



Investigación de talentos de Universum 2016

Informe de colaboradores | Universidad Autónoma Metropolitana
Edición México | Estudiantes | Ingeniería/TI



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

307

Grupo 2

Todos los Estudiantes

11,075

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



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

9.1

Todas las
universidades

8.5

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

Universidad Autónoma
Metropolitana

78%

Todas las
universidades

62%

El perfil y el resumen de las preferencias de los estudiantes



Sus estudiantes



PRINCIPALES METAS DE DESARROLLO PROFESIONAL

1. Ser emprendedor o creativo/innovador
2. Tener equilibrio entre la vida profesional y personal
3. Ser líder o responsable de personas

LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

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



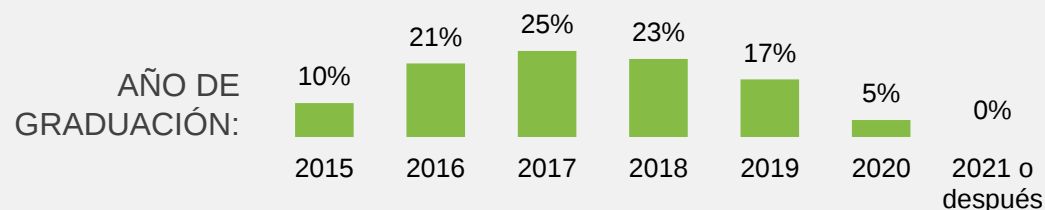
ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS ESTUDIANTES SE IDENTIFICAN

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



LAS 3 PRINCIPALES INDUSTRIAS

1. Ingeniería y manufactura
2. Tecnología, hardware y equipos
3. Energía (petróleo y gas, energías renovables, energía nuclear)



El perfil y el resumen de las preferencias de los estudiantes



Todos los Estudiantes



PRINCIPALES METAS DE DESARROLLO PROFESIONAL

1. Ser emprendedor o creativo/innovador
2. Tener equilibrio entre la vida profesional y personal
3. Ser líder o responsable de personas

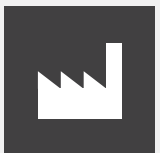
LAS 5 CUALIDADES PRINCIPALES

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



ENUNCIADOS CON LOS QUE LOS ESTUDIANTES SE IDENTIFICAN

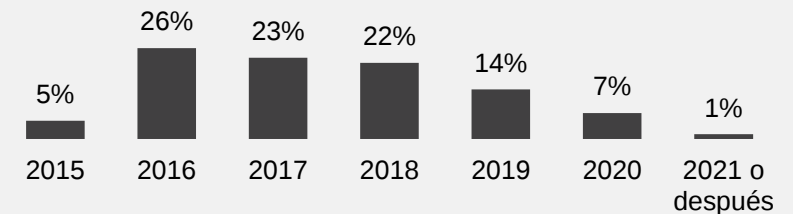
1. Orientado hacia el futuro
2. Se enfoca en la solución
3. Se toma el tiempo para pensar



LAS 3 PRINCIPALES INDUSTRIAS

1. Ingeniería y manufactura
2. Energía (petróleo y gas, energías renovables, energía nuclear)
3. Tecnología, hardware y equipos

AÑO DE GRADUACIÓN:



Programa

1

RESUMEN EJECUTIVO

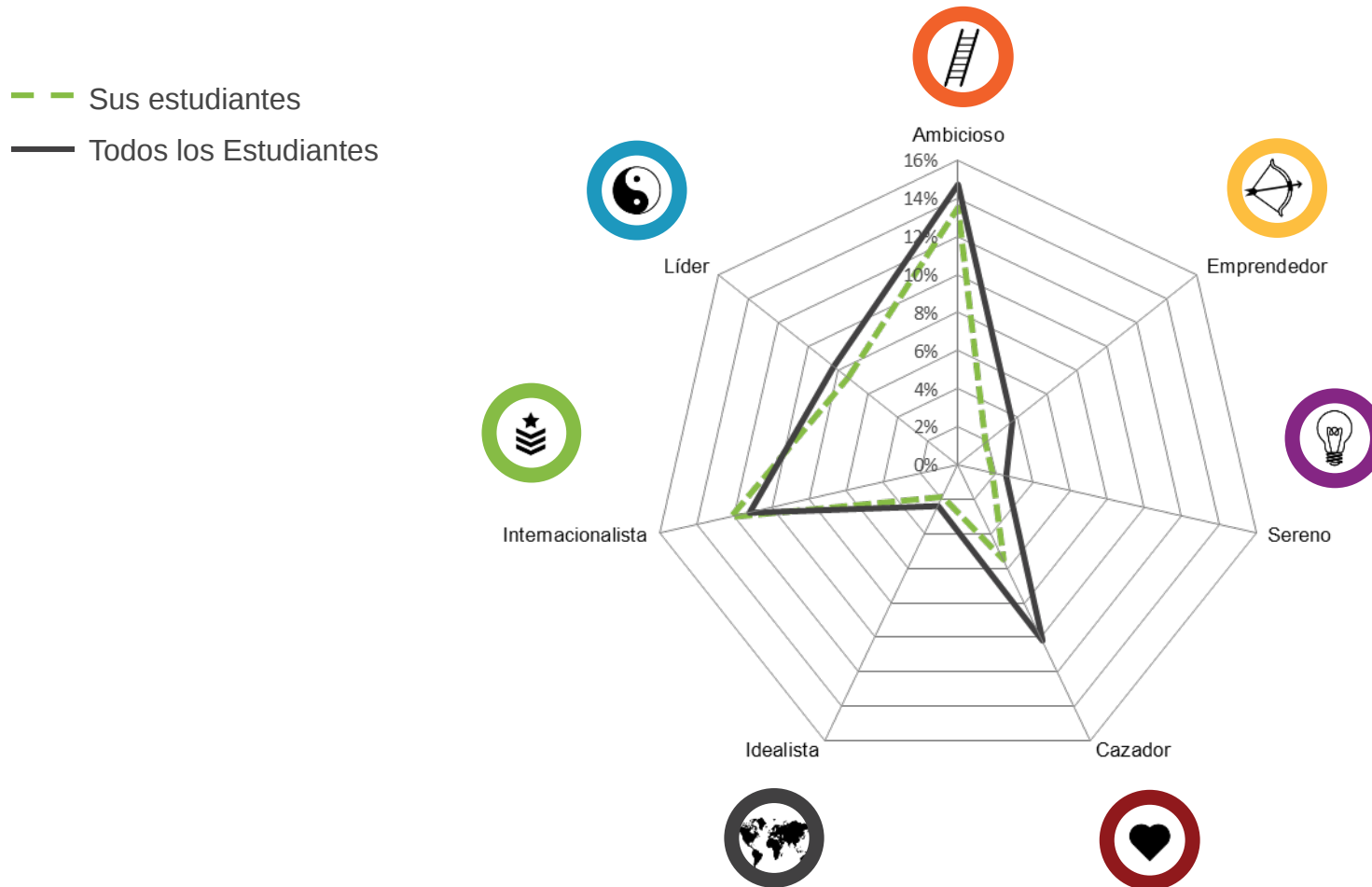
2

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



12% de sus estudiantes tienen una actitud internacional

Internacionalistas



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

Sus estudiantes



12%

Todos los Estudiantes



11%

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.*

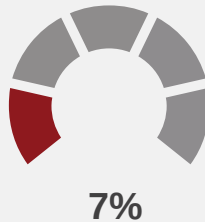
7% de sus estudiantes están particularmente interesados en Liderazgo

LÍDERES

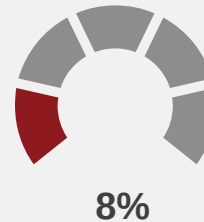


Proporción del talento con potencial de liderazgo dentro del grupo objetivo:

Sus estudiantes



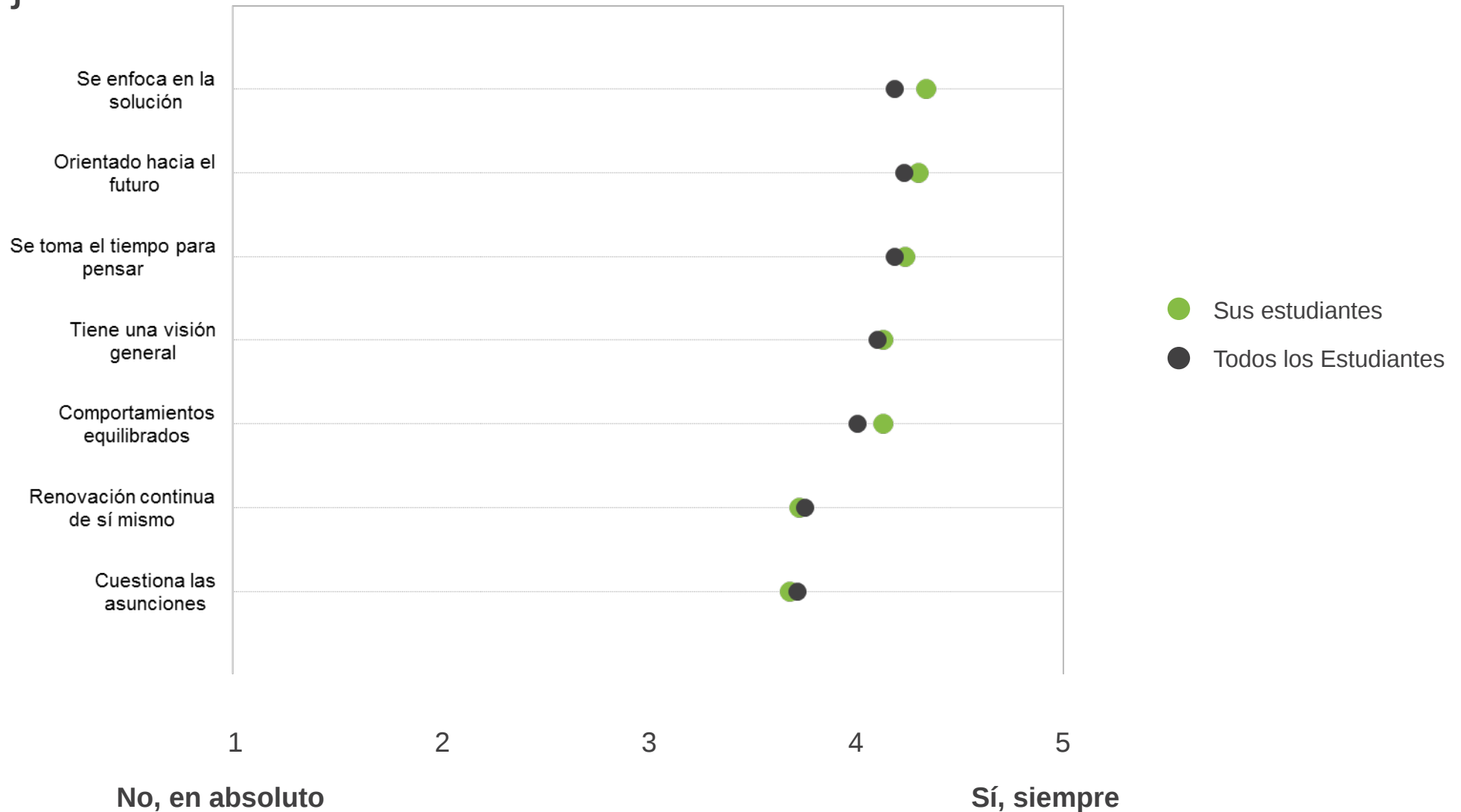
Todos los Estudiantes



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:

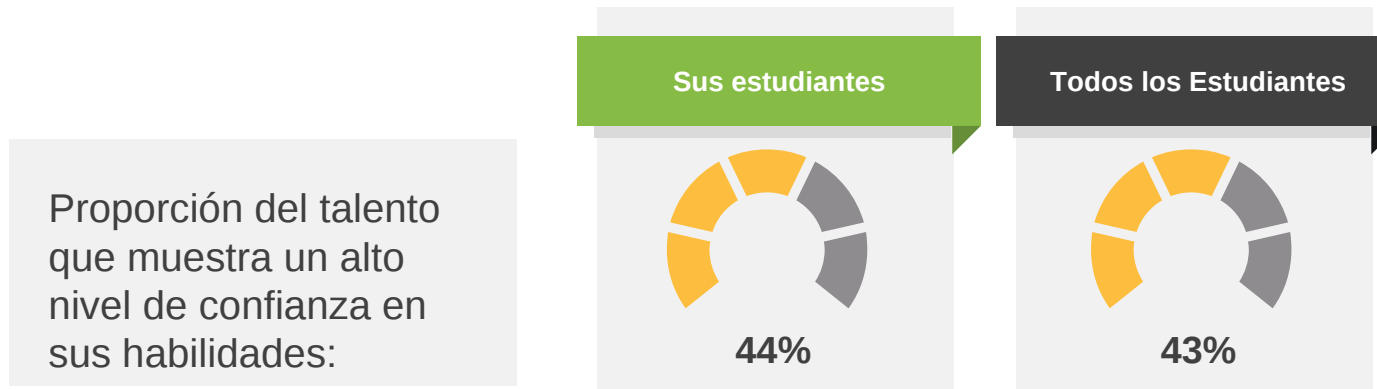
- *Pueden tener una visión general en cualquier situación, lo que les ayuda a inspirar a sus equipos y a sí mismos.*
- *Prefieren los numerosos beneficios de trabajar con otros en un ambiente de equipos en lugar de ser “lobos solitarios”.*
- *No temen ser responsables de situaciones. Ven la responsabilidad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

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



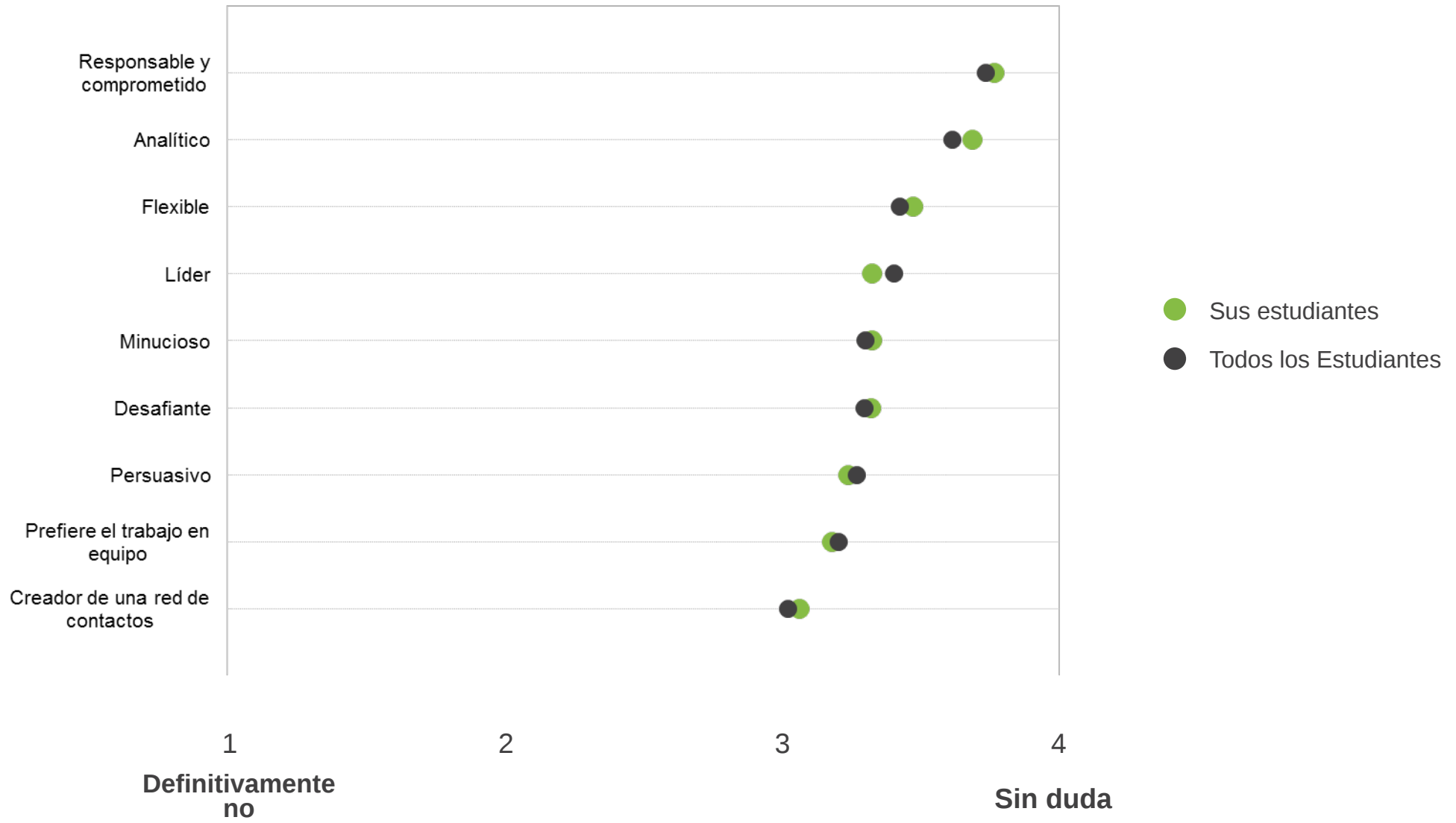
44% de sus estudiantes tienen confianza en sus habilidades de personalidad

Confianza en habilidades



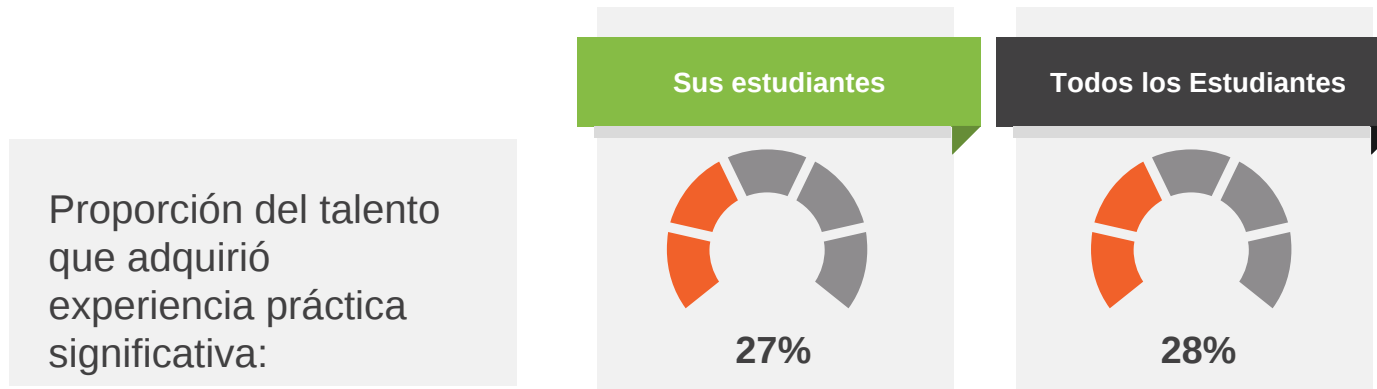
La autoestima y la confianza en su personalidad, las habilidades técnicas y la experiencia son importantes para la posibilidad de empleo del talento. Especialmente al presentarlo a empleadores para obtener, mantener o encontrar un nuevo empleo cuando sea necesario. Podrá ver detalles en la siguiente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

¿Qué habilidades de personalidad describen a cada grupo objetivo?



27% de sus estudiantes adquirieron experiencia práctica significativa

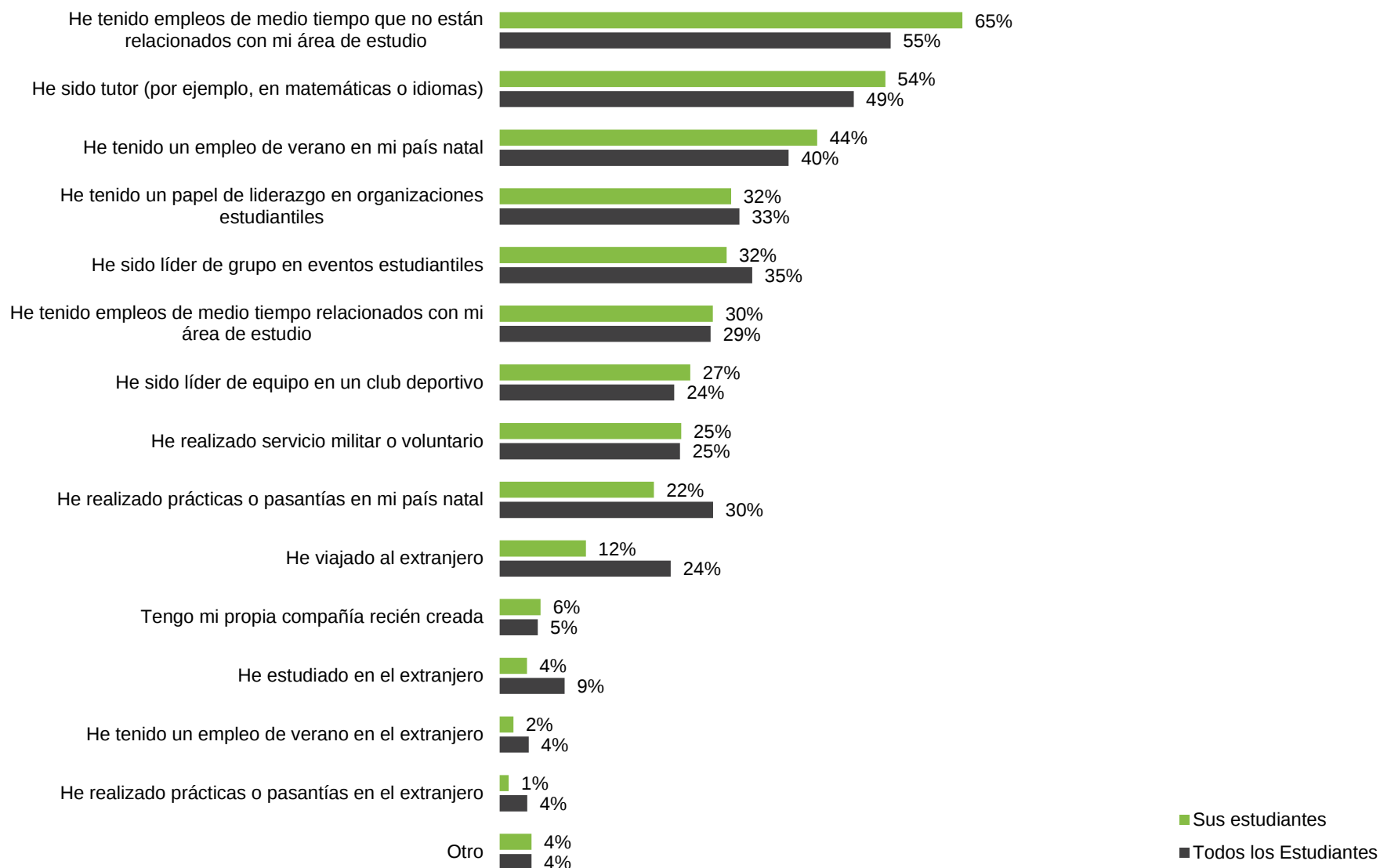
Experiencia práctica



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

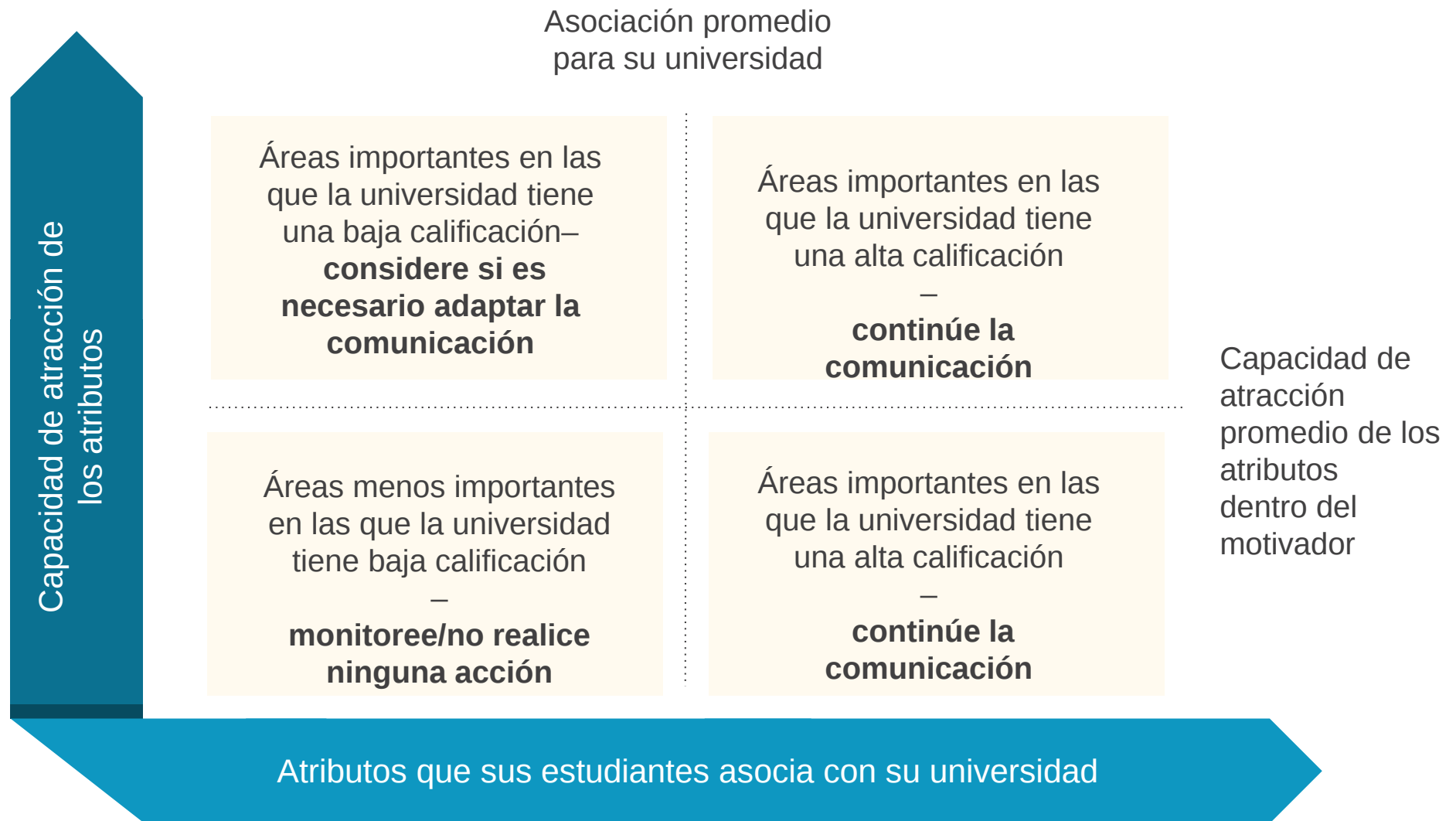
EMPLEABILIDAD Y FUTURAS OPORTUNIDADES

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

EMPLEABILIDAD Y FUTURAS OPORTUNIDADES

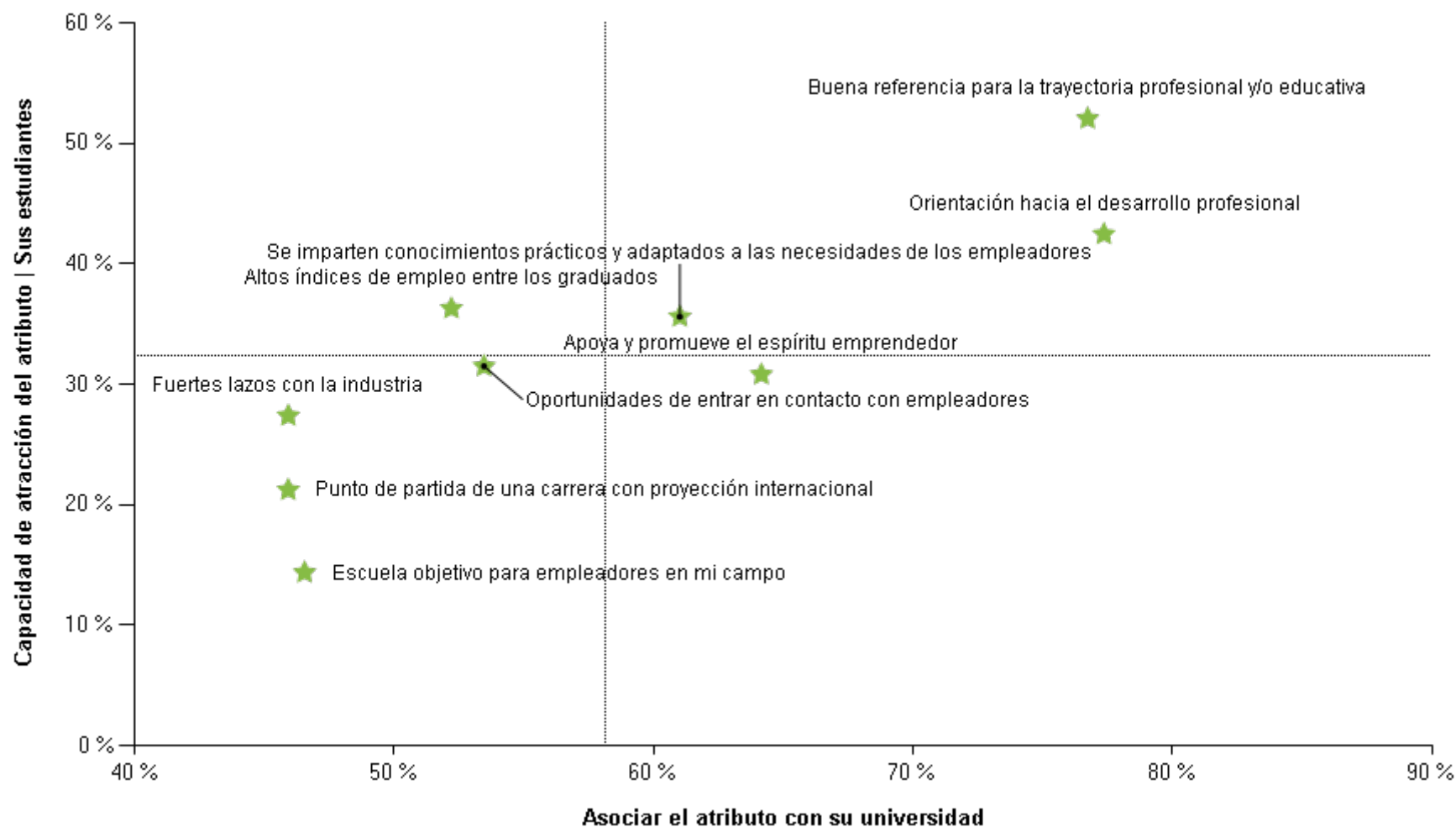
- 
1. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
 2. Altos índices de empleo entre los graduados
 3. Orientación hacia el desarrollo profesional

Atractividad vs. asociaciones



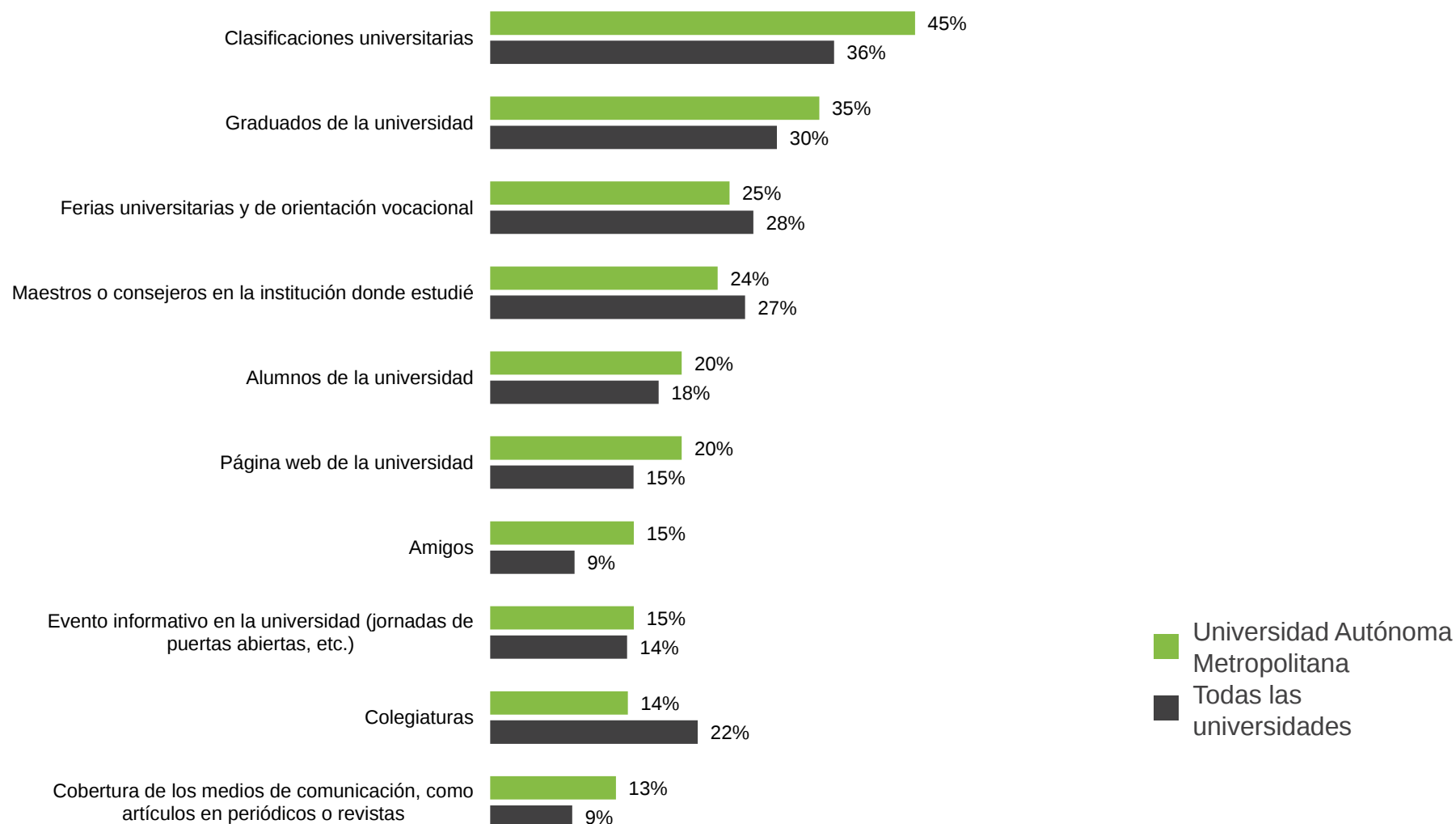
Empleabilidad y Futuras Oportunidades

Atractividad vs. asociaciones con Universidad Autónoma Metropolitana

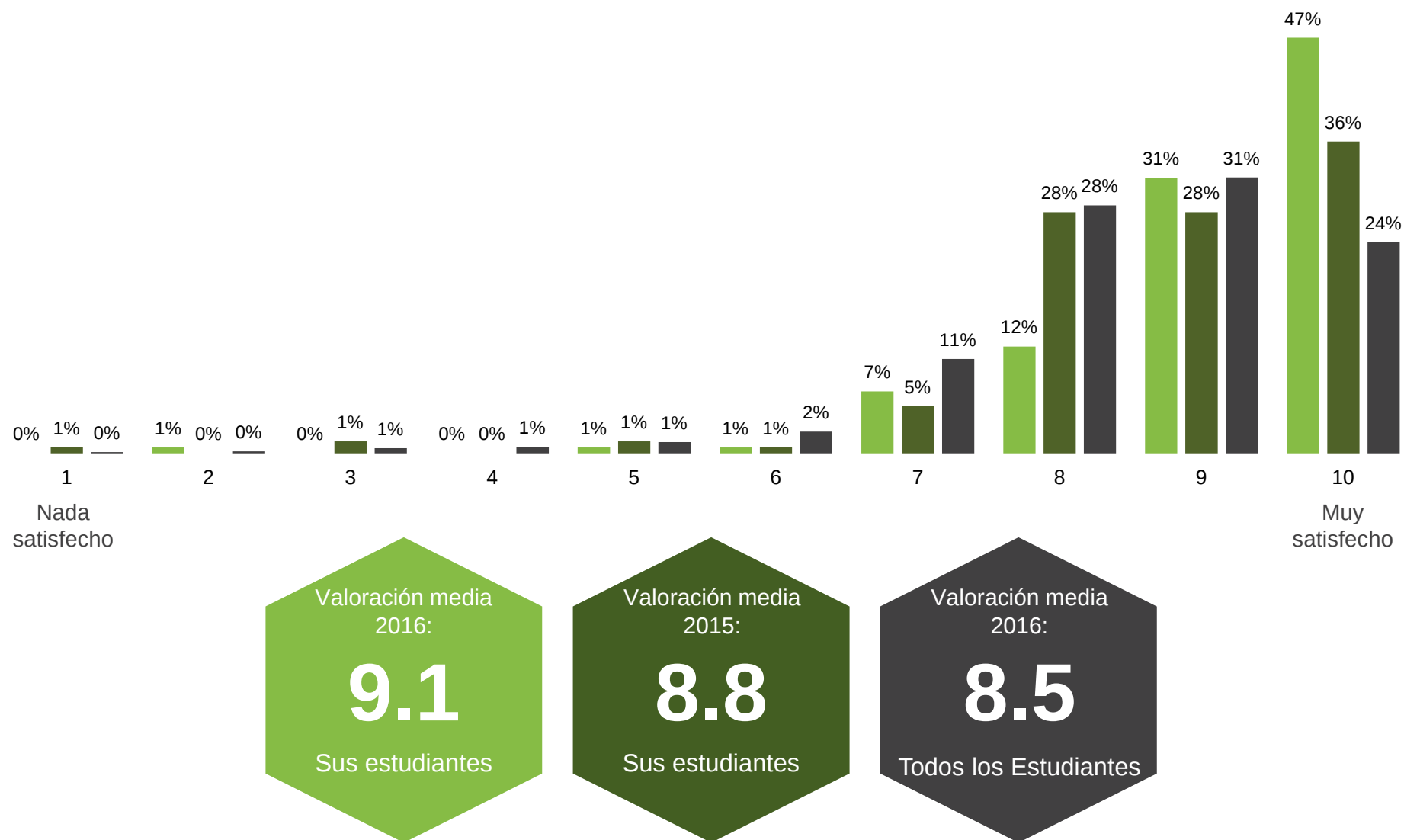


- ¿Cuáles de las siguientes características asocia con su colegio o universidad? Por favor seleccione todas las alternativas que considere convenientes.
- ¿Cuáles de estas características considera más atractivas? (Máx. 3)

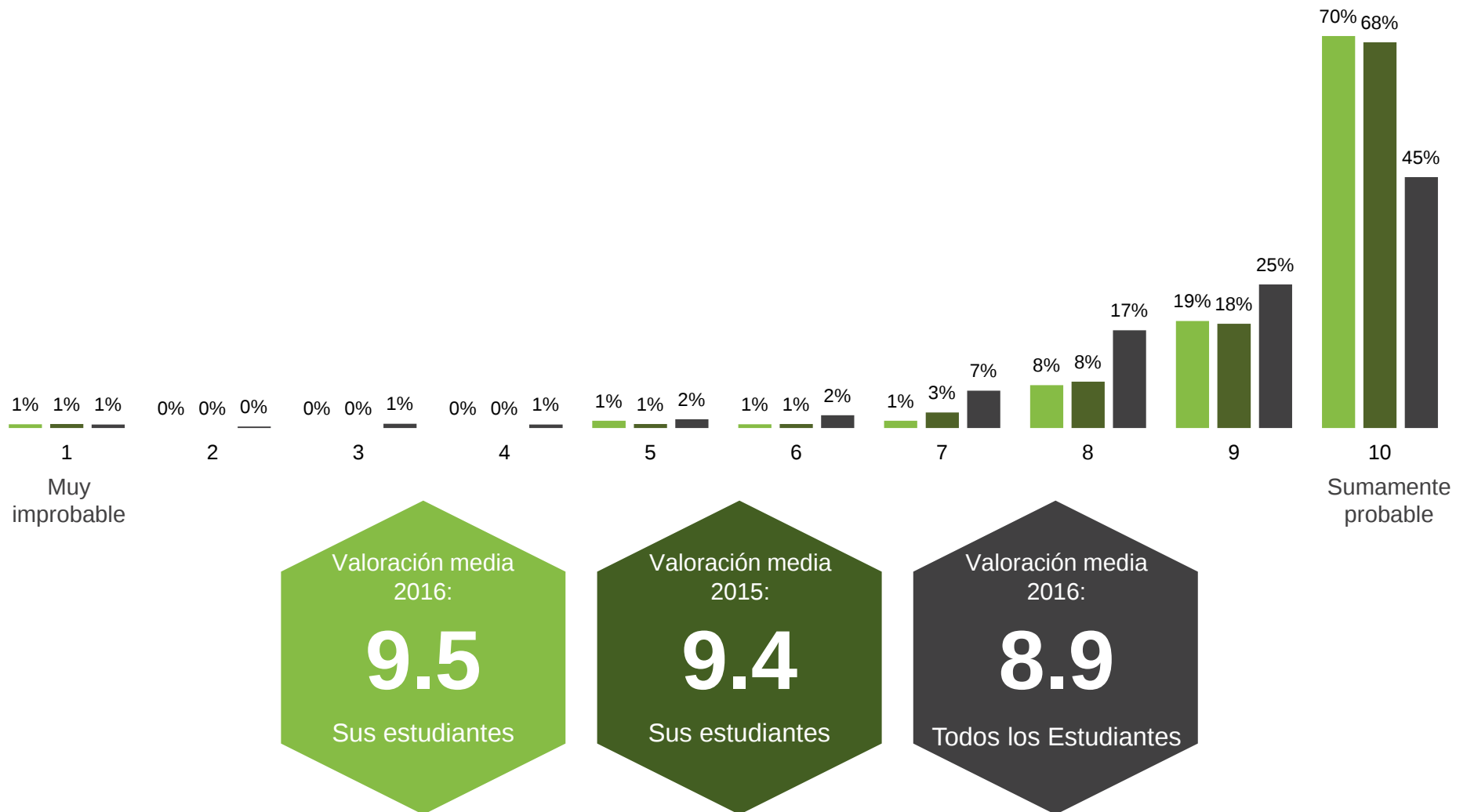
¿Qué factores tuvieron mayor influencia en sus estudiantes al elegir su universidad?



¿Cuán satisfechos están sus estudiantes con usted?

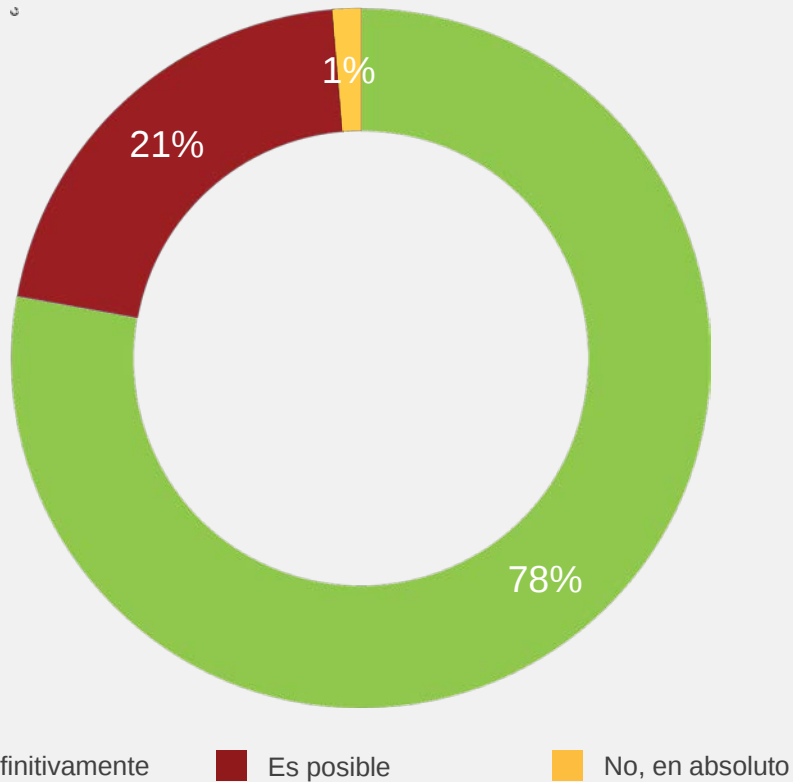


¿sus estudiantes recomendarían Universidad Autónoma Metropolitana a un amigo o familiar?

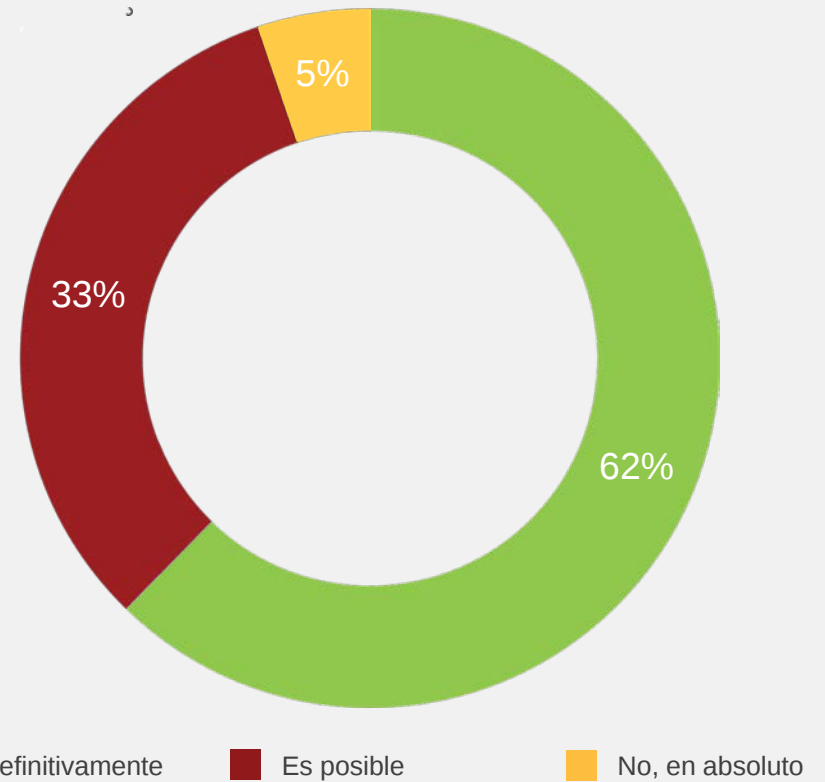


Si sus estudiantes tuviesen la oportunidad de estudiar de nuevo, ¿elegirían Universidad Autónoma Metropolitana?

Sus estudiantes

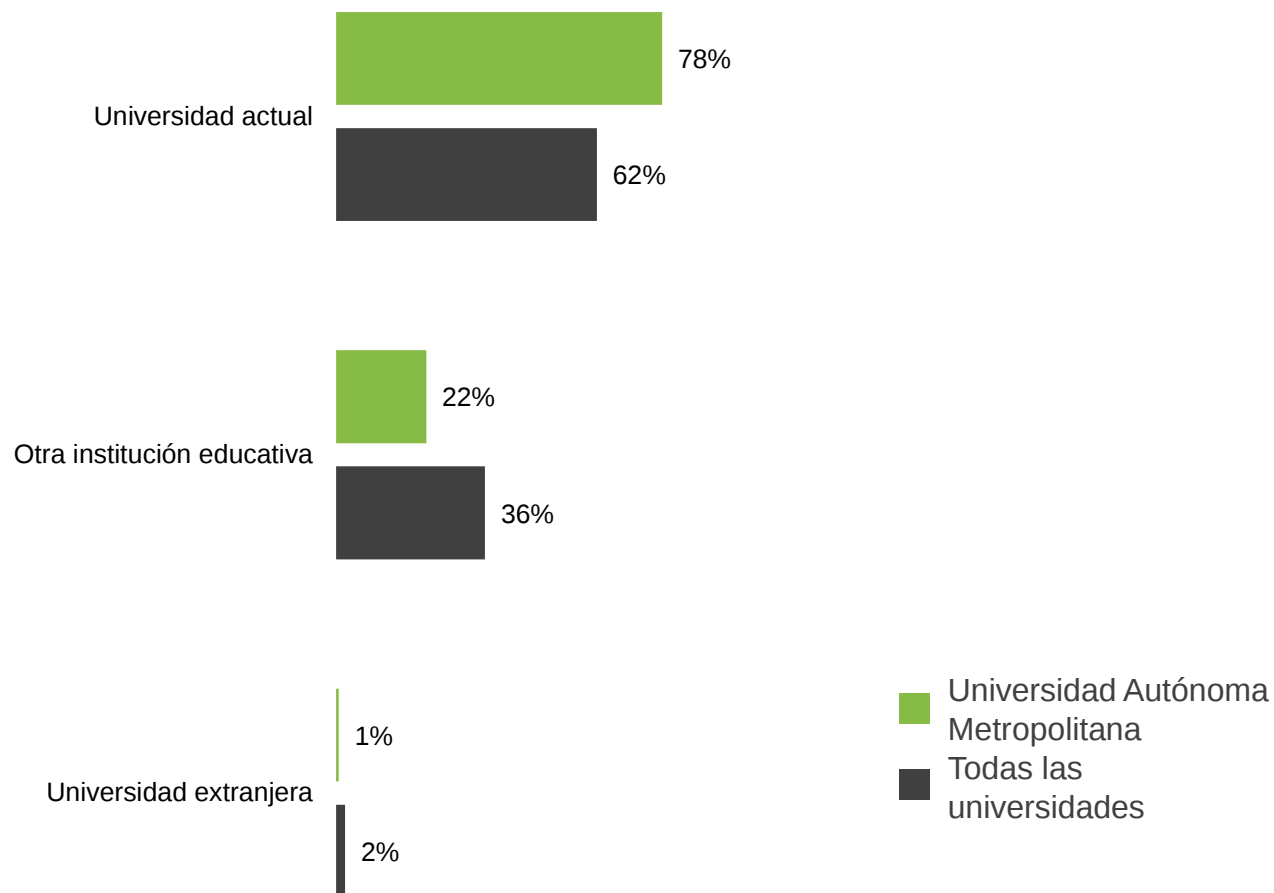


Todas las universidades



- 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...



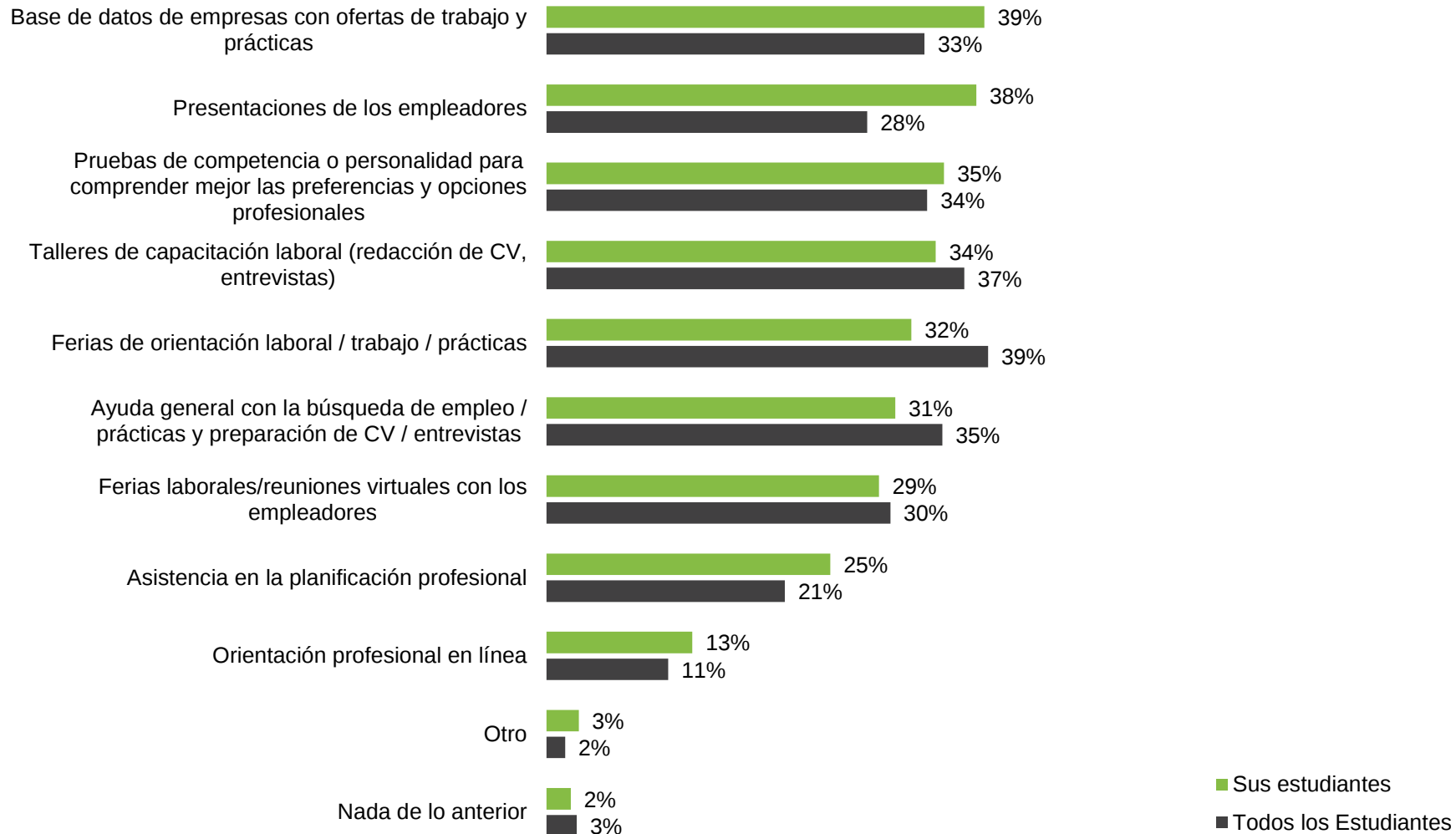
Si sus estudiantes pudieran estudiar de nuevo, escogerían...

Universidad	Ranking	Porcentaje
Universidad Nacional Autónoma de México	1	34%
Instituto Politécnico Nacional	2	29%
Tec de Monterrey, Campus Estado de México	3	9%
Tec de Monterrey, Campus Monterrey	3	9%
Tec de Monterrey, Campus Ciudad de México	5	3%
Tec de Monterrey, Campus Santa Fé	5	3%
Tec de Monterrey, Campus Toluca	5	3%
Universidad del Valle de México	5	3%
Universidad extranjera	5	3%
Universidad Iberoamericana	5	3%

22%

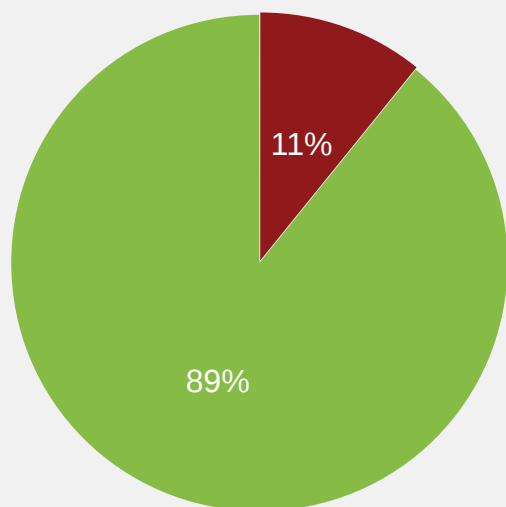
de sus estudiantes
escogerían otra Universidad
si tuviesen la oportunidad de
volver a elegir.
El cuadro muestra las
preferidas.

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



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

Universidad Autónoma Metropolitana



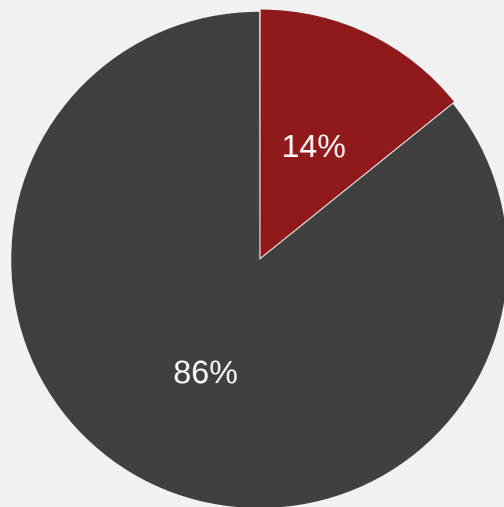
- Proporción de estudiantes que usan uno o más servicios de carrera en su universidad
- Proporción de estudiantes que no usan ningún servicio de carrera en su universidad



- ¿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

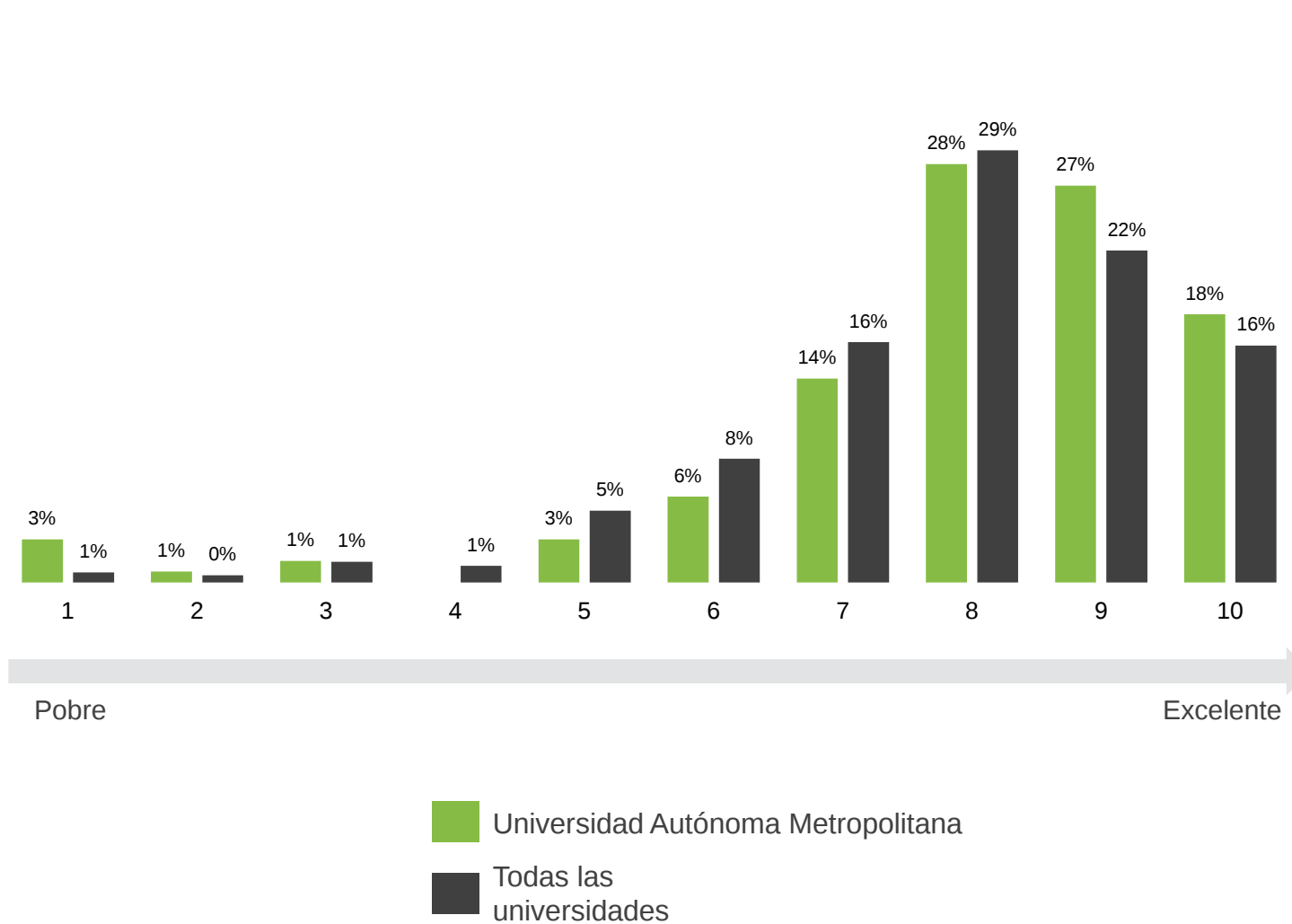


- Proporción de estudiantes que usan uno o más servicios de carrera en su universidad
- Proporción de estudiantes que no usan ningún servicio de carrera en su universidad



- ¿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?



SATISFACCIÓN
PROMEDIO:

8.0

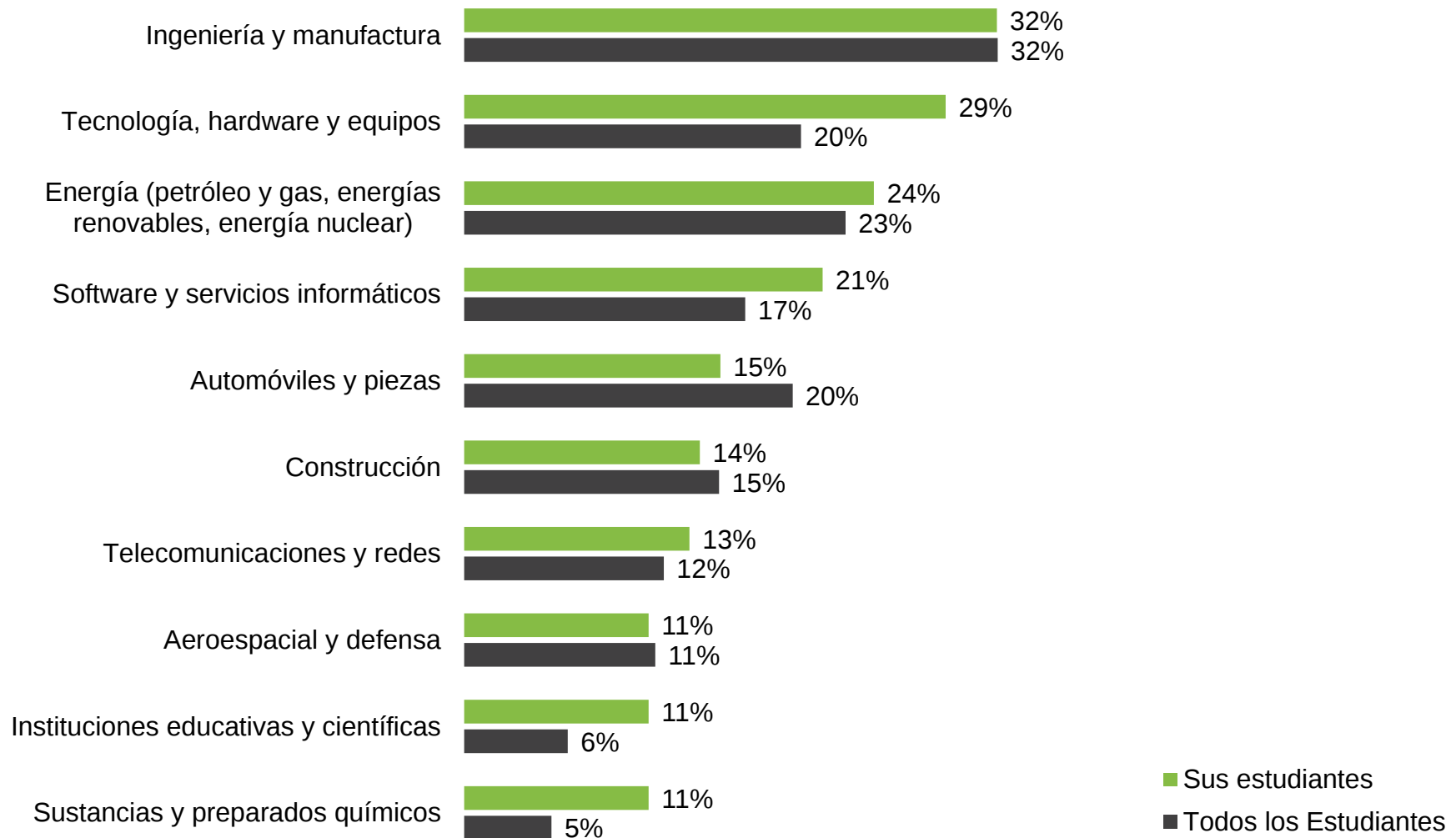
7.9

Programa

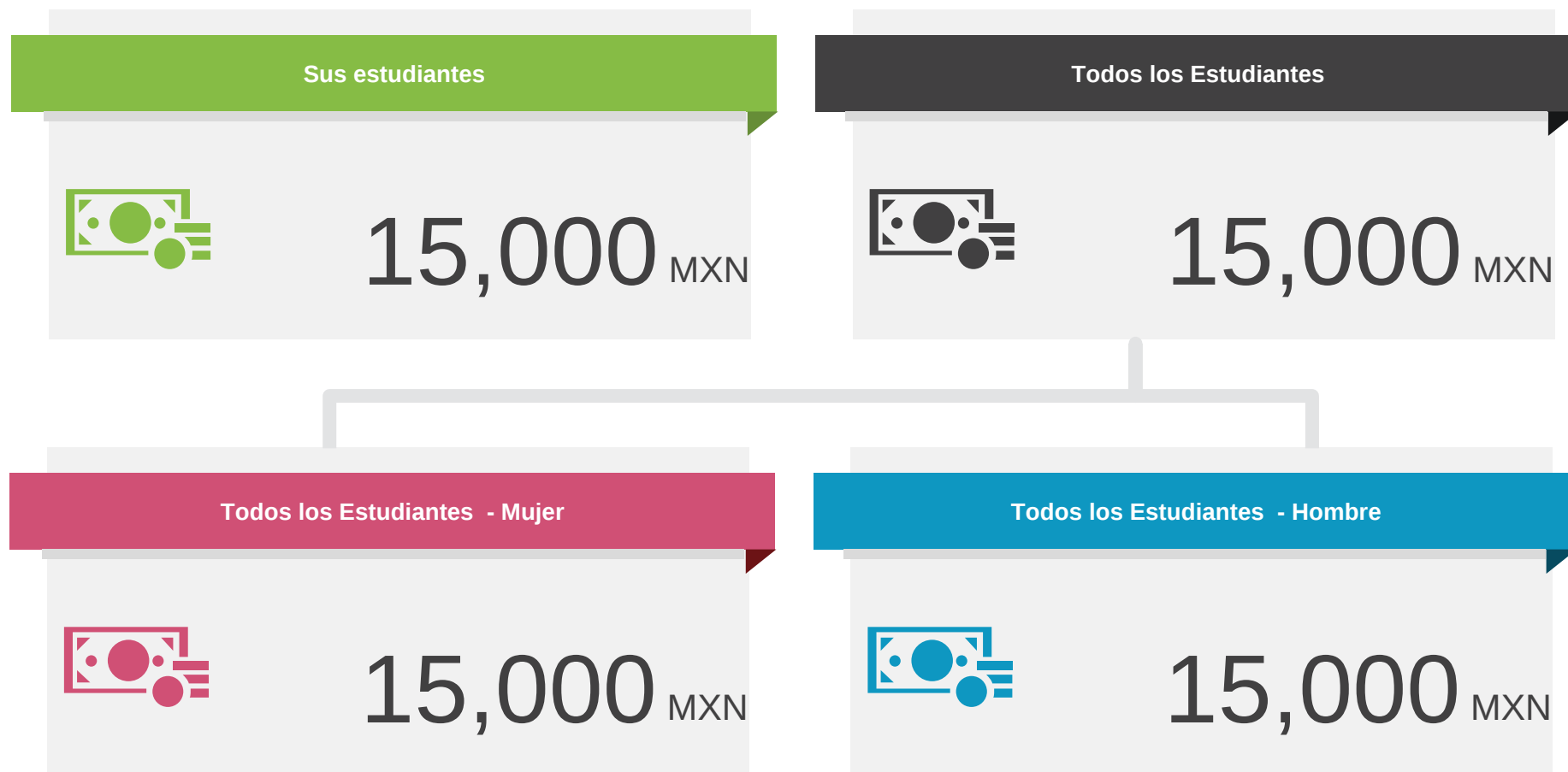
- 1 RESUMEN EJECUTIVO
- 2 PERFIL DE TALENTOS
- 3 PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD
- 4 PREFERENCIAS DE CARRERA Y EMPLEADOR

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.

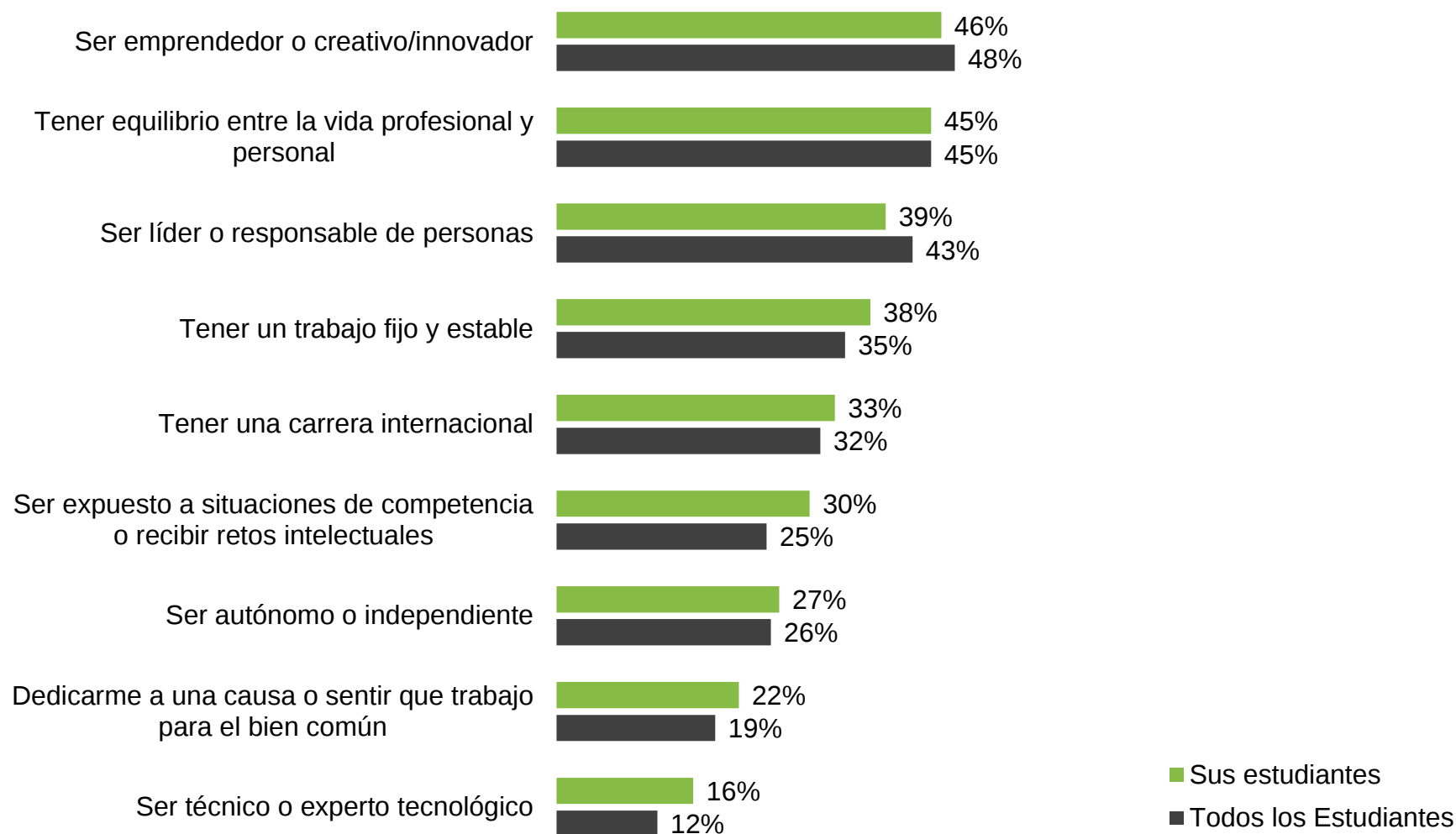
Industrias más preferidas de los estudiantes



Salario mensual esperado de los estudiantes

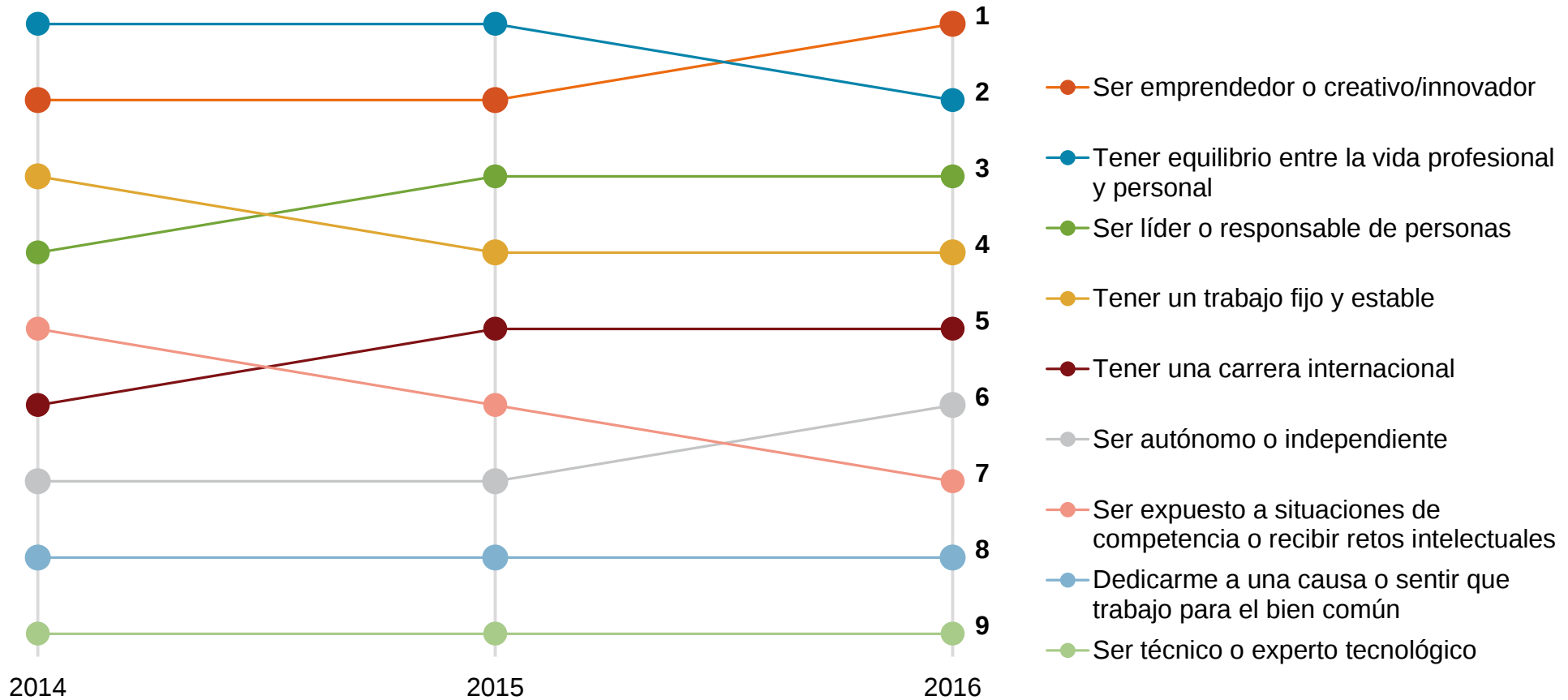


“Ser emprendedor o creativo/innovador” es el objetivo a largo plazo más importante



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



“Innovación” es el atributo más importante para sus estudiantes

Sus estudiantes

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

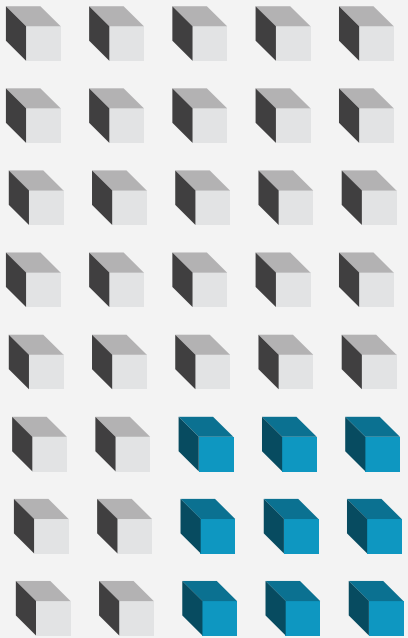
-  Gente y cultura
-  Características del trabajo

- ¿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 | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio
Pemex	1	39.27%	 0	Coca-Cola FEMSA	10	25.74%	 -8
Gobierno Federal	2	28.05%	Nuevo -	Nissan	10	25.74%	 -5
Google	2	28.05%	 7	Audi	13	25.08%	 2
Sony	4	27.72%	 4	CFE - Comisión Federal de Electricidad	14	24.75%	 -11
Microsoft	5	27.06%	 6	IBM	14	24.75%	 4
PepsiCo	6	26.73%	 14	Grupo Modelo	16	24.42%	 -6
Samsung	6	26.73%	 -2	Ford Motor Company	17	23.76%	 6
Nestlé	8	26.07%	 8	General Motors	17	23.76%	 -4
The Coca-Cola Company	8	26.07%	 -3	Grupo Carso	19	23.43%	 -8
Cemex	10	25.74%	 18	Volkswagen Group	19	23.43%	 -6

Ranking de empleador ideal | 20 principales

Sus estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio
Pemex	1	24.58%	0	Bayer	11	8.97%	17
Google	2	16.28%	1	Sony	12	8.64%	6
Microsoft	3	13.62%	-1	Grupo Modelo	13	8.31%	9
Gobierno Federal	4	12.62%	Nuevo -	General Motors	14	7.97%	12
CFE - Comisión Federal de Electricidad	5	11.96%	-1	HP	15	7.64%	7
Grupo Carso	6	10.30%	3	Ford Motor Company	16	7.31%	2
Cemex	7	9.63%	4	The Coca-Cola Company	16	7.31%	6
Samsung	7	9.63%	1	Intel	18	6.98%	Nuevo -
Audi	9	9.30%	-4	DOW Química	19	6.64%	13
IBM	9	9.30%	4	Grupo Bimbo	19	6.64%	-12

- 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 | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio
Pemex	1	6.35%	0	Procter & Gamble (P&G)	9	2.49%	-5
Gobierno Federal	2	4.54%	Nuevo -	Coca-Cola FEMSA	12	2.27%	20
Grupo Carso	3	3.85%	13	DOW Química	12	2.27%	31
Cemex	4	3.40%	3	Empresas ICA	12	2.27%	1
General Motors	4	3.40%	9	Ford Motor Company	12	2.27%	-7
Google	4	3.40%	5	The Coca-Cola Company	12	2.27%	10
Microsoft	7	3.17%	-1	Audi	17	2.04%	-14
CFE - Comisión Federal de Electricidad	8	2.72%	-6	Samsung	17	2.04%	-6
Grupo Bimbo	9	2.49%	7	Honda	19	1.59%	24
Grupo Modelo	9	2.49%	4	Intel	19	1.59%	Nuevo -

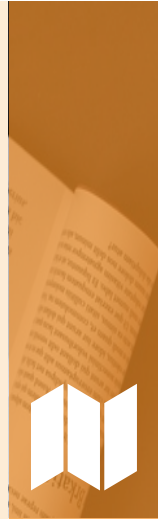


- ¿Ha solicitado o va a solicitar empleo en alguna de estas empresas/organizaciones? - Sí, he solicitado empleo / Sí, voy a solicitar empleo (estudiantes)
- Si estuviera buscando un nuevo empleo, ¿tendría en cuenta a estos empleadores? - Sí, definitivamente (profesionales)

El marco de canales de comunicación de Universum

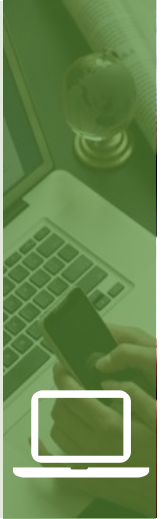
MEDIOS IMPRESOS

- 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

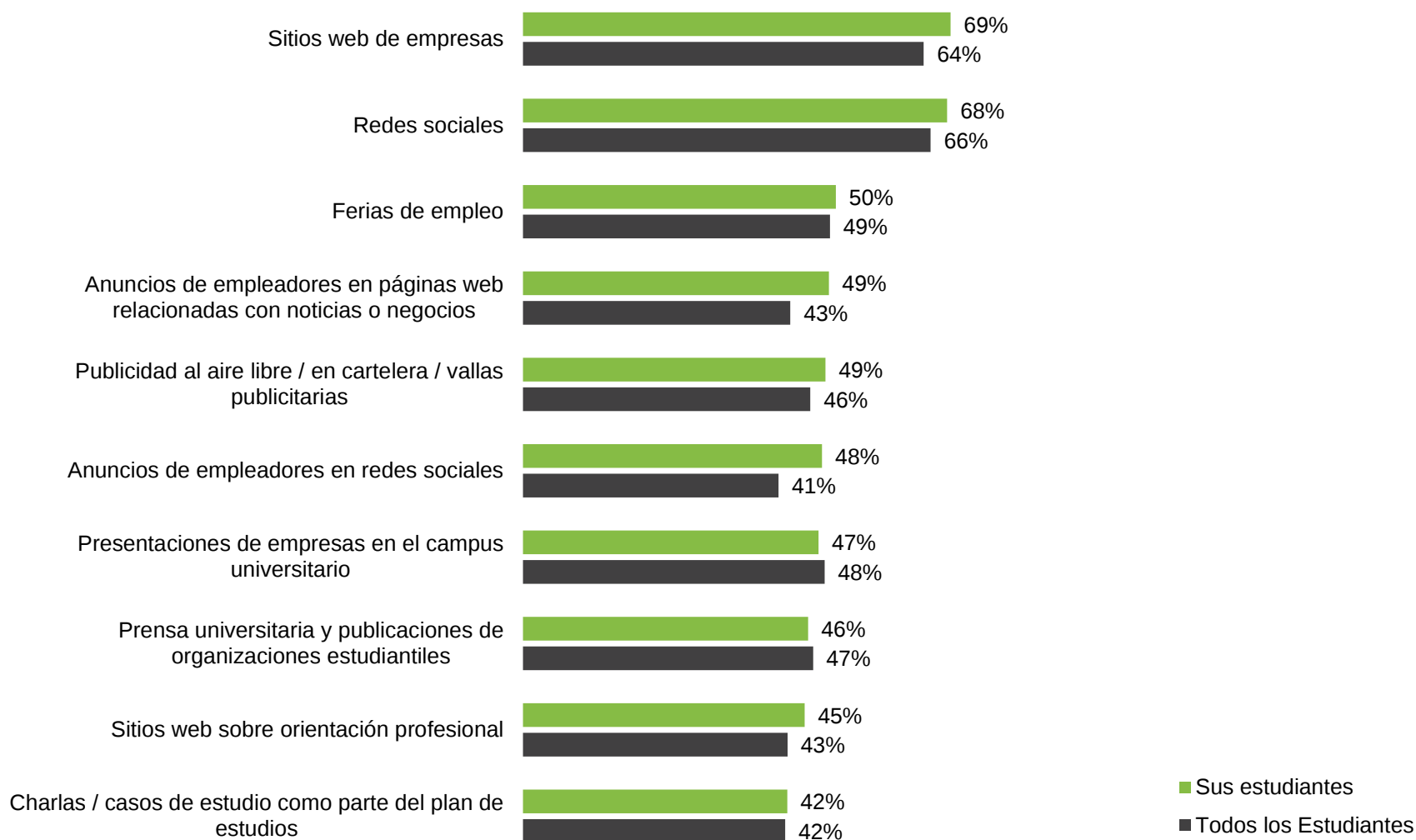


OTROS MEDIOS

- 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 | Ingeniería/TI
- 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



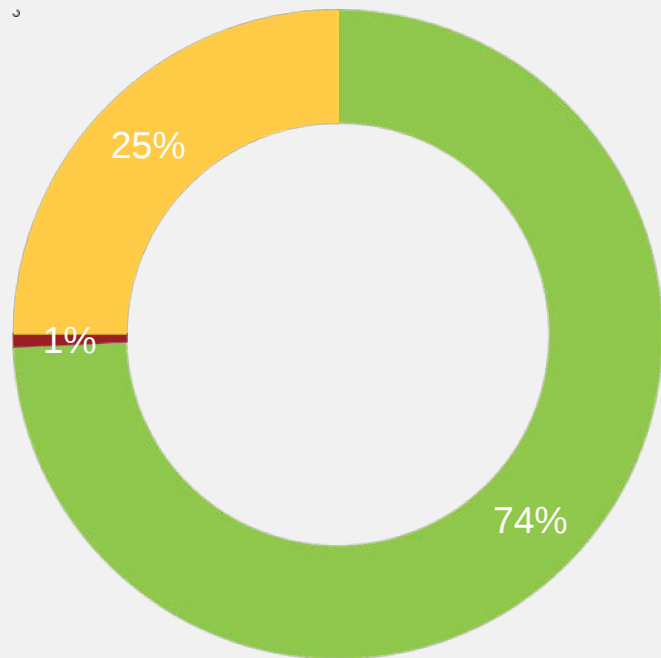
La cantidad total de
encuestados en 2015

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

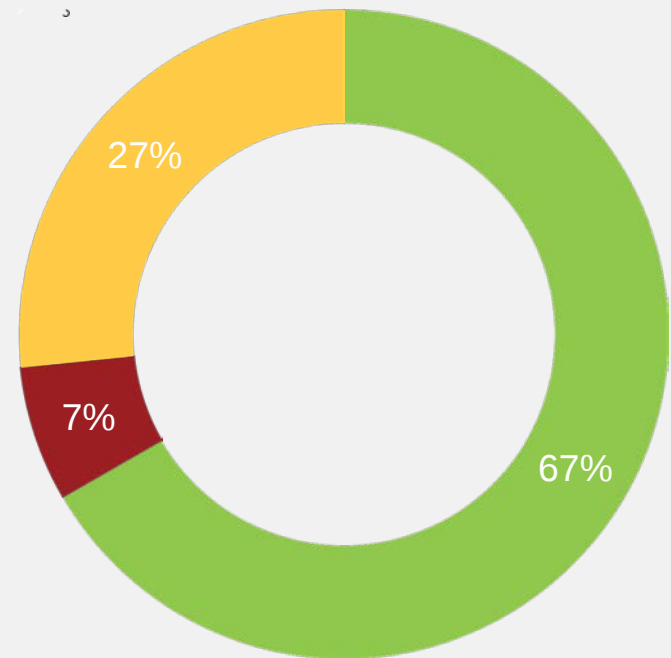


Si

No, bajo ninguna
circunstancia

Posiblemente bajo las
circunstancias correctas

Todos los estudiantes

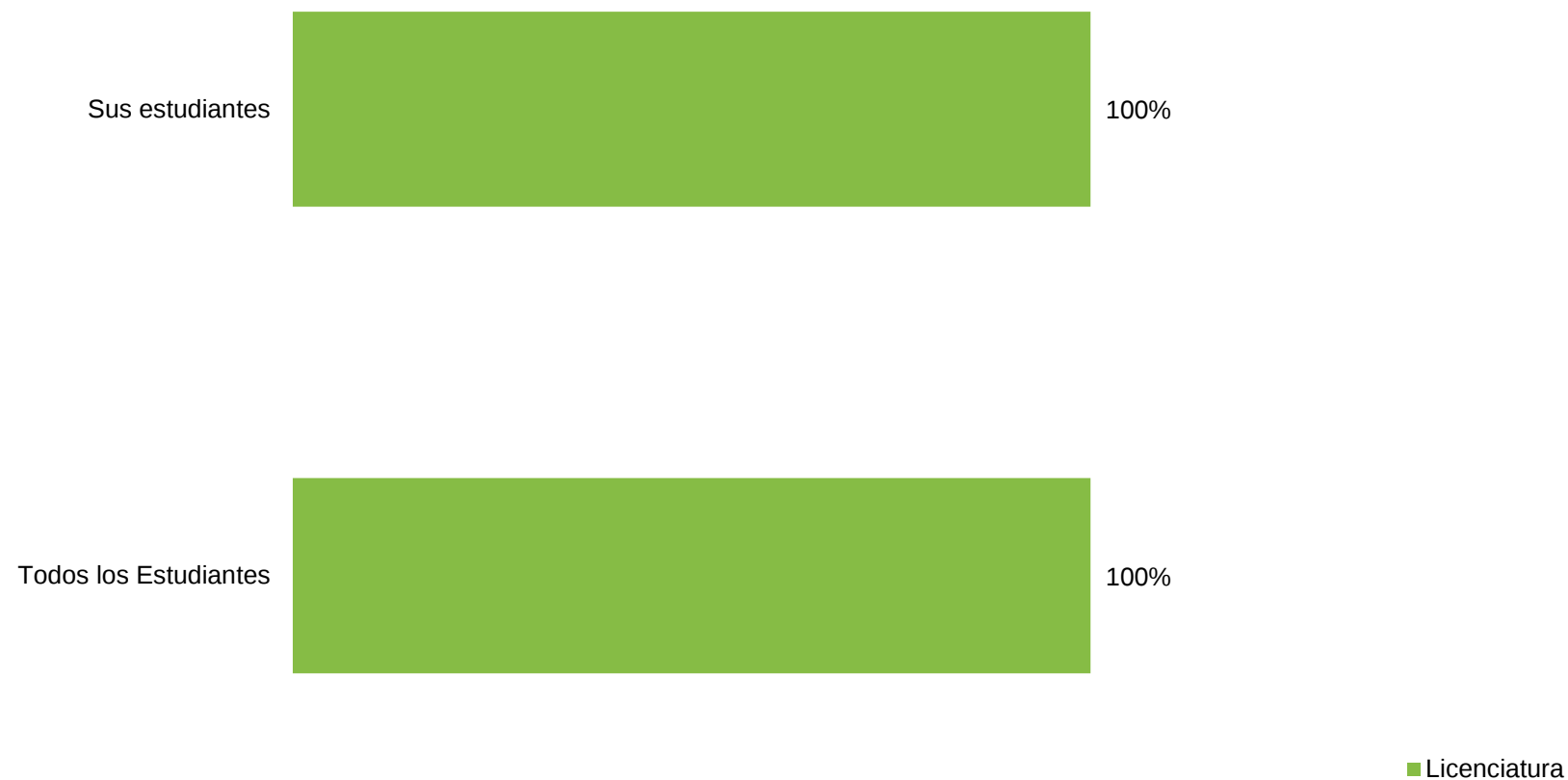


Si

No, bajo ninguna
circunstancia

Posiblemente bajo las
circunstancias correctas

Máximo nivel de estudios



Instituciones académicas (1/3)

Todos los Estudiantes

Universidad	Todos los Estudiantes	Universidad	Todos los Estudiantes
Instituto Politécnico Nacional	15.01%	Universidad Autónoma de Sinaloa	1.28%
Universidad Autónoma de Nuevo León	7.86%	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente	1.01%
Universidad Nacional Autónoma de México	6.83%	Instituto Tecnológico de San Luis Potosí	0.92%
Universidad de Guadalajara	6.51%	Universidad Iberoamericana	0.91%
Universidad Autónoma Metropolitana	5.35%	Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	0.80%
Universidad Veracruzana	4.50%	Universidad Autónoma de Aguascalientes	0.77%
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	3.65%	Instituto Tecnológico de Tijuana	0.74%
Universidad Autónoma de Baja California	3.26%	Universidad Tecnológica de Querétaro	0.71%
Universidad Tecnológica de México	2.48%	Instituto Tecnológico de Nuevo Laredo	0.71%
Universidad Michoacana de San Nicolás	2.41%	Tec de Monterrey, Campus Guadalajara	0.63%
Universidad Autónoma de San Luis Potosí	2.38%	Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	0.62%
Tec de Monterrey, Campus Monterrey	2.27%	Tec de Monterrey, Campus Puebla	0.61%
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez	1.86%	Universidad Autónoma de Querétaro	0.59%
Universidad de Sonora	1.80%	Tec de Monterrey, Campus Querétaro	0.58%
Universidad del Valle de México	1.57%	Instituto Tecnológico de Ciudad Madero	0.57%
Instituto Tecnológico de Puebla	1.46%	Tec de Monterrey, Campus Estado de México	0.57%
Universidad Autónoma del Estado de México	1.41%		

- ?
- ¿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
Tec de Monterrey, Campus Ciudad de México	0.55%	Tec de Monterrey, Campus Santa Fé	0.27%
Universidad La Salle Bajío	0.50%	Universidad Autónoma de Chapingo	0.26%
Universidad Autónoma de Guadalajara	0.49%	Universidad Autónoma del Estado de Morelos	0.26%
Universidad de Monterrey	0.47%	Universidad Panamericana, Campus Guadalajara	0.22%
Universidad La Salle	0.47%	Universidad Autónoma de Tamaulipas	0.20%
Universidad Anáhuac, México Norte	0.44%	Tec de Monterrey, Campus Laguna	0.20%
Universidad Autónoma de Yucatán	0.40%	Universidad Iberoamericana, Campus León	0.20%
Universidad de Guanajuato	0.40%	Universidad Olmeca	0.17%
Instituto Tecnológico de Sonora	0.37%	Universidad del Valle de México, Campus Querétaro	0.17%
Universidad de Las Américas Puebla	0.36%	Universidad Cristóbal Colón (Veracruz)	0.17%
Instituto Tecnológico de Cancún	0.34%	Tec de Monterrey, Campus San Luis Potosí	0.16%
Tec de Monterrey, Campus Toluca	0.34%	Tec de Monterrey, Campus Sonora Norte	0.14%
Universidad Panamericana	0.34%	Cetys Universidad	0.14%
Universidad Regiomontana	0.34%	Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas	0.13%
Universidad Iberoamericana, Puebla	0.30%	Tec de Monterrey, Campus León	0.13%
Universidad Tecnológica de Puebla	0.29%	Tec de Monterrey, Campus Cuernavaca	0.12%
Tec de Monterrey, Campus Chihuahua	0.28%		

- ¿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 Saltillo	0.11%	Universidad del Valle de México, Campus Tampico	0.06%
Tec de Monterrey, Campus Morelia	0.10%	Universidad Iberoamericana, Campus Tijuana	0.06%
Universidad Panamericana, Campus Aguascalientes	0.10%	Tec de Monterrey, Campus Zacatecas	0.05%
Tec de Monterrey, Campus Aguascalientes	0.10%	Universidad Tec Milenio, Campus Ciudad de México	0.03%
Tec de Monterrey, Campus Hidalgo	0.10%	Universidad del ISTMO	0.03%
Instituto Tecnológico Autónomo de México	0.10%	Universidad del Valle de México, Campus Reynosa	0.03%
Universidad La Salle, Campus Laguna	0.10%	Universidad del Valle de México, Campus Torreón	0.03%
Universidad La Salle Noroeste	0.09%	Tec de Monterrey, Campus Irapuato	0.03%
Tec de Monterrey, Campus Tampico	0.09%	Universidad del Valle de México, Campus Matamoros	0.02%
Universidad Anáhuac Mayab	0.09%	Tec de Monterrey, Campus Chiapas	0.01%
Universidad Iberoamericana, Torreón	0.09%	Universidad del Noreste	0.01%
Tec de Monterrey, Campus Ciudad Juárez	0.08%	Universidad Anáhuac, Campus Querétaro	0.01%
Universidad Anáhuac, México Sur	0.08%	Universidad Anáhuac Cancún	0.01%
Tec de Monterrey, Campus Sinaloa	0.07%	Universidad de Las Américas DF	0.01%
Universidad del Valle de México, Campus Monterrey	0.06%	Centro de Estudios Superiores CTM Mérida	0.01%
Universidad Tec Milenio, Campus Monterrey	0.06%	Otro	5.89%
Tec de Monterrey, Campus Central de Veracruz	0.06%		

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

Áreas de estudio

Todos los Estudiantes | Ingeniería (1/1)

Área de estudio	Todos los Estudiantes	Área de estudio	Todos los Estudiantes
Ingeniería Industrial y Administración	15%	Física de Materiales/Tecnología de Materiales	5%
Ingeniería Electrónica/Eléctrica	15%	Bioingeniería/Tecnología Biológica	5%
Ingeniería Civil	14%	Ingeniería Energética	4%
Ingeniería Mecánica	13%	Telecomunicaciones	4%
Ingeniería Química	11%	Ingeniería de Alimentos	4%
Mecatrónica	10%	Tecnología de Procesos	4%
Ingeniería o Ciencias en Sistemas/Sistemas Computacionales	10%	Ingeniería Biomédica	3%
Arquitectura	9%	Aeronáutica/Ingeniería Aeroespacial	3%
Ingeniería Ambiental	7%	Ingeniería Petroquímica	2%
Diseño Industrial	6%	Ingeniería Agraria	2%
Ingeniería en Diseño	6%	Ingeniería Forestal	1%
Ingeniería Automotriz	6%	Otra (Ingeniería)	10%
Ingeniería en Automática y Electrónica Industrial	5%		

Áreas de estudio

Todos los Estudiantes | TI (1/1)

Área de estudio	Todos los Estudiantes	Área de estudio	Todos los Estudiantes
Ingeniería de Software	57%	Análisis y Diseño de Sistemas de Negocios	29%
Sistemas de Información	54%	Sistemas Informáticos de Negocios	22%
Redes / Telecomunicaciones	54%	Inteligencia Artificial	19%
Ciencias Computacionales	50%	Sistemas de Negocios en Línea	12%
Seguridad en TI	36%	Publicaciones Electrónicas	10%
Gestión de la Información	34%	Otra (TI)	6%

Ranking de empleador considerado | Principales 30

Todos los Estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio
Pemex	1	36.76%	↔ 0	Cemex	16	22.01%	↑ 3
Audi	2	29.61%	↑ 2	Coca-Cola FEMSA	17	21.40%	↓ -1
Google	3	29.00%	↓ -1	Gobierno Federal	18	21.14%	Nuevo -
Microsoft	4	28.05%	↓ -1	LG Electronics	19	20.96%	↓ -1
Volkswagen Group	5	27.08%	↔ 0	General Electric (GE)	20	20.69%	↓ -3
Samsung	6	25.99%	↑ 1	Intel	21	20.08%	Nuevo -
CFE - Comisión Federal de Electricidad	7	25.81%	↓ -1	IBM	22	19.09%	↓ -2
Toyota	8	25.17%	↔ 0	HP	23	18.70%	↓ -2
Sony	9	24.00%	↑ 1	Grupo Modelo	24	18.02%	↑ 2
Nissan	10	23.86%	↓ -1	AT&T	25	17.95%	Nuevo -
General Motors	11	23.11%	↑ 1	Caterpillar	26	17.94%	↑ 2
BMW Group	12	22.91%	↑ 3	Nestlé	27	17.93%	↔ 0
Ford Motor Company	13	22.72%	↔ 0	Grupo Bimbo	28	17.74%	↓ -3
The Coca-Cola Company	14	22.70%	↔ 0	PepsiCo	29	17.48%	↑ 5
Honda	15	22.66%	↓ -4	Aeroméxico	30	17.35%	↓ -8

Ranking de empleador ideal | 30 principales

Todos los Estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio
Pemex	1	21.04%	↔ 0	Sony	16	5.99%	↓ -6
Google	2	17.50%	↔ 0	The Coca-Cola Company	17	5.91%	↓ -3
Microsoft	3	13.43%	↔ 0	Toyota	18	5.83%	↓ -3
CFE - Comisión Federal de Electricidad	4	13.03%	↔ 0	Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	19	5.34%	↑ 12
Audi	5	12.85%	↔ 0	Siemens	20	5.28%	↑ 9
Gobierno Federal	6	11.16%	Nuevo -	Aeroméxico	21	5.23%	↓ -3
Volkswagen Group	7	9.15%	↓ -1	Grupo Modelo	22	5.23%	↑ 10
BMW Group	8	8.51%	↔ 0	Caterpillar	23	5.14%	↓ -6
Cemex	9	8.15%	↔ 0	Grupo Carso	24	4.96%	↑ 2
Intel	10	7.58%	Nuevo -	Empresas ICA	25	4.93%	↑ 2
Samsung	11	6.97%	↓ -4	Nestlé	26	4.90%	↑ 2
IBM	12	6.55%	↑ 1	Cisco Systems	27	4.89%	↓ -2
Ford Motor Company	13	6.36%	↓ -2	Facebook	28	4.76%	↓ -5
General Electric (GE)	14	6.33%	↑ 2	Oracle	29	4.40%	↓ -5
General Motors	15	6.27%	↓ -3	HP	30	4.35%	↓ -8

Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 30

Todos los Estudiantes | Ingeniería/TI

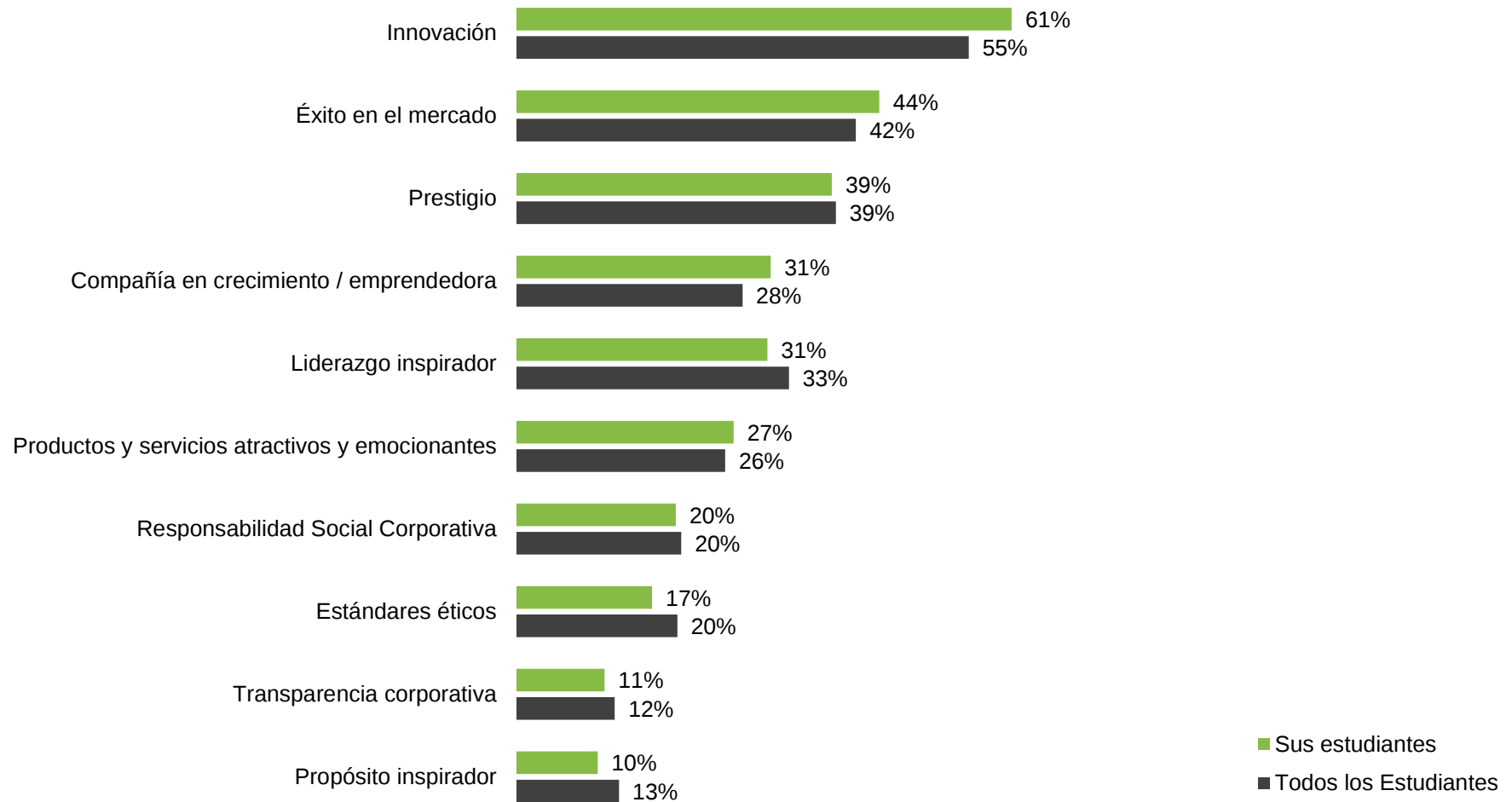
Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio	Empleador	Ranking 2016	Porcentaje 2016	Cambio
Pemex	1	6.27%	↔ 0	Grupo Carso	16	1.53%	↑ 7
Audi	2	3.89%	↑ 2	Siemens	17	1.52%	↑ 12
Google	3	3.62%	↔ 0	Empresas ICA	18	1.49%	↓ -1
CFE - Comisión Federal de Electricidad	4	3.55%	↓ -2	Nestlé	19	1.46%	↑ 6
Gobierno Federal	5	3.29%	Nuevo -	IBM	20	1.43%	↓ -4
Volkswagen Group	6	2.94%	↓ -1	The Coca-Cola Company	21	1.43%	↓ -9
Microsoft	7	2.62%	↓ -1	Schlumberger	22	1.40%	↑ 13
BMW Group	8	2.38%	↔ 0	Toyota	23	1.33%	↓ -9
Cemex	9	2.35%	↑ 1	FEMSA	24	1.26%	↑ 16
General Electric (GE)	10	2.09%	↑ 1	Samsung	25	1.24%	↓ -12
General Motors	11	1.84%	↓ -2	Caterpillar	26	1.22%	↓ -7
Ford Motor Company	12	1.82%	↓ -5	Coca-Cola FEMSA	27	1.16%	↑ 10
Cuauhtémoc Moctezuma - Heineken	13	1.77%	↑ 9	Telmex	28	1.12%	↓ -10
Intel	14	1.76%	Nuevo -	Cisco Systems	29	1.12%	↑ 4
Grupo Modelo	15	1.74%	↑ 5	Aeroméxico	30	1.11%	↓ -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)

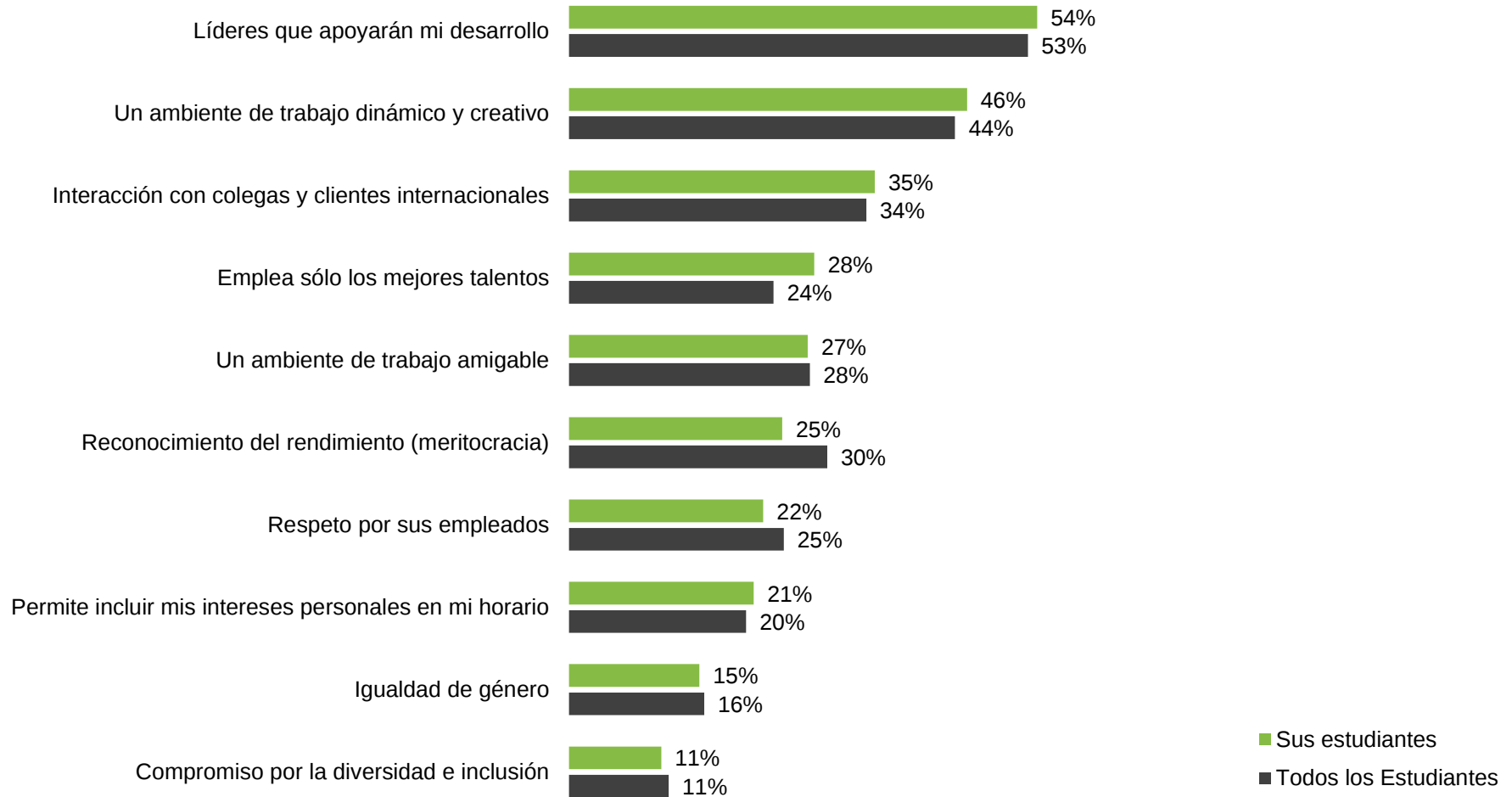
Imagen y reputación del empleador

Atributos atractivos



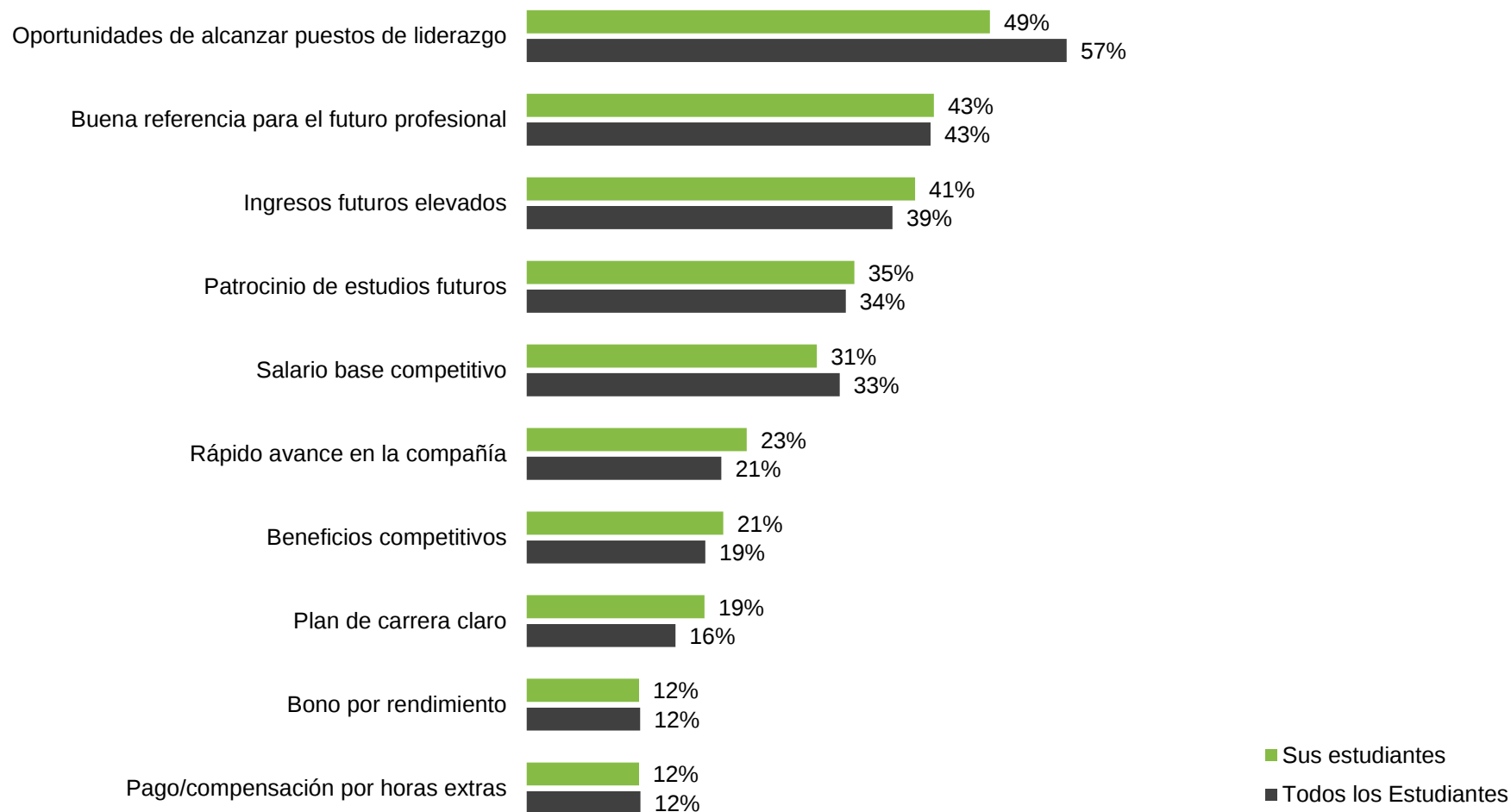
Gente y cultura

Atributos atractivos



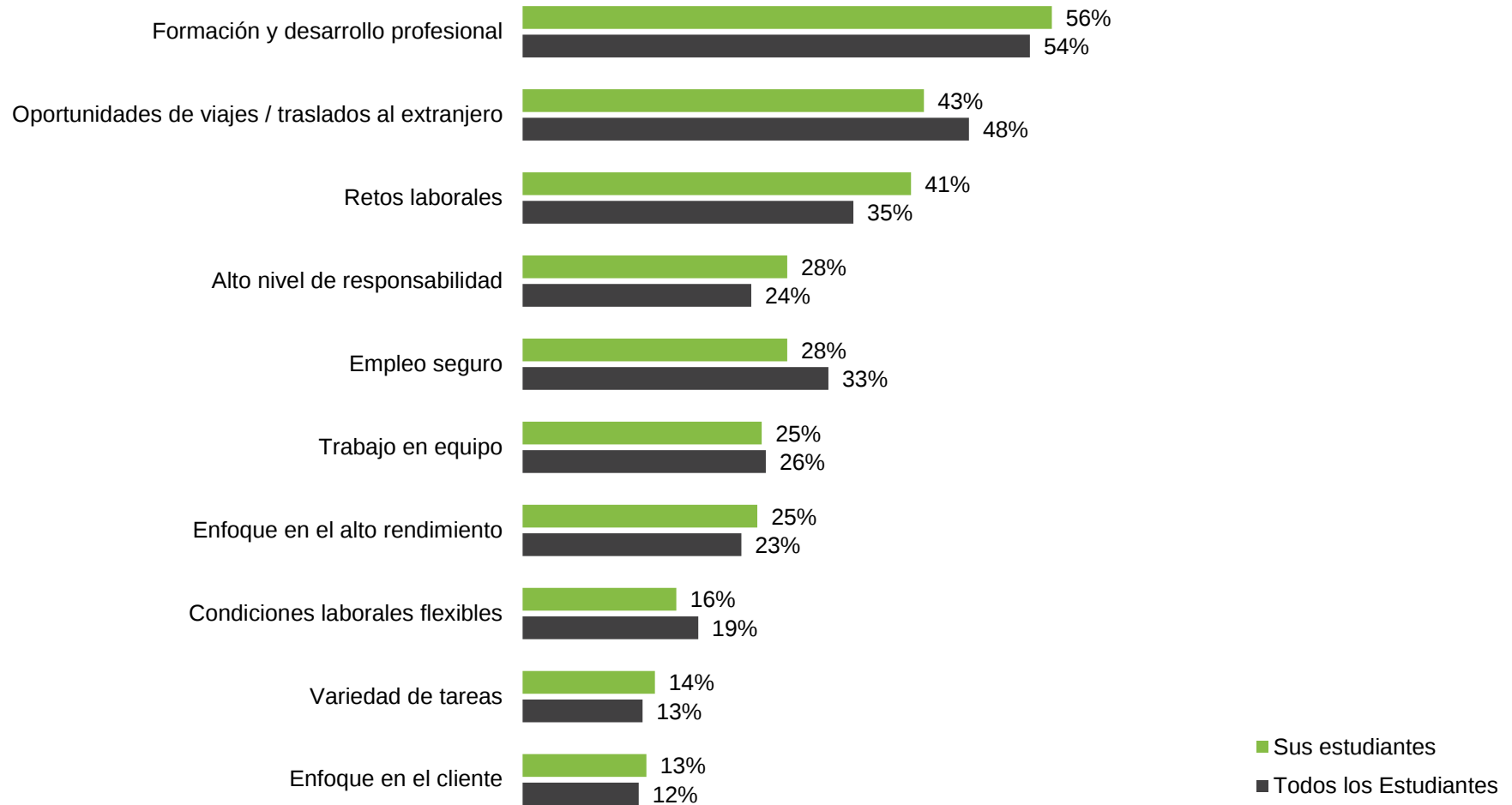
Remuneración y oportunidades de crecimiento

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?