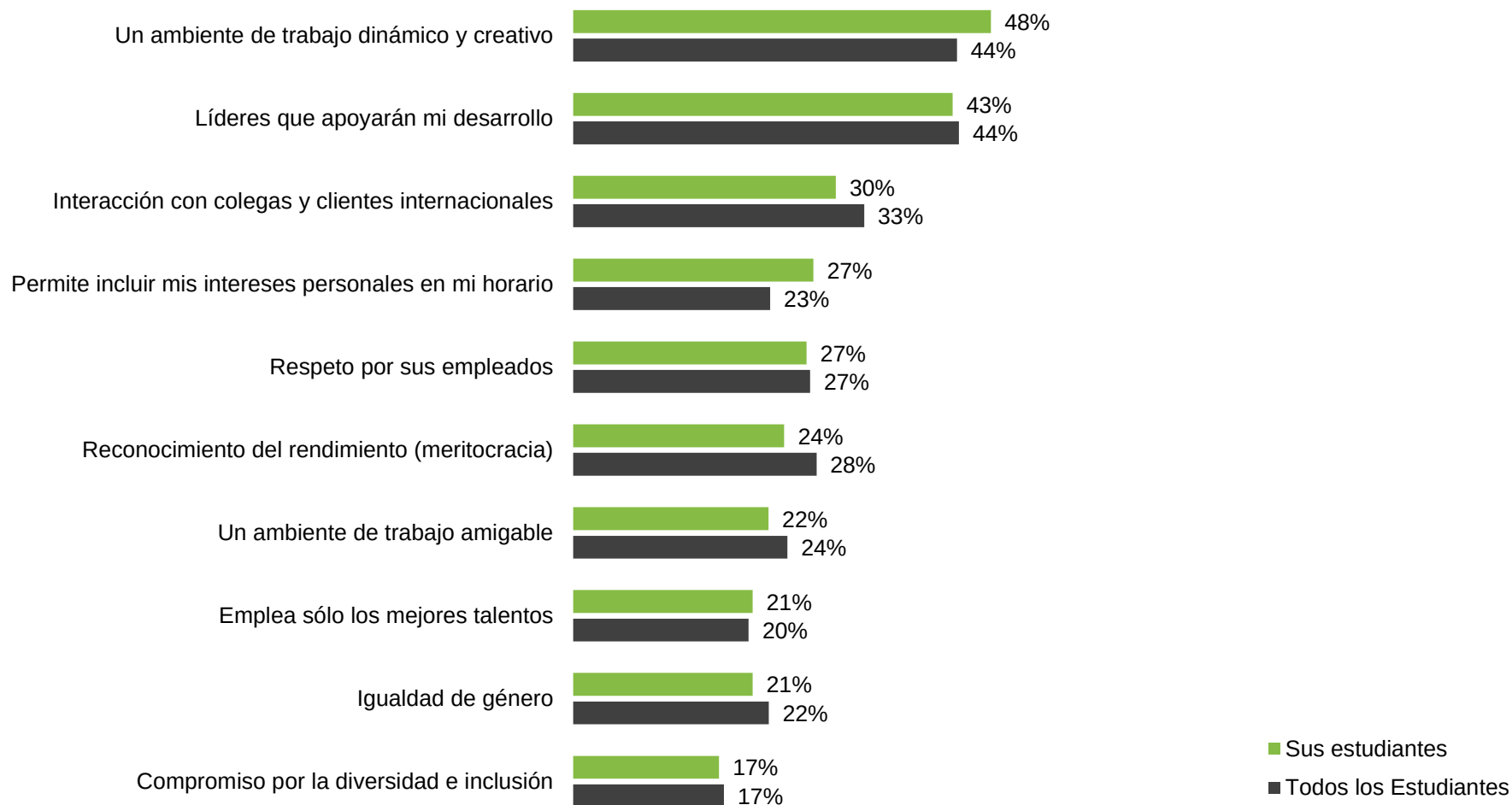
Imagen y reputación del empleador

Atributos atractivos



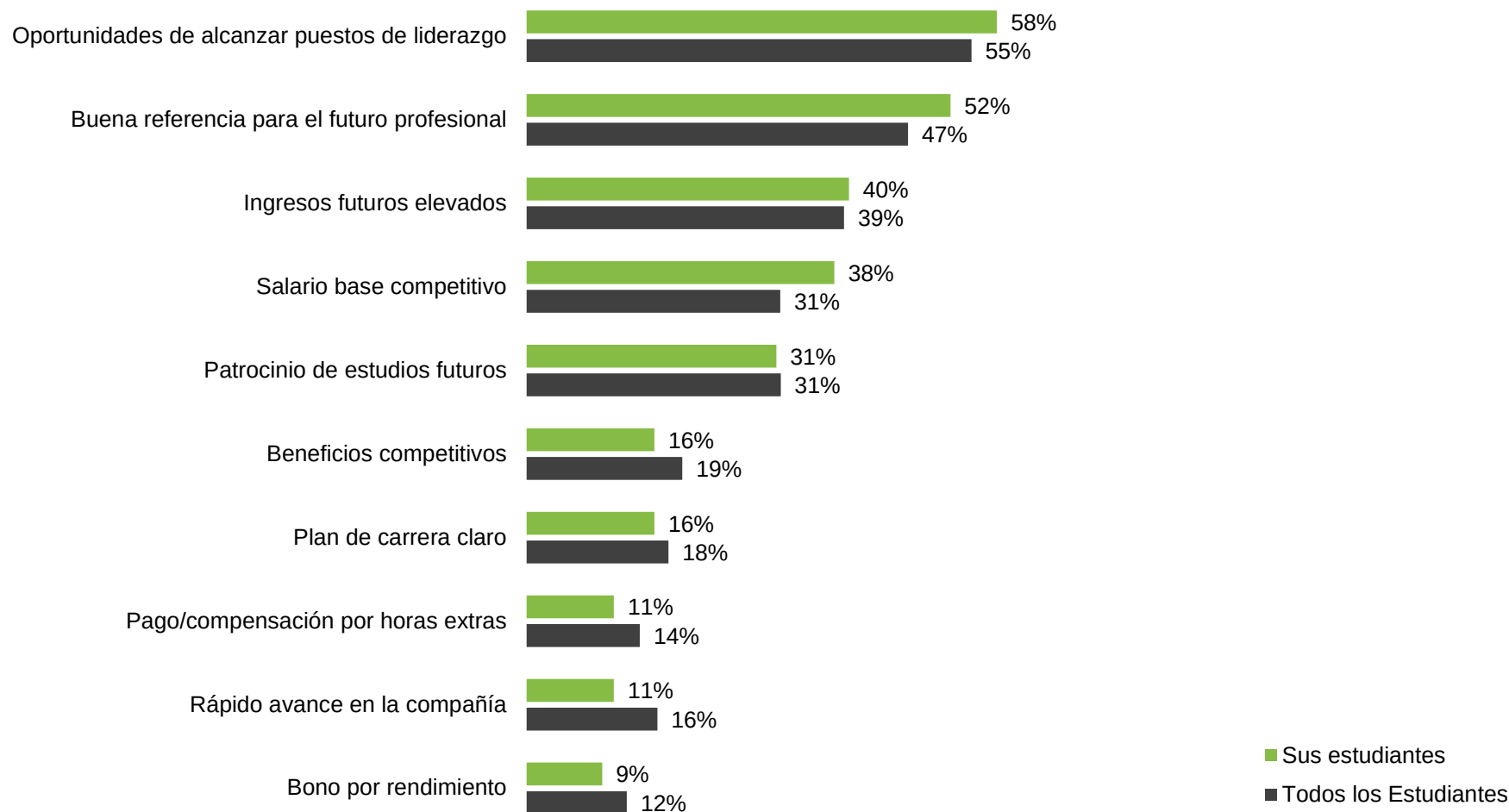
Gente y cultura

Atributos atractivos



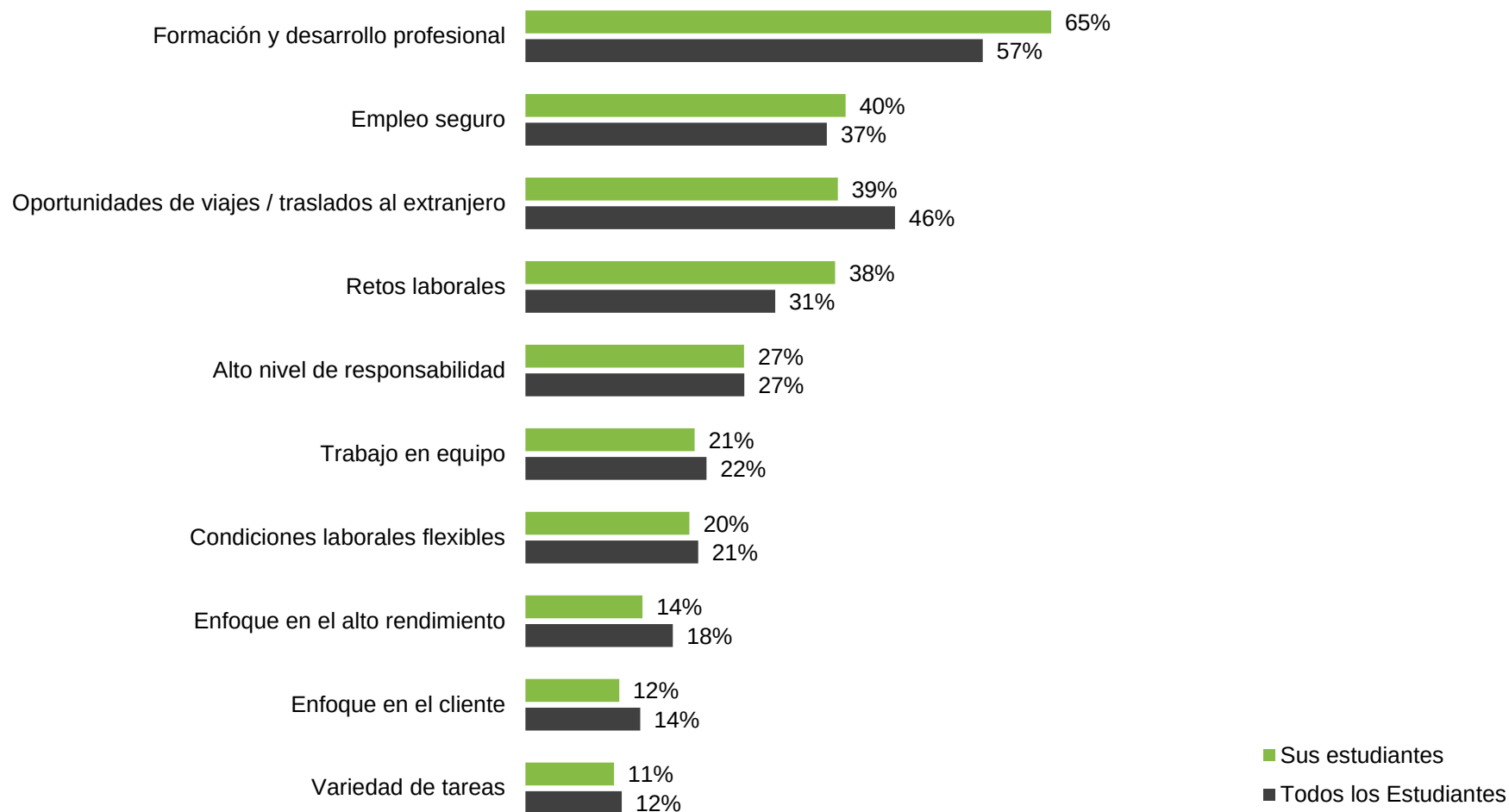
Remuneración y oportunidades de crecimiento

Atributos atractivos



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.



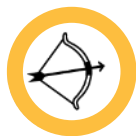
EMPRENDEDORES

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?