



universum

Investigación de Talento Universum 2022

Reporte de colaborador | Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)

Investigación de Talento Universum 2022 | Estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEL TALENTO
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
4. SERVICIOS DE CARRERA
5. COMUNICACIÓN
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DE EMPLEADOR
7. RESUMEN
8. APÉNDICE

Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEL TALENTO
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
4. SERVICIOS DE CARRERA
5. COMUNICACIÓN
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DE EMPLEADOR
7. RESUMEN
8. APÉNDICE

En esta sección aprenderá:

Cómo funciona Universum

Cómo puede usar este informe

Presentación de Universum

Somos una agencia experta en **Marca Empleadora** que trabaja basándose en los datos y la información



Fundada en Suecia en 1989

Tiene su sede en Estocolmo



Ahora está presente en más de 60 mercados

Centros clave en Londres, París, Berlín, Nueva York, Singapur y Shanghái



Investigación, estrategia y activación

Para muchas de las empresas líderes mundiales

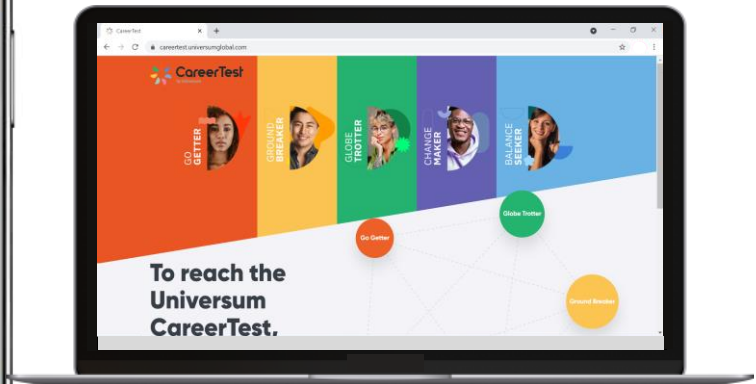
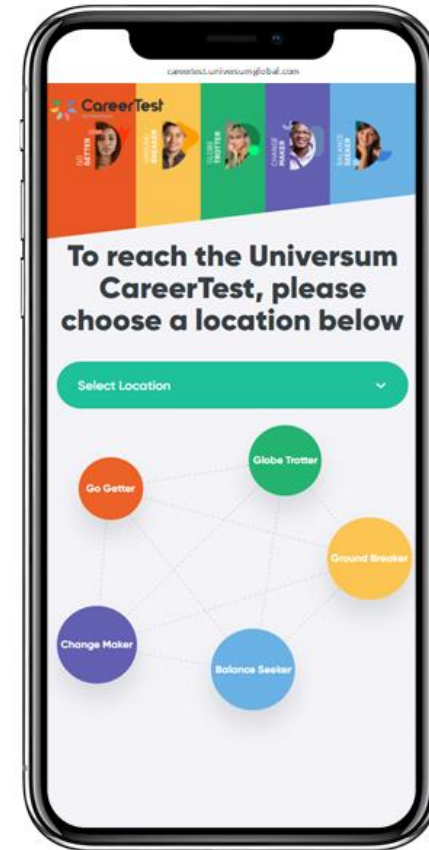
Acerca de CareerTest de Universum

Universum colabora con socios de todo el mundo para ayudar a crear un mundo más transparente en torno a la educación y la preparación profesional.

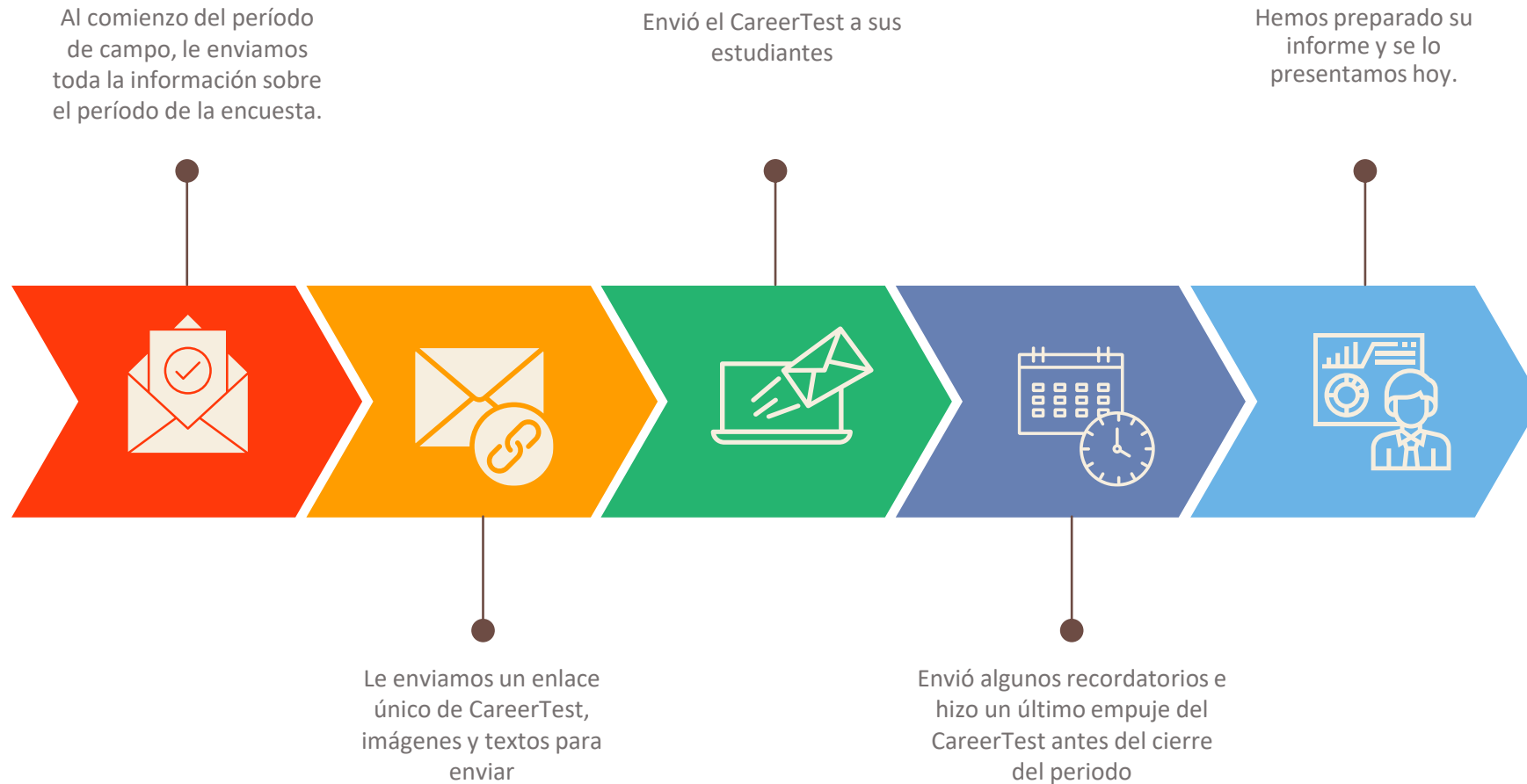
Como parte de nuestra misión de conectar el talento con el futuro, vamos directamente a la fuente utilizando nuestra herramienta insignia, **CareerTest** de Universum.

Universum colabora con socios de todo el mundo, incluidas universidades, asociaciones de estudiantes y organizaciones relacionadas.

No solo ayudamos a los socios a comprender mejor a sus estudiantes, antiguos alumnos y profesionales, sino que además ofrecemos asesoramiento profesional relevante e incluso ayudamos a los socios a aumentar la colaboración con los mejores empleadores.



¡Gracias por trabajar con nosotros este año!



Universum de un vistazo



Más de **30 años** de datos de talento global y experiencia en creación de marca de empleador.



1+ millón de encuestados hacen de nuestra encuesta, la encuesta de talento más grande del mundo.



Socios con **1700 clientes** en todo el mundo, desde campeones locales hasta gigantes globales.



Clasificación de los empleadores más atractivos publicada en más de 40 mercados.



Más de **1 década**, publicando las clasificaciones de los empleadores más atractivos del mundo.

BUSINESS INSIDER

Ranking de cobertura mediática en publicaciones líderes en más de 60 países.

ACC>SS

Plataforma online que proporciona a nuestros clientes potentes herramientas de análisis de datos.



Nuestro **octavo** año entregando nuestra encuesta de prácticas comparativas Employer Branding NOW.



Employer
Branding
Academy

+1000 profesionales de marca de empleador certificados a través de nuestra Academia

Cientes globales

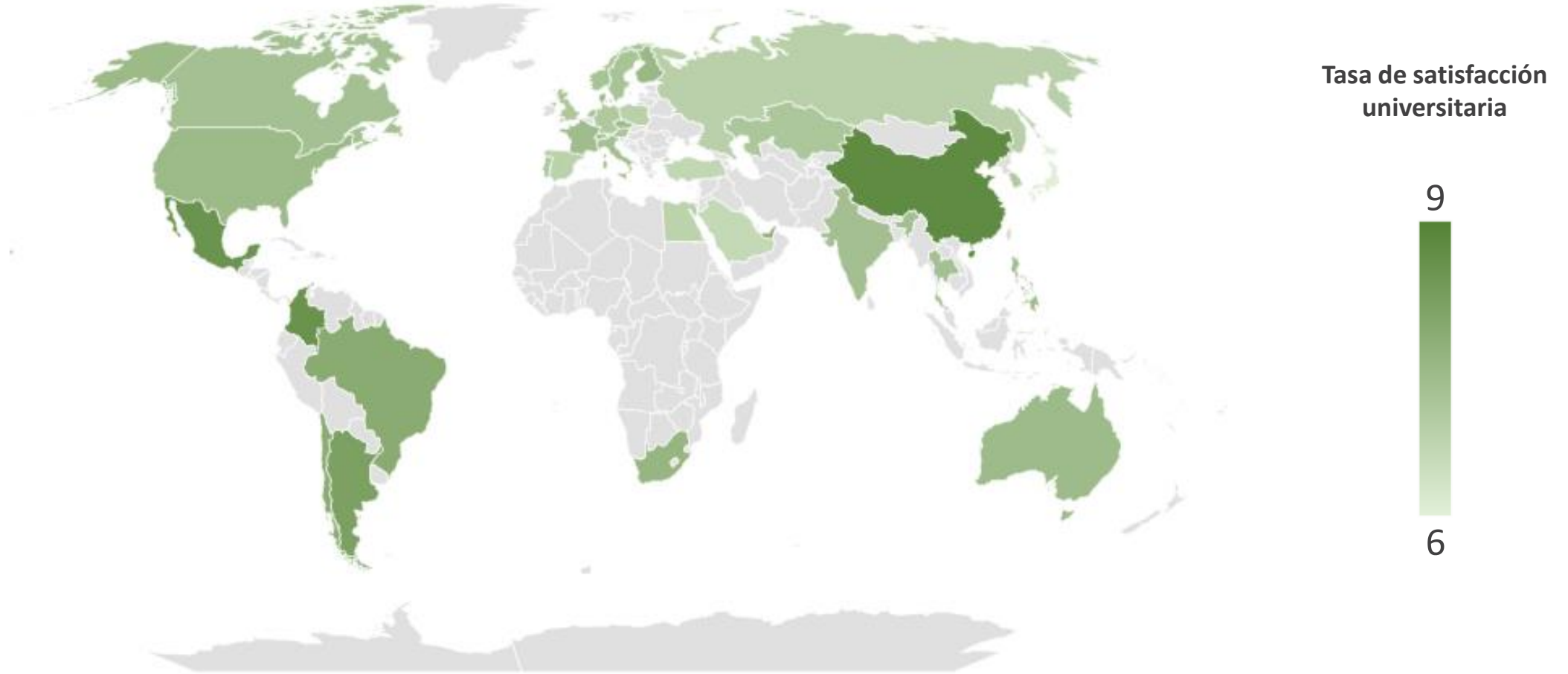
Durante más de 30 años, Universum ha sido el socio de confianza de muchos de los empleadores más conocidos del mundo. Como resultado, nuestros datos, conocimientos y orientación han **formado la marca de empleador** y han ayudado a empresas de todo el mundo en sus esfuerzos por atraer, reclutar y retener el talento adecuado.

Al seguir a los Empleadores más Atractivos del Mundo, podemos analizar los deseos del talento para saber cómo se alinean con la percepción de los propios empleadores. Comprender las motivaciones de los candidatos ayudará a las organizaciones de cualquier tamaño a estar mejor preparadas para atraer y retener talento.

Más información: <https://universumglobal.com/about-universum/>



Tasa global de satisfacción universitaria 2021



- ¿Qué tan satisfecho estás/estabas con tu colegio o universidad? (0 - Nada satisfecho, 10 - Totalmente satisfecho)

Este reporte le ayuda a ...



COMPRENDER A SUS ESTUDIANTES

1. Sumérjase en las preferencias de carrera y comunicación de sus estudiantes.
2. Comprenda por qué los estudiantes están (no) satisfechos con sus servicios profesionales.
3. Obtenga una verificación real de las expectativas de sus estudiantes: ¿se cumplirán sus expectativas en el mercado laboral?



CONOZCA ACERCA DE SU MARCA

1. Mida la opinión de sus estudiantes sobre la marca de su universidad.
2. Conozca qué tiene de especial y único su marca universitaria.
3. Entienda dónde se encuentra su universidad y la percepción de sus estudiantes en el mercado.



DESARROLLAR A PARTIR DE COMPARACIONES

1. Compare diferentes grupos de estudiantes internamente, así como con otros estudiantes a nivel nacional e internacional.
2. Identifique las habilidades de sus estudiantes en comparación con sus compañeros.
3. Compare las preferencias de empleador de sus estudiantes con las de otros estudiantes.

Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN
- 2. PERFIL DEL TALENTO**
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
4. SERVICIOS DE CARRERA
5. COMUNICACIÓN
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DE EMPLEADOR
7. RESUMEN
8. APÉNDICE

Este capítulo se centra en los antecedentes demográficos de su talento, sus competencias, experiencias y cómo se relacionan con el grupo de comparación.

Estos resultados lo ayudarán a contextualizar los hallazgos en secciones posteriores del informe y tendrán un punto de partida para mejorar la empleabilidad de su talento al poder comunicar su valor único a los empleadores.

El CareerTest 2022 de Universum

EL CUESTIONARIO

Nuestra encuesta se realiza **en línea**. El enlace fue distribuido por medio de universidades y redes de talento, comunidades y el panel de Universum, como también diferentes aliados a nivel local y global.

PARTICIPANTES DE LA ENCUESTA

Estudiantes en instituciones de educación superior

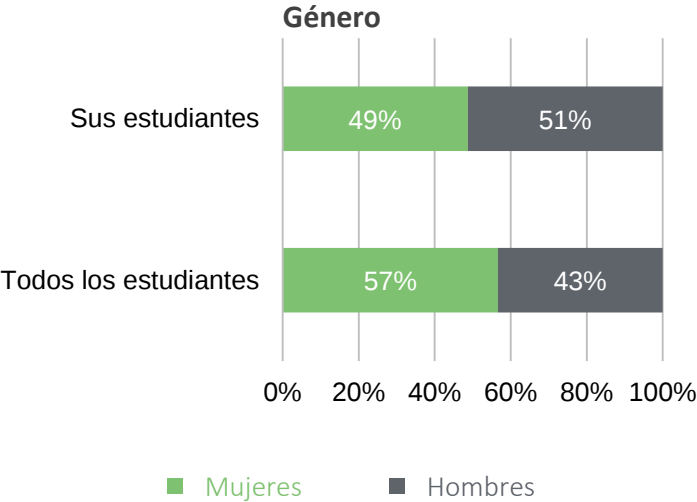


NÚMERO DE PARTICIPANTES EN ESTE REPORTE

	PERIODO DEL ESTUDIO Octubre 2021 - Marzo 2022	
	Número total de participantes de la encuesta	42,267
	Número total de participantes de la encuesta el año pasado	50,583

Sus estudiantes	191
Todos los estudiantes	13,031
Sus estudiantes el año pasado	417

Perfil demográfico del talento cubierto en este informe

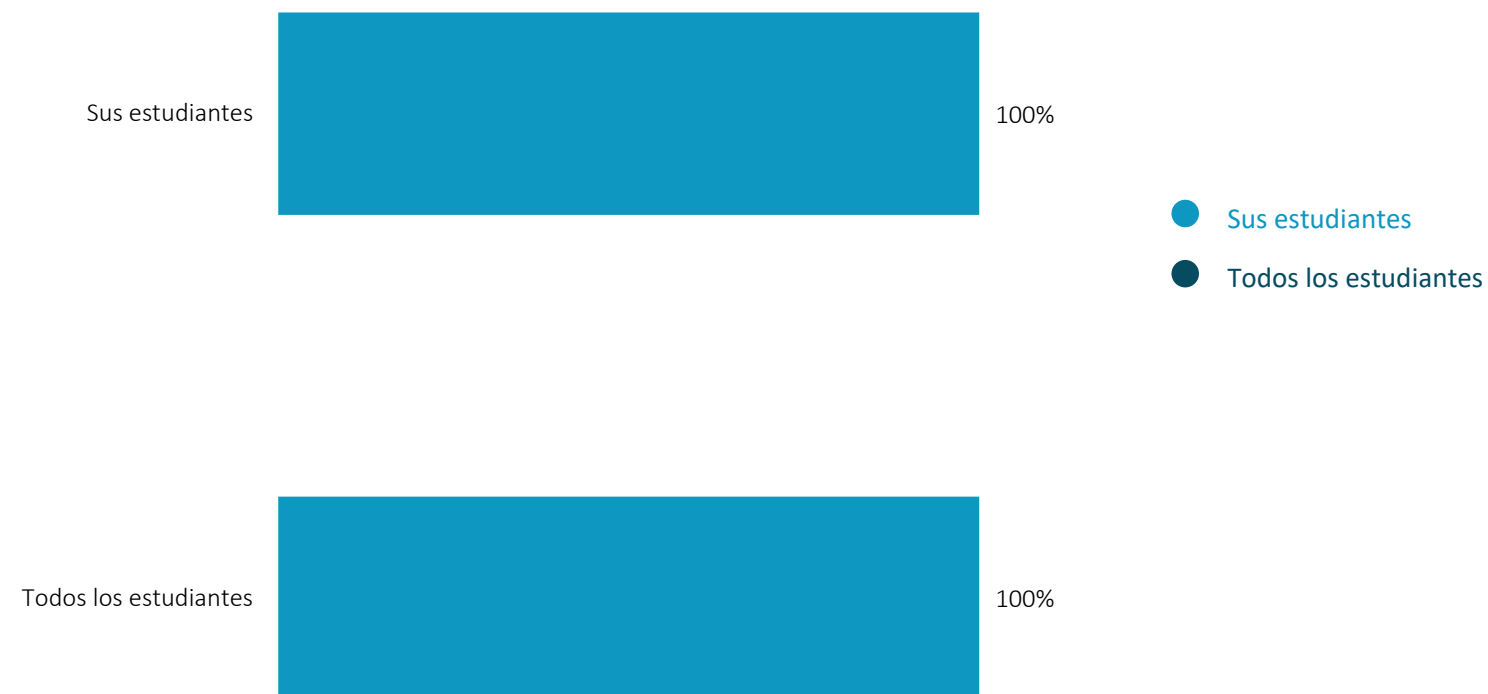


Áreas de estudio más comunes	Sus estudiantes	Todos los estudiantes
Economía	107	2,471
Administración de Empresas	65	4,680
Gestión/Administración	61	3,110
Finanzas	53	3,522
Administración Pública	43	978

Edad	Sus estudiantes	Todos los estudiantes
16 - 19 años	16%	27%
20 - 21 años	28%	37%
22 - 23 años	19%	23%
24 - 25 años	16%	7%
26 - 29 años	17%	4%
30 - 39 años	4%	2%

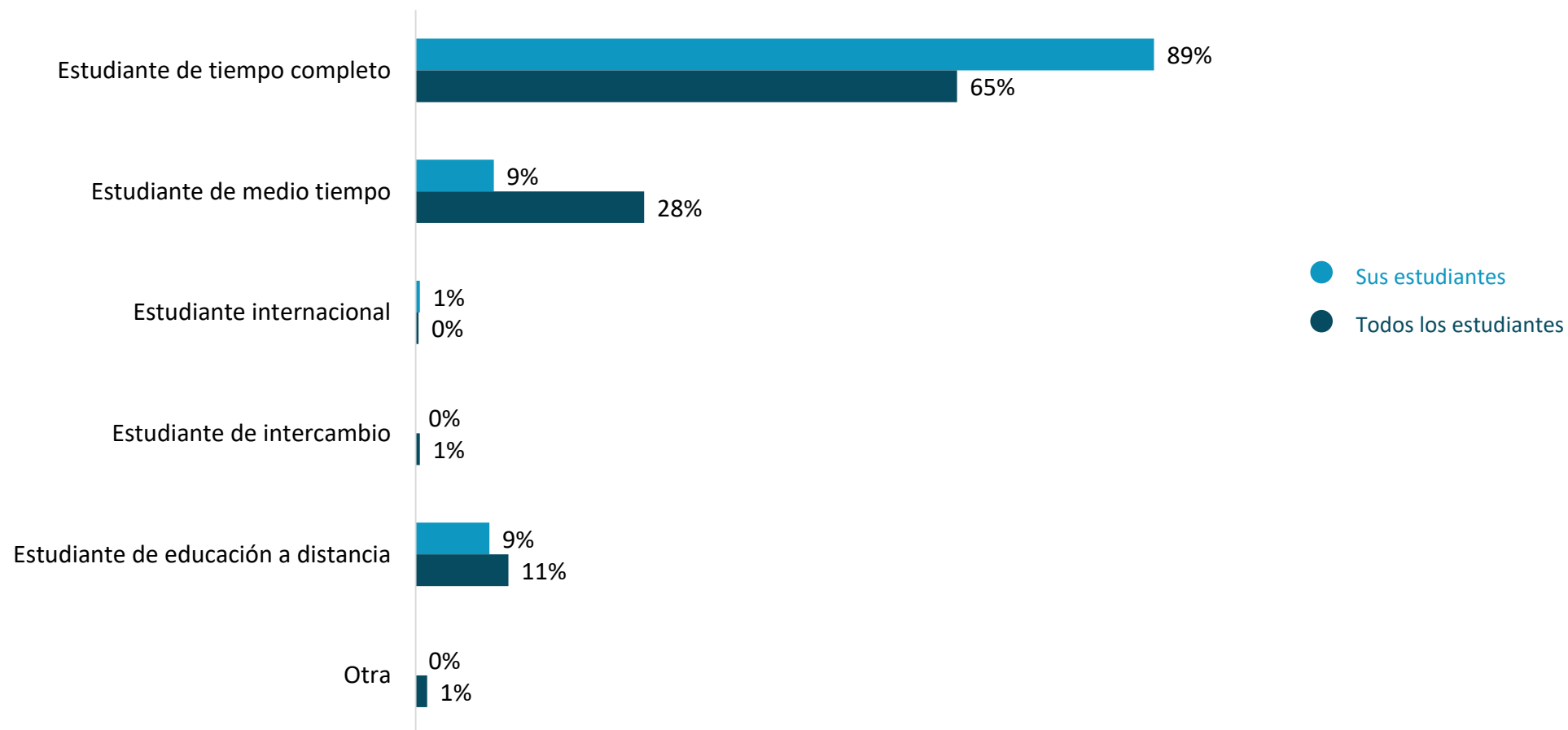
Años hasta graduación	Sus estudiantes	Todos los estudiantes
1 años	37%	25%
2 años	19%	23%
3 años	24%	25%
4 años	15%	18%
5 años	2%	6%

Grados



• ¿Qué título o grado estás cursando actualmente?

¿Qué tipos de estudiantes tiene?



¿Qué describe mejor su estado actual de estudiante? (Por favor seleccione todas las respuestas válidas.)

Los Perfiles Profesionales de Universum



Go-Getter

Los Go-Getters mantienen una fuerte orientación hacia el desempeño. Son triunfadores ambiciosos, deseosos de hacerse un hueco en empresas de éxito con reputación de contar con el mejor talento. Se sienten cómodos asumiendo altos niveles de responsabilidad y retos difíciles. A cambio de su esfuerzo dedicado y su capacidad para hacer que las cosas sucedan, esperan altos niveles de reconocimiento y un rápido progreso profesional.



Globe-Trotter

Los Globe-Trotters mantienen una fuerte orientación internacional. Tienen una perspectiva cosmopolita y buscan ampliar sus horizontes en una empresa multinacional que les brinde la oportunidad de viajar al extranjero e interactuar con una comunidad internacional diversa de compañeros y clientes. Perciben el cambio constante como algo positivo que les permite ampliar su experiencia y estimula su aprendizaje.



Ground-Breaker

Los Ground-Breakers mantienen una fuerte orientación emprendedora. Para ellos, sería ideal trabajar en un entorno de start-up dinámico y orientado a equipos con una fuerte orientación hacia la innovación. Están menos interesados en trabajar para una empresa establecida y se centran más en adoptar las últimas tecnologías para crear productos nuevos e interesantes, y liderar desarrollos en el campo elegido.



Change-Maker

Los Change-Makers tienen una fuerte orientación a un propósito. Son altruistas por naturaleza y buscan organizaciones que sirvan al bien común, a través del servicio público o de empresas sociales. Creen firmemente en la diversidad, la equidad y la inclusión, y se sienten más comprometidos cuando sirven a un propósito superior o simplemente ayudan a personas.



Balance-Seeker

Los Balance-Seekers mantienen una fuerte orientación hacia el equilibrio entre la vida laboral y la vida personal. Generalmente buscan organizaciones de tamaño pequeño y mediano bien establecidas, amistosas y que ofrezcan la sensación de estar en familia, un salario digno y la flexibilidad para que las personas equilibren sus responsabilidades en el trabajo con sus intereses y responsabilidades más amplios fuera del trabajo.

Los Perfiles Profesionales de Universum

TIPOS DE CARRERA DOMINANTES:

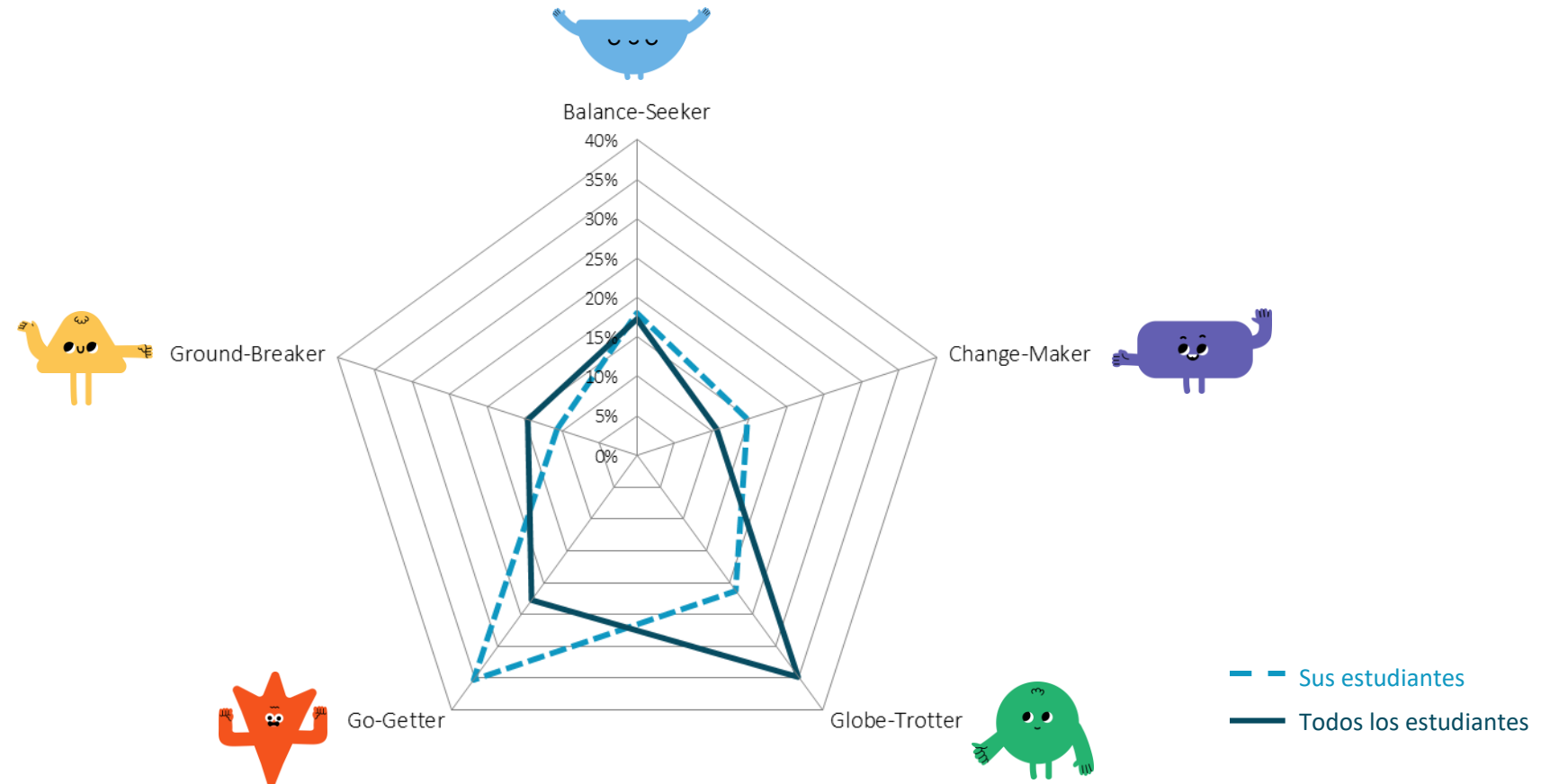
Sus estudiantes

1. Go-Getter
2. Globe-Trotter
3. Balance-Seeker

TIPOS DE CARRERA DOMINANTES:

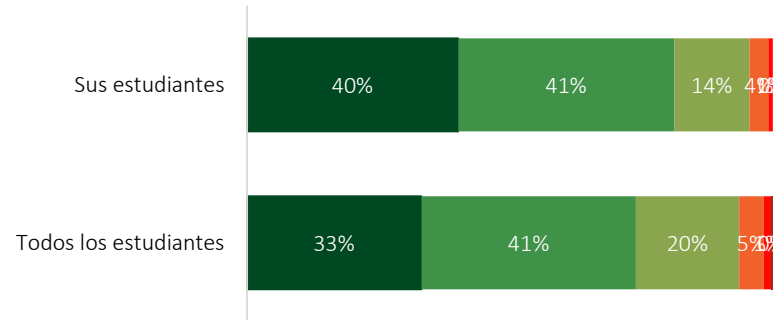
Todos los estudiantes

1. Globe-Trotter
2. Go-Getter
3. Balance-Seeker

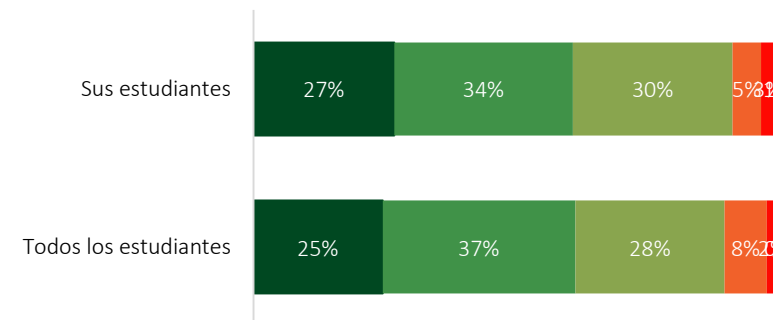


Evaluación de habilidades blandas de sus estudiantes (1/2)

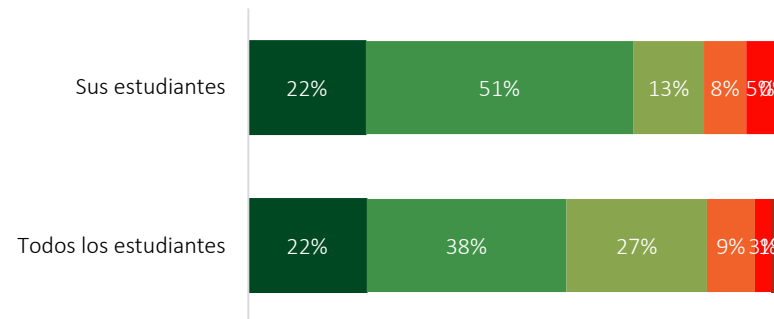
Puedo comunicar claramente lo que quiero decir la mayor parte del tiempo



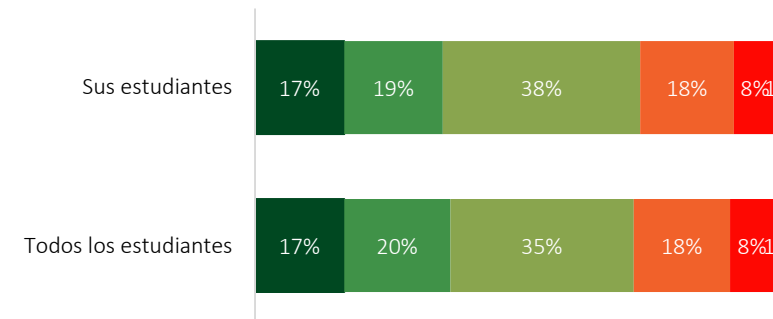
Tiendo a desafiar el status quo y crear cosas nuevas



Me siento seguro(a) cuando tengo problemas difíciles de resolver



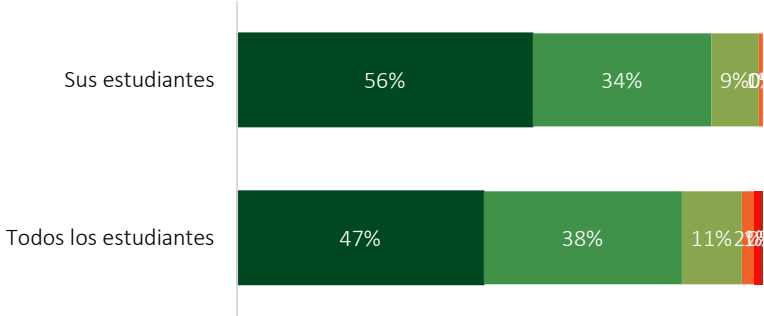
Trabajo mejor por mi cuenta que en equipo



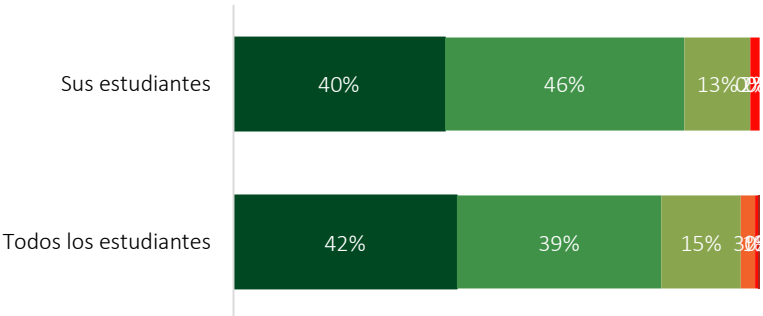
• ¿En qué medida estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

Evaluación de habilidades blandas de sus estudiantes (2/2)

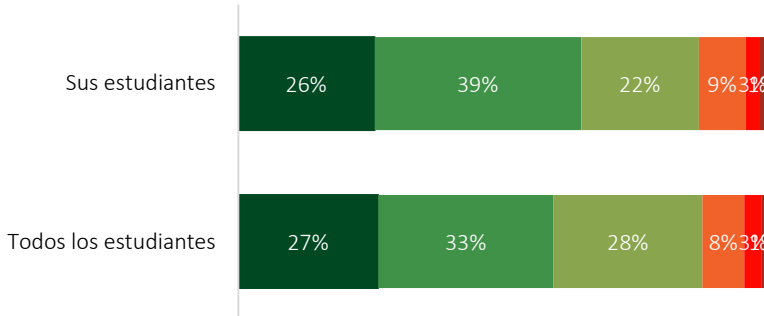
Me resulta fácil aprender nuevas habilidades.



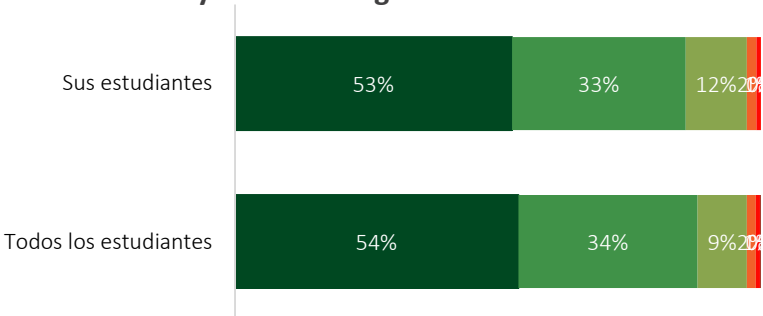
Tiendo a tomar iniciativas para que las cosas sucedan.



Me gusta el cambio frecuente

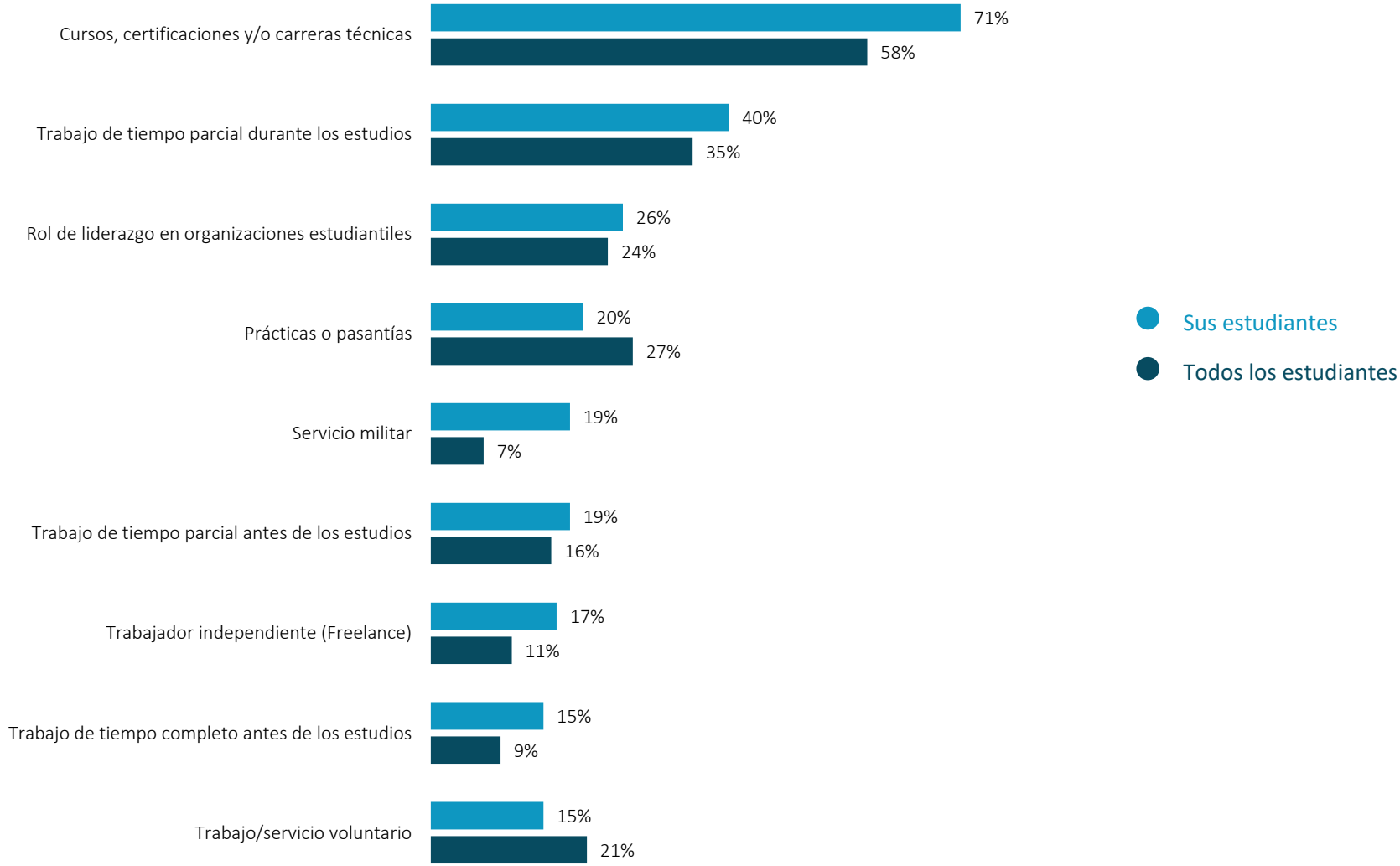


Me siento más comprometido(a) cuando estoy ayudando a la gente.



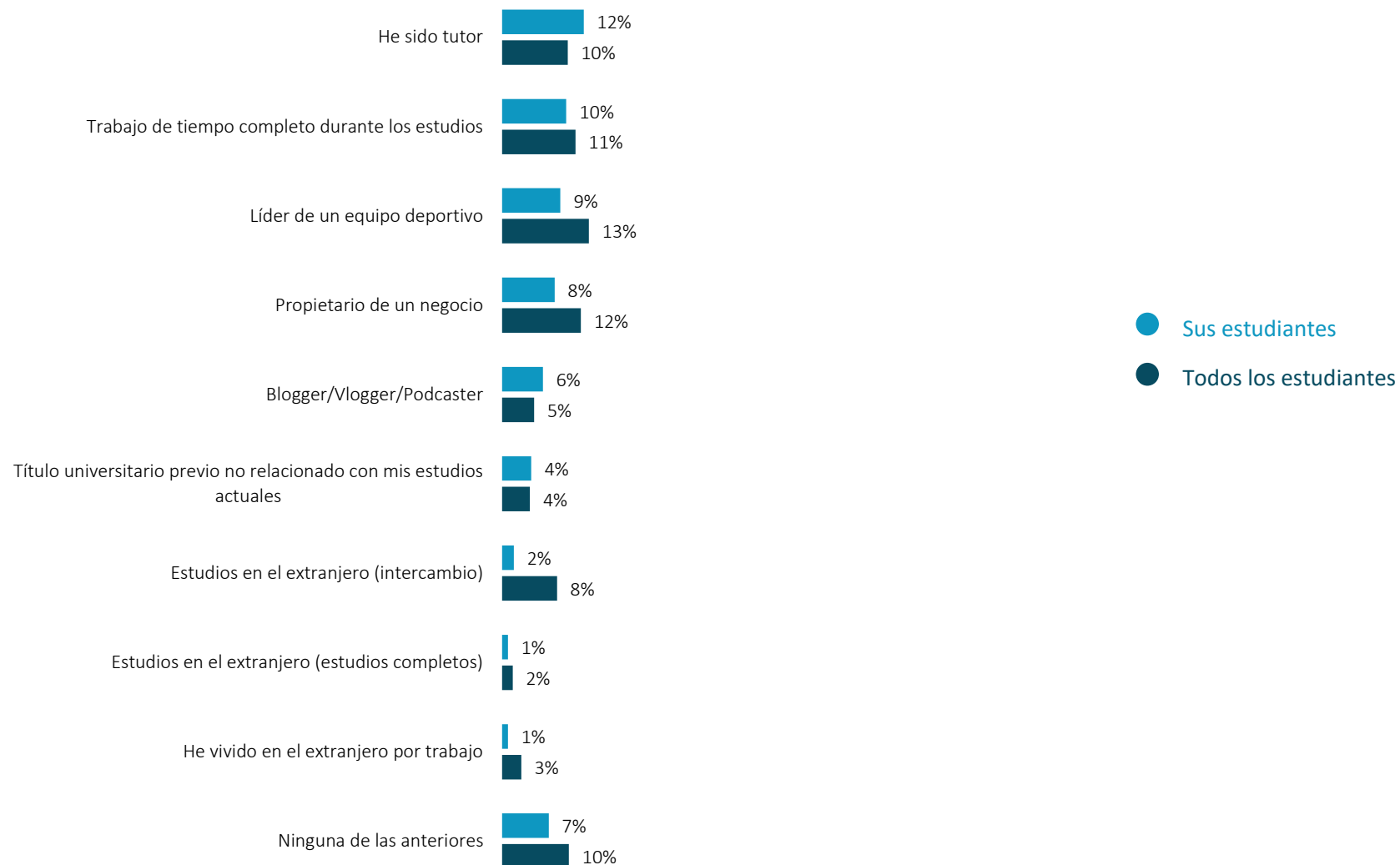
¿En qué medida estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

Experiencia práctica (1/2)



• ¿Cuál de las siguientes experiencias tienes? (Seleccione tantos como corresponda).

Experiencia práctica (2/2)



• ¿Cuál de las siguientes experiencias tienes? (Seleccione tantos como corresponda).

Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEL TALENTO
- 3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA**
4. SERVICIOS DE CARRERA
5. COMUNICACIÓN
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DE EMPLEADOR
7. RESUMEN
8. APÉNDICE

Este capítulo evalúa la percepción de la marca de tu universidad con respecto a cuatro factores diferentes:

Reputación

Oferta

Cultura

Empleabilidad

Te ayudará a ajustar tu comunicación hacia los estudiantes y exalumnos actuales, así como así como determinar qué temas son los más adecuados para su uso al atraer nuevos estudiantes.

¿Qué piensan sus estudiantes sobre su universidad?



¿Cuál es la primera palabra que te viene a la mente cuando piensas en tu universidad?



- Estas respuestas fueron proporcionadas por su talento.
- Pueden ocurrir errores de ortografía.

¿Es su imagen distintiva?

Sus estudiantes



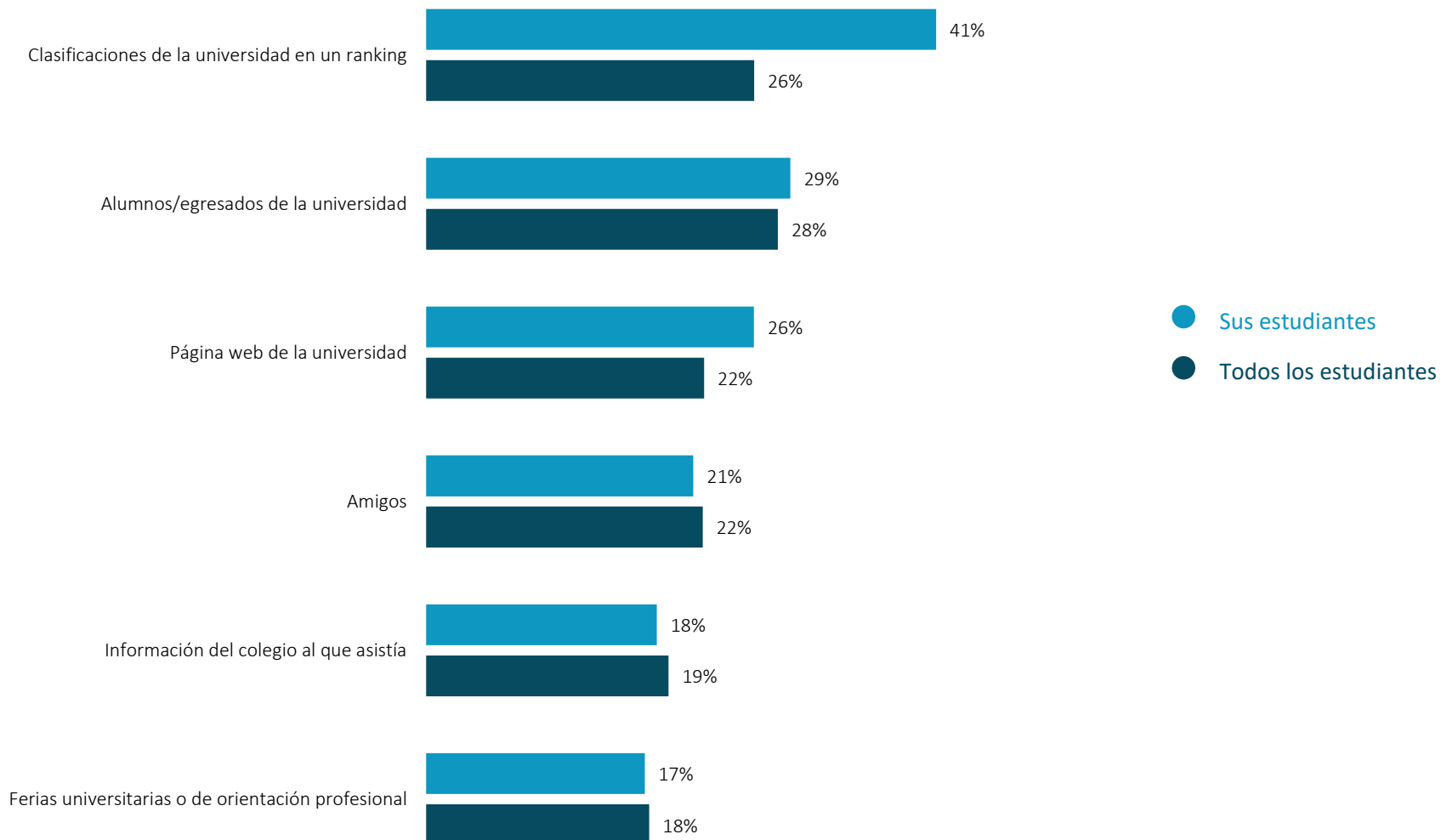
Todos los estudiantes



• ¿Cuál es la primera palabra que te viene a la mente cuando piensas en tu universidad?

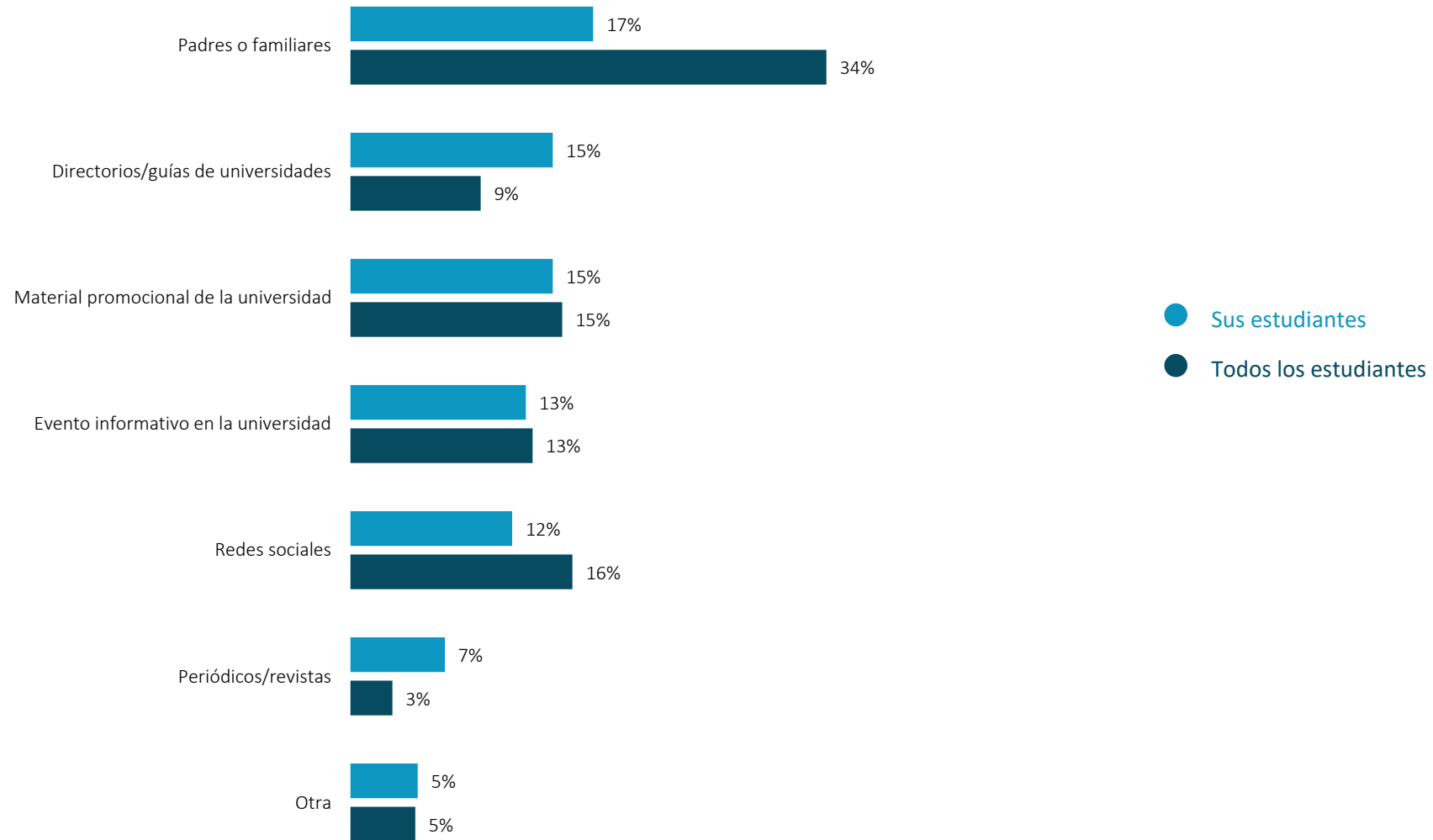
• Estas respuestas fueron proporcionadas por su talento.
• Pueden ocurrir errores de ortografía.

Factores influyentes en la decisión de dónde estudiar



¿Qué fue lo que más te ayudó a la hora de elegir tu colegio o universidad? (Seleccione un máximo de 3 alternativas).

Factores de influencia menos importantes para la selección de tu universidad

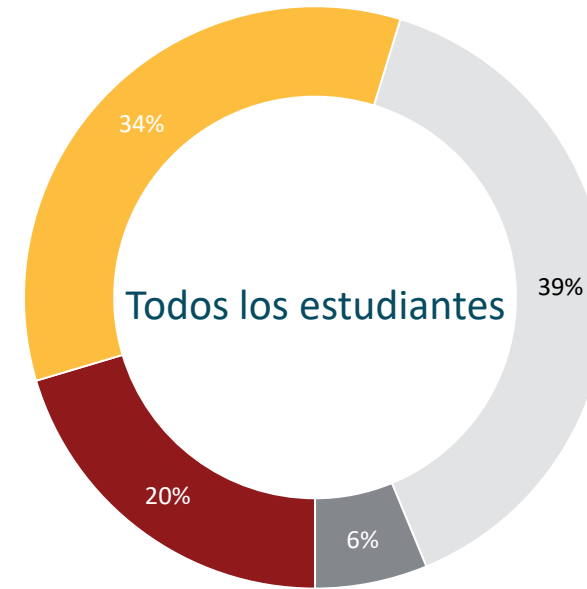


¿Qué fue lo que más te ayudó a la hora de elegir tu colegio o universidad? (Seleccione un máximo de 3 alternativas).

¿Volverían los estudiantes a elegir su universidad?



- Asistirías a una universidad diferente en el país
- Asistirías a una universidad en el extranjero
- Asistirías a la misma universidad
- Buscarías empleo en lugar de ir a la universidad



- Asistirías a una universidad diferente en el país
- Asistirías a una universidad en el extranjero
- Asistirías a la misma universidad
- Buscarías empleo en lugar de ir a la universidad



• Si fueras a reiniciar tus estudios, ¿qué harías?

¿Qué universidades escogerían sus estudiantes en su lugar?



...de sus estudiantes dicen que asistirían a una universidad diferente en su país si volvieran a elegir de nuevo

Universidades que los sus estudiantes elegirían en su lugar (Porcentaje)

1. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Ciudad Universitaria (16%)
 2. Instituto Politécnico Nacional (IPN) (13%)
 3. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) (10%)
 4. El Colegio de México (6%)
 4. Escuela Bancaria y Comercial (EBC), Campus Ciudad de México (6%)
 4. Tec de Monterrey, Campus Ciudad de México (6%)
 4. Tec de Monterrey, Campus Estado de México (6%)
 4. Tec de Monterrey, Campus Monterrey (6%)
 4. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Acatlán (6%)
 10. Instituto Politécnico Nacional, ESCA Santo Tomás (3%)
- Egresados en posiciones de liderazgo
 - Éxito de los egresados
 - Buenas oportunidades de empleo
 - Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero
 - Impulsa la innovación y/o el emprendimiento

¿DÓNDE SON ESTAS UNIVERSIDADES MÁS FUERTES QUE TU?

¡Están asociados con estos atributos importantes en mayor medida que usted!



- Si fueras a reiniciar tus estudios, ¿qué harías?
- ¿A qué universidad preferirías haber asistido?
- ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

Marco de Atributos del Atractivo de la Universidad

Reputación



- Egresados en posiciones de liderazgo
- Impulsa cambios en la sociedad
- Impulsa la innovación y/o el emprendimiento
- Excelencia educativa
- Patrimonio y tradición
- Renombre internacional
- Investigación de excelencia
- Estudiar con los mejores alumnos
- Éxito de los egresados
- Programas de estudio únicos

Cultura



- Estudios económicamente asequibles
- Ubicación atractiva
- Un ambiente dinámico y creativo
- Entorno cordial y abierto
- Buenos planes de comidas/caféterías
- Compromiso institucional por la diversidad e inclusión
- Alumnos de distintos países
- Ambiente seguro en el campus
- Apoyo a la igualdad de género
- Amplia gama de actividades extracurriculares

Empleabilidad



- Enfoque en desarrollo profesional
- Buenas oportunidades de empleo
- Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
- Buena plataforma de lanzamiento de una carrera con proyección internacional
- Oportunidades para entrar en contacto con empleadores
- Fuertes lazos con la industria
- Apoya y desarrolla el emprendimiento
- Apoya y desarrolla la innovación
- Escuela objetivo para empleadores en mi campo
- Enseña habilidades que los empleadores están buscando

Oferta Educativa



- Proporción adecuada de profesor/alumno
- Disponibilidad de espacio de estudio
- Fácil acceso a los materiales de estudio
- Catedráticos/profesores excelentes
- Cursos interdisciplinarios
- Programas de alta calidad
- Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero
- Ambiente estimulante de aprendizaje
- Enseña habilidades relevantes
- Variedad de cursos

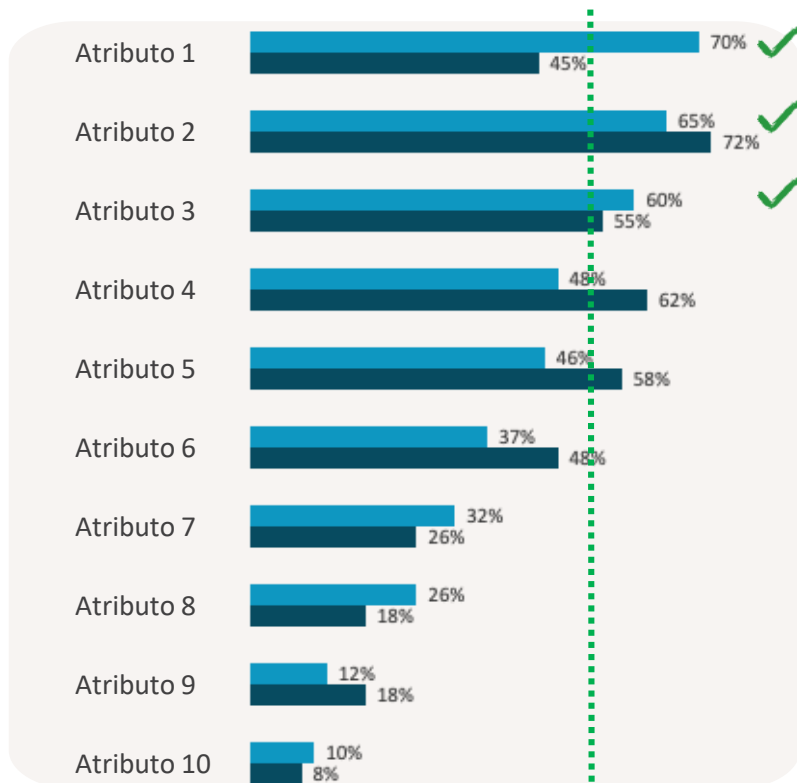
Certificado de Reconocimiento a la Experiencia del Estudiante Universitario

- El informe destaca sus logros y la evaluación de sus estudiantes de su institución. Para reconocer y premiar el gran trabajo de nuestras instituciones asociadas, hemos desarrollado el **Certificado de Reconocimiento de Experiencia Estudiantil Universum**. Estos certificados, disponibles para los 4 impulsores del atractivo universitario, solo se presentan a los socios universitarios oficiales de Universum que han cumplido con el número mínimo de estudiantes encuestados y los requisitos de umbral de atributos.
- Los certificados son una gran oportunidad para **comunicar su extraordinario trabajo** en varios canales, como las redes sociales o el sitio web de la universidad. También puede hacer uso de los certificados como **una herramienta para resaltar el gran trabajo de su institución** para evaluaciones de calidad y proyectos de acreditación.
- Tenga en cuenta que su destacado trabajo será certificado oficialmente por nosotros si:
- 200 de sus estudiantes participan en el CareerTest a través de los canales universitarios
- sus estudiantes asocian su institución con al menos 5 atributos en un nivel superior al 50% en uno o múltiplos de los 4 impulsores del atractivo universitario
- Comuníquese con su representante de Universum si desea obtener más información.



Certificado de Reconocimiento Universum

Una certificación requiere un mínimo de 5 atributos para ser asociados en más del 50% por sus estudiantes

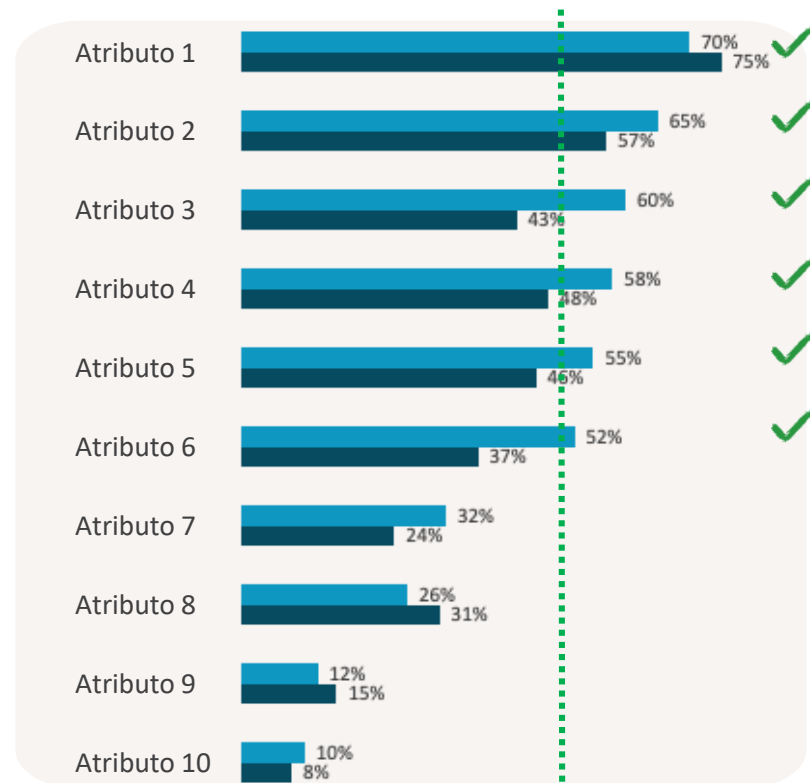


Los estudiantes te asocian fuertemente con una variedad de atributos. ¡Bien hecho! Sin embargo, ninguna certificación como requisito es cumplida.

Nota



Universum emitirá un certificado solo si un mínimo de 200 estudiantes han participado en CareerTest a través de los canales de la universidad.



Los estudiantes te asocian muy fuertemente con una variedad de atributos. ¡Trabajo fantástico! Se ha cumplido el requisito y se puede emitir un certificado.

Los atributos más importantes - 10 principales

Sus estudiantes

1. Programas de alta calidad
2. Estudios económicamente asequibles
3. Excelencia educativa
4. Enfoque en desarrollo profesional
5. Un ambiente dinámico y creativo
6. Catedráticos/profesores excelentes
6. Éxito de los egresados
8. Enseña habilidades que los empleadores están buscando
9. Entorno cordial y abierto
10. Ambiente seguro en el campus

 Reputación

 Empleabilidad

Todos los estudiantes

1. Excelencia educativa
2. Programas de alta calidad
3. Éxito de los egresados
4. Un ambiente dinámico y creativo
5. Catedráticos/profesores excelentes
6. Estudios económicamente asequibles
7. Enfoque en desarrollo profesional
8. Impulsa la innovación y/o el emprendimiento
9. Buenas oportunidades de empleo
10. Enseña habilidades relevantes

 Cultura

 Oferta Educativa

• ¿Cuál de estos es el más importante para ti? Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.

Los 10 atributos principales que los sus estudiantes asocian con usted

Sus estudiantes

- 1. Estudios económicamente asequibles
- 2. Excelencia educativa
- 3. Ambiente seguro en el campus
- 4. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
- 5. Fácil acceso a los materiales de estudio
- 5. Investigación de excelencia
- 7. Entorno cordial y abierto
- 7. Un ambiente dinámico y creativo
- 9. Catedráticos/profesores excelentes
- 9. Programas de alta calidad

 Reputación

 Empleabilidad

Todos los estudiantes

- 1. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
- 2. Un ambiente dinámico y creativo
- 3. Enfoque en desarrollo profesional
- 4. Excelencia educativa
- 5. Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero
- 6. Éxito de los egresados
- 7. Ambiente seguro en el campus
- 8. Fácil acceso a los materiales de estudio
- 9. Apoya y desarrolla el emprendimiento
- 10. Impulsa la innovación y/o el emprendimiento

 Cultura

 Oferta Educativa



• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

Las mayores variaciones de 2021 a 2022 - Importancia

Sus estudiantes

Clasificación

2022 2021

8	Enseña habilidades que los empleadores están buscando	41%	30%
19	Apoya y desarrolla el emprendimiento	30%	21%
9	Entorno cordial y abierto	40%	31%
25	Ubicación atractiva	23%	14%
10	Ambiente seguro en el campus	39%	33%

Clasificación

2022 2021

15	Amplia gama de actividades extracurriculares	36%	42%
5	Un ambiente dinámico y creativo	45%	52%
6	Catedráticos/profesores excelentes	43%	54%
27	Compromiso institucional por la diversidad e inclusión	19%	31%
3	Excelencia educativa	47%	61%

Reputación

Empleabilidad

Todos los estudiantes

Clasificación

2022 2021

33	Disponibilidad de espacio de estudio	14%	11%
17	Ambiente estimulante de aprendizaje	31%	29%
6	Estudios económicamente asequibles	40%	38%
10	Enseña habilidades relevantes	39%	37%
31	Programas de estudio únicos	16%	15%

Clasificación

2022 2021

28	Apoyo a la igualdad de género	19%	21%
8	Impulsa la innovación y/o el emprendimiento	39%	41%
20	Compromiso institucional por la diversidad e inclusión	28%	31%
5	Catedráticos/profesores excelentes	41%	45%
12	Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero	37%	41%

Cultura

Oferta Educativa



¿Cuál de estos es el más importante para ti? Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.

Las mayores variaciones de 2021 a 2022 - Asociación

Sus estudiantes

Todos los estudiantes

Aumento en asociación

Disminución en asociación

Clasificación		2022	2021
5	Fácil acceso a los materiales de estudio	67%	66%
1	Estudios económicamente asequibles	76%	77%
40	Fuertes lazos con la industria	16%	17%
38	Escuela objetivo para empleadores en mi campo	22%	24%
3	Ambiente seguro en el campus	69%	71%

Clasificación		2022	2021
7	Ambiente seguro en el campus	52%	50%
37	Programas de estudio únicos	27%	25%
11	Estudios económicamente asequibles	50%	49%
14	Disponibilidad de espacio de estudio	49%	48%
1	Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa	57%	57%

Clasificación		2022	2021
14	Impulsa cambios en la sociedad	55%	69%
30	Éxito de los egresados	36%	51%
32	Proporción adecuada de profesor/alumno	33%	48%
16	Compromiso institucional por la diversidad e inclusión	53%	69%
20	Enfoque en desarrollo profesional	48%	73%

Clasificación		2022	2021
30	Apoyo a la igualdad de género	37%	40%
22	Catedráticos/profesores excelentes	42%	46%
10	Impulsa la innovación y/o el emprendimiento	51%	55%
25	Compromiso institucional por la diversidad e inclusión	41%	45%
5	Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero	53%	57%

Reputación

Empleabilidad

Cultura

Oferta Educativa

¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

Los atributos más importantes por Marco de Atributos del Atractivo de la Universidad

Sus estudiantes

REPUTACIÓN

2022:

1. Excelencia educativa
2. Éxito de los egresados
3. Impulsa la innovación y/o el emprendimiento

2021:

1. Excelencia educativa
2. Investigación de excelencia
3. Éxito de los egresados

CULTURA

2022:

1. Estudios económicamente asequibles
2. Un ambiente dinámico y creativo
3. Entorno cordial y abierto

2021:

1. Un ambiente dinámico y creativo
2. Estudios económicamente asequibles
3. Amplia gama de actividades extracurriculares

EMPLEABILIDAD

2022:

1. Enfoque en desarrollo profesional
2. Enseña habilidades que los empleadores están buscando
3. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa

2021:

1. Enfoque en desarrollo profesional
2. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
3. Buenas oportunidades de empleo

OFERTA EDUCATIVA

2022:

1. Programas de alta calidad
2. Catedráticos/profesores excelentes
3. Ambiente estimulante de aprendizaje

2021:

1. Catedráticos/profesores excelentes
2. Programas de alta calidad
3. Enseña habilidades relevantes



• ¿Cuál de estos es el más importante para ti? Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.

Los atributos más asociados por Marco de Atributos del Atractivo de la Universidad

Sus estudiantes

REPUTACIÓN

2022:

1. Excelencia educativa
2. Investigación de excelencia
3. Impulsa cambios en la sociedad

2021:

1. Excelencia educativa
2. Investigación de excelencia
3. Impulsa cambios en la sociedad

CULTURA

2022:

1. Estudios económicamente asequibles
2. Ambiente seguro en el campus
3. Entorno cordial y abierto

2021:

1. Estudios económicamente asequibles
2. Un ambiente dinámico y creativo
3. Entorno cordial y abierto

EMPLEABILIDAD

2022:

1. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
2. Enfoque en desarrollo profesional
3. Apoya y desarrolla la innovación

2021:

1. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
1. Enfoque en desarrollo profesional
3. Apoya y desarrolla la innovación

OFERTA EDUCATIVA

2022:

1. Fácil acceso a los materiales de estudio
2. Catedráticos/profesores excelentes
2. Programas de alta calidad

2021:

1. Catedráticos/profesores excelentes
2. Disponibilidad de espacio de estudio
2. Programas de alta calidad



• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

Los atributos más importantes por Marco de Atributos del Atractivo de la Universidad

Todos los estudiantes

REPUTACIÓN

2022:

1. Excelencia educativa
2. Éxito de los egresados
3. Impulsa la innovación y/o el emprendimiento

2021:

1. Excelencia educativa
2. Éxito de los egresados
3. Impulsa la innovación y/o el emprendimiento

CULTURA

2022:

1. Un ambiente dinámico y creativo
2. Estudios económicamente asequibles
3. Ambiente seguro en el campus

2021:

1. Un ambiente dinámico y creativo
2. Ambiente seguro en el campus
3. Estudios económicamente asequibles

EMPLEABILIDAD

2022:

1. Enfoque en desarrollo profesional
2. Buenas oportunidades de empleo
3. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa

2021:

1. Buenas oportunidades de empleo
2. Enfoque en desarrollo profesional
3. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa

OFERTA EDUCATIVA

2022:

1. Programas de alta calidad
2. Catedráticos/profesores excelentes
3. Enseña habilidades relevantes

2021:

1. Programas de alta calidad
2. Catedráticos/profesores excelentes
3. Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero



• ¿Cuál de estos es el más importante para ti? Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.

Los atributos más asociados por Marco de Atributos del Atractivo de la Universidad

Todos los estudiantes

REPUTACIÓN

2022:

1. Excelencia educativa
2. Éxito de los egresados
3. Impulsa la innovación y/o el emprendimiento

2021:

1. Excelencia educativa
2. Impulsa la innovación y/o el emprendimiento
3. Éxito de los egresados

CULTURA

2022:

1. Un ambiente dinámico y creativo
2. Ambiente seguro en el campus
3. Estudios económicamente asequibles

2021:

1. Un ambiente dinámico y creativo
2. Ambiente seguro en el campus
3. Entorno cordial y abierto

EMPLEABILIDAD

2022:

1. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
2. Enfoque en desarrollo profesional
3. Apoya y desarrolla el emprendimiento

2021:

1. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
2. Enfoque en desarrollo profesional
3. Apoya y desarrolla el emprendimiento

OFERTA EDUCATIVA

2022:

1. Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero
2. Fácil acceso a los materiales de estudio
3. Variedad de cursos

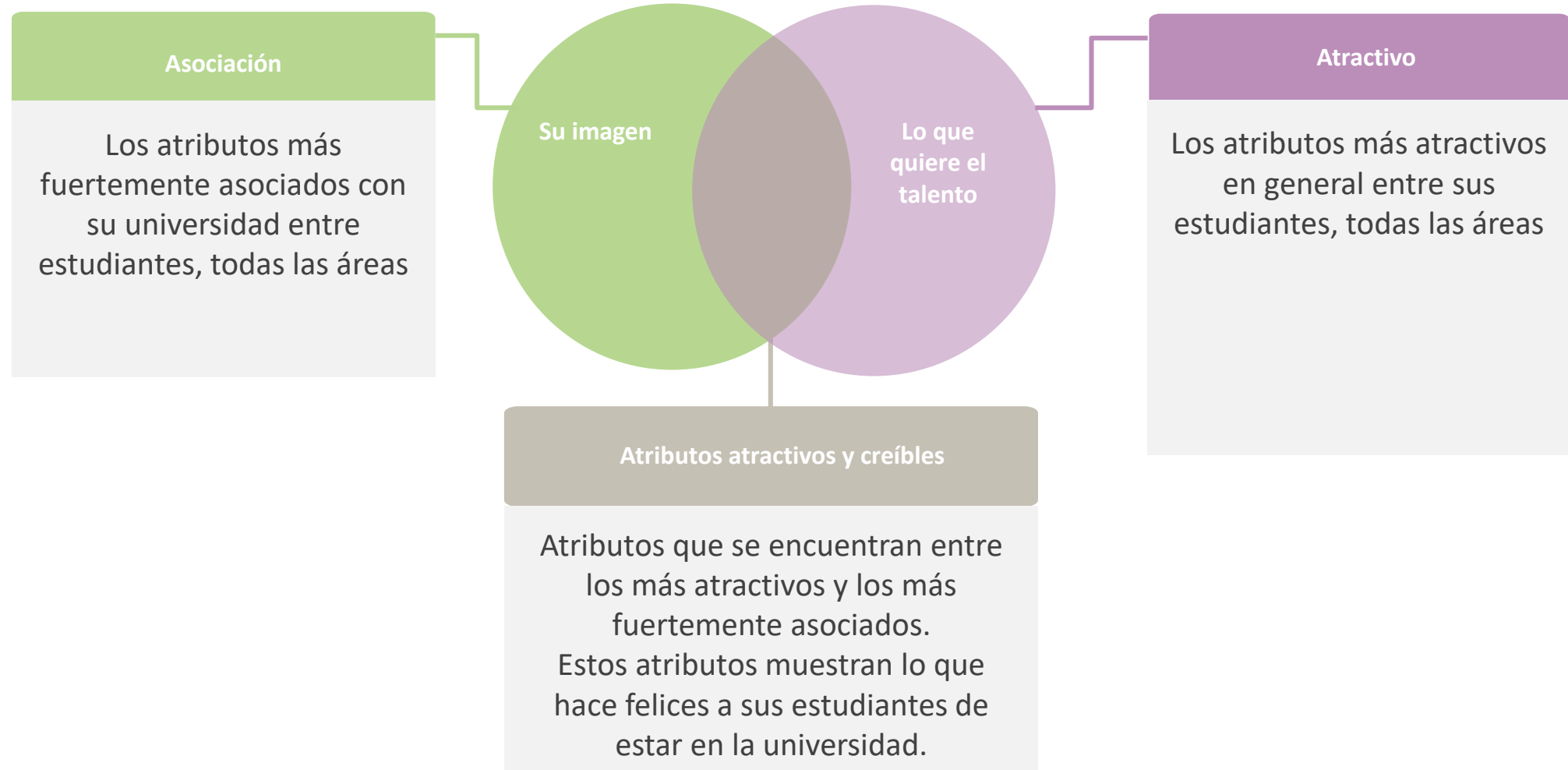
2021:

1. Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero
2. Fácil acceso a los materiales de estudio
3. Variedad de cursos

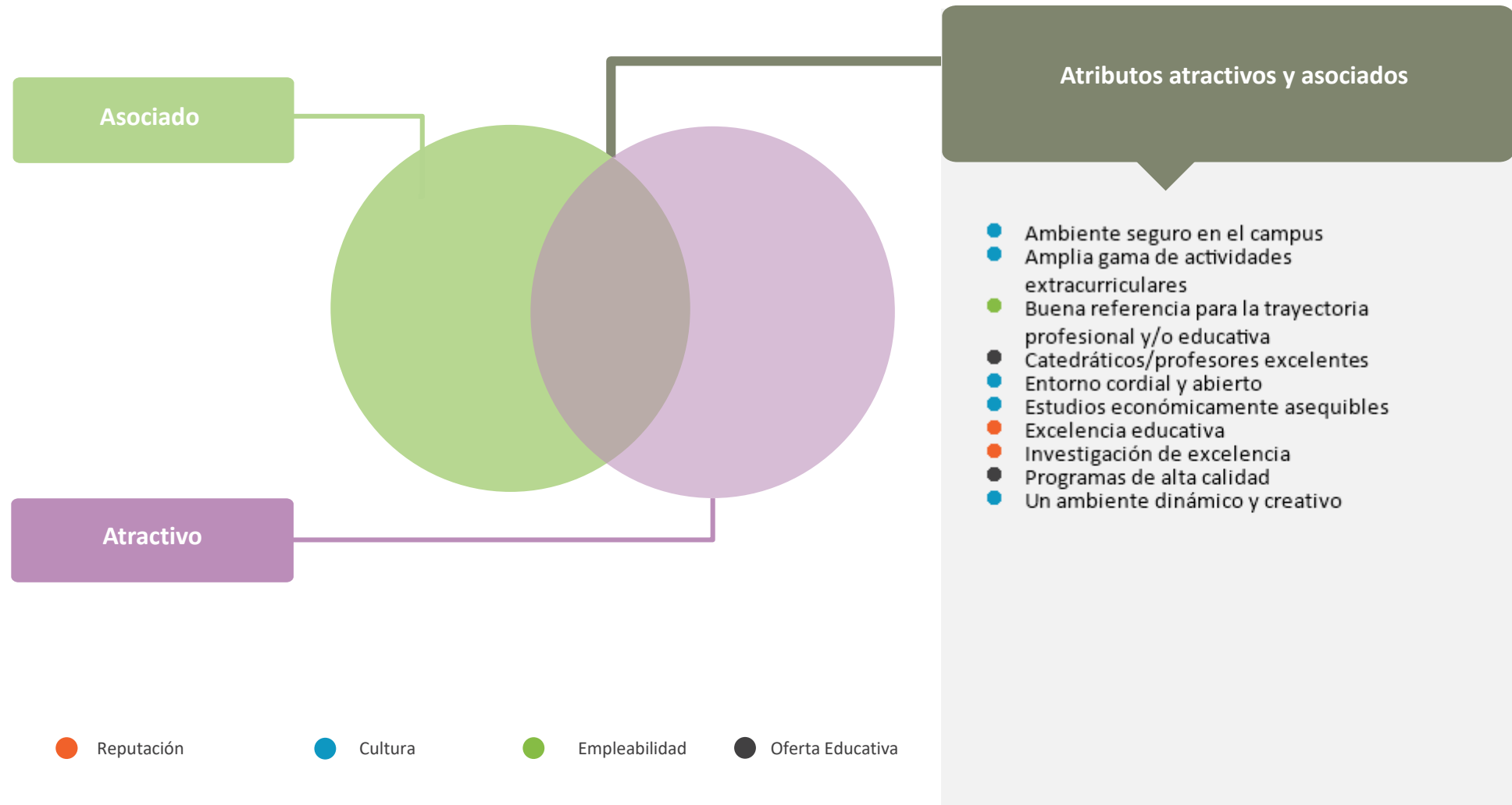


• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

Las siguientes diapositivas presentan un análisis consolidado de los 40 atributos del Marco de Atributos del Atractivo de la Universidad



¿Qué es atractivo y asociado con usted?

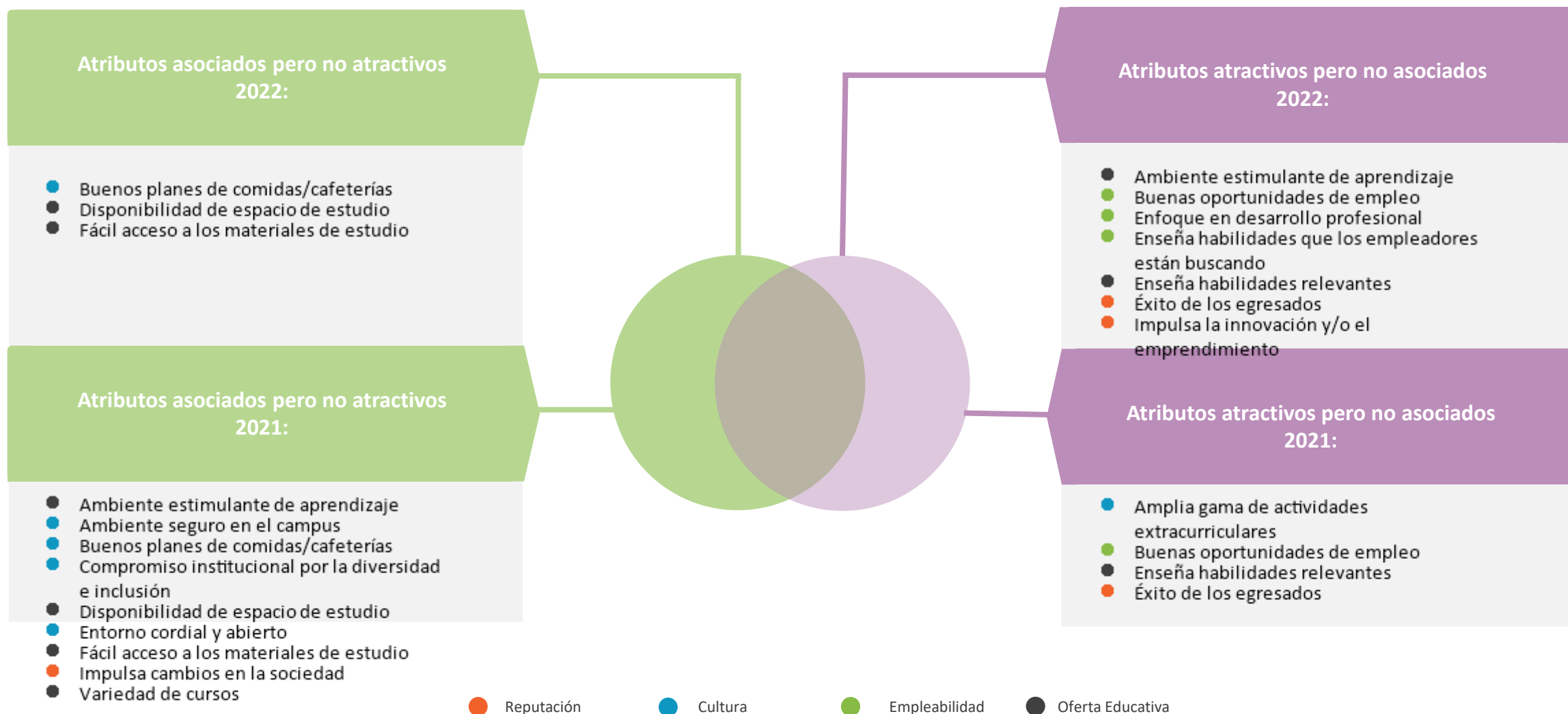


- ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)
- ¿Cuál de estos es el más importante para ti? Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.

¿Son estos atributos diferenciadores para usted?



¿Están las preferencias de su grupo objetivo alineadas con la percepción que tienen de usted?



Diferencias por género en la importancia de los atributos

Más atractivo para mujeres

Atributos	Posición de clasificación	
	Mujeres	Hombre
Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero	14	28
Entorno cordial y abierto	3	16
Éxito de los egresados	2	15
Impulsa cambios en la sociedad	7	19
Compromiso institucional por la diversidad e inclusión	22	33

Misma importancia

Atributos	Posición de clasificación	
	Mujeres	Hombre
Excelencia educativa	5	5
Programas de alta calidad	1	1

Más atractivo para hombres

Atributos	Posición de clasificación	
	Mujeres	Hombre
Amplia gama de actividades extracurriculares	21	8
Investigación de excelencia	18	7
Proporción adecuada de profesor/alumno	39	28
Un ambiente dinámico y creativo	12	3
Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa	16	9

? • ¿Cuáles de estos son más importantes para usted? (Seleccione un máximo de 3 alternativas).

! • Posiciones de clasificación 1 a 40 que expresan dónde se clasifica el atributo para sus estudiantes.

Diferencias por género en la percepción de marca universitaria

Más asociado por mujeres

Attributes	Posición de clasificación	
	Mujeres	Hombre
Cursos interdisciplinarios	11	27
Apoya y desarrolla el emprendimiento	19	31
Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero	16	26
Compromiso institucional por la diversidad e inclusión	9	18
Éxito de los egresados	24	33

Misma asociación

Attributes	Posición de clasificación	
	Mujeres	Hombre
Buena plataforma de lanzamiento de una carrera con proyección internacional	38	38
Disponibilidad de espacio de estudio	13	13
Fuertes lazos con la industria	40	40
Investigación de excelencia	5	5

Más asociado por hombres

Attributes	Posición de clasificación	
	Mujeres	Hombre
Enseña habilidades relevantes	27	13
Programas de alta calidad	18	4
Ubicación atractiva	30	18
Ambiente estimulante de aprendizaje	20	12
Programas de estudio únicos	31	23

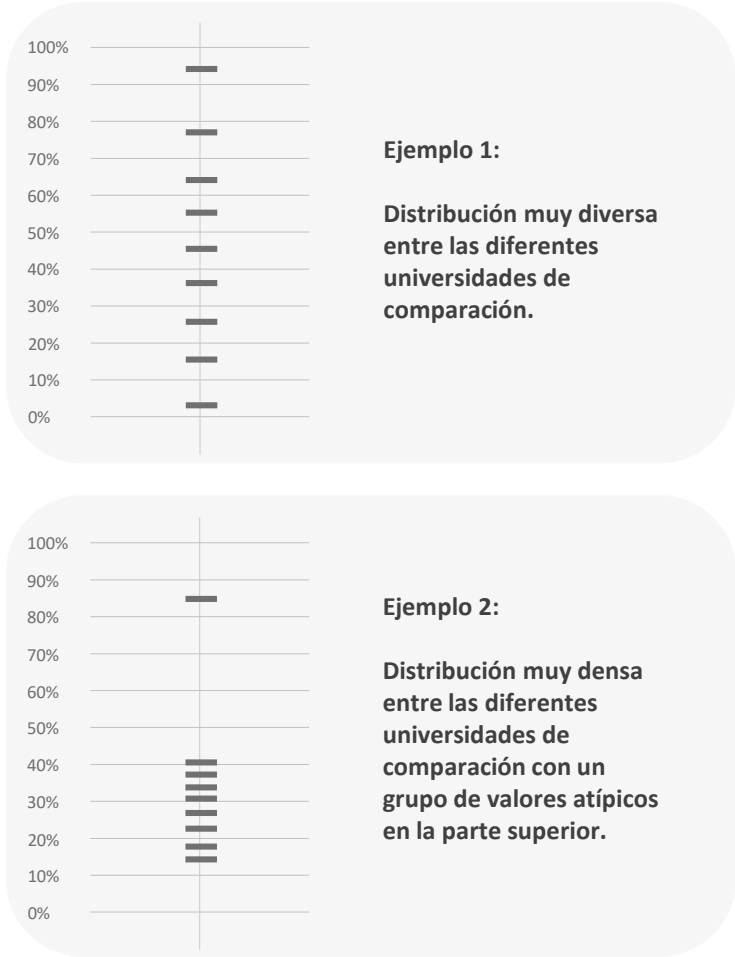
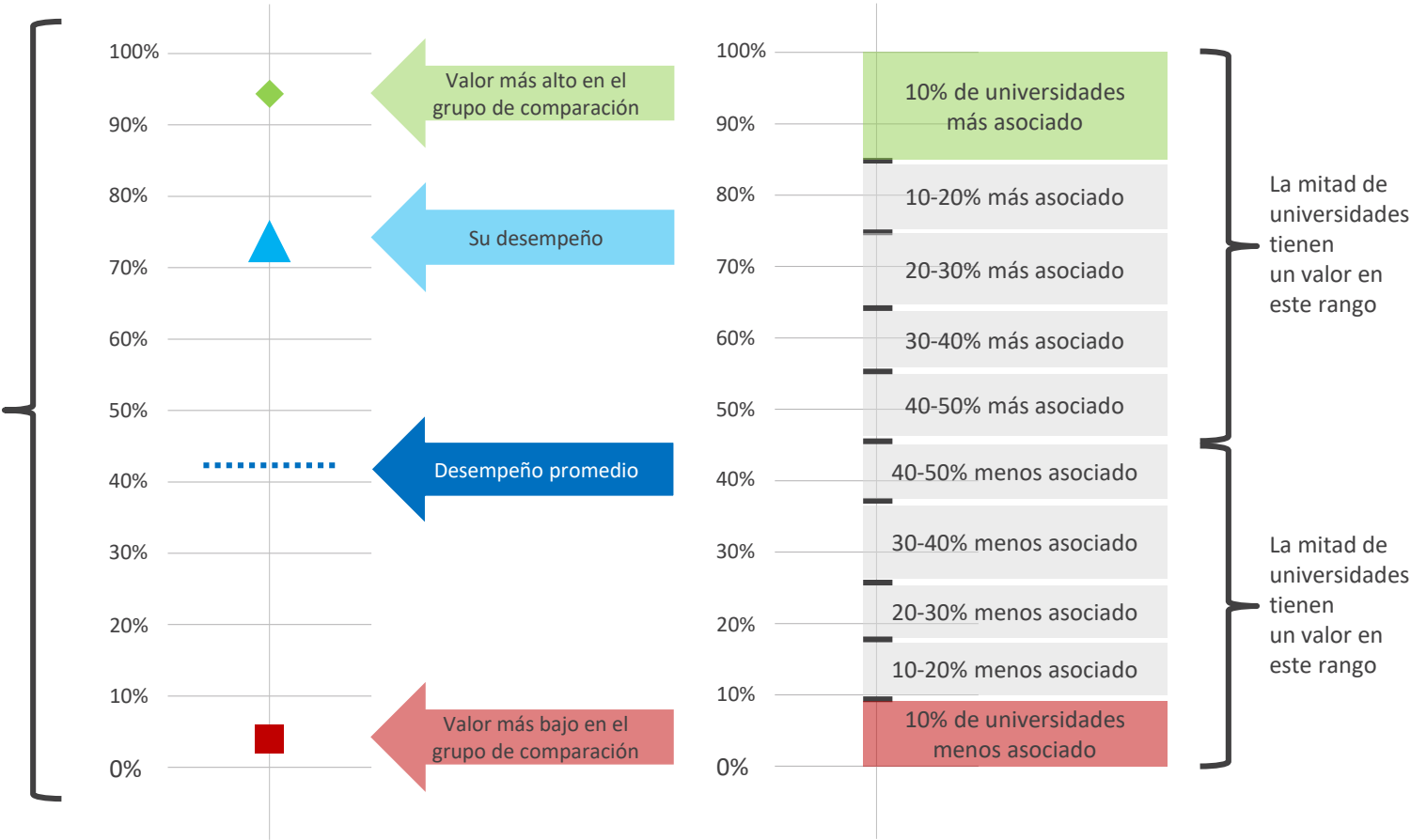
? • ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

! • Posiciones de clasificación 1 a 40 que expresan dónde se clasifica el atributo para sus estudiantes.

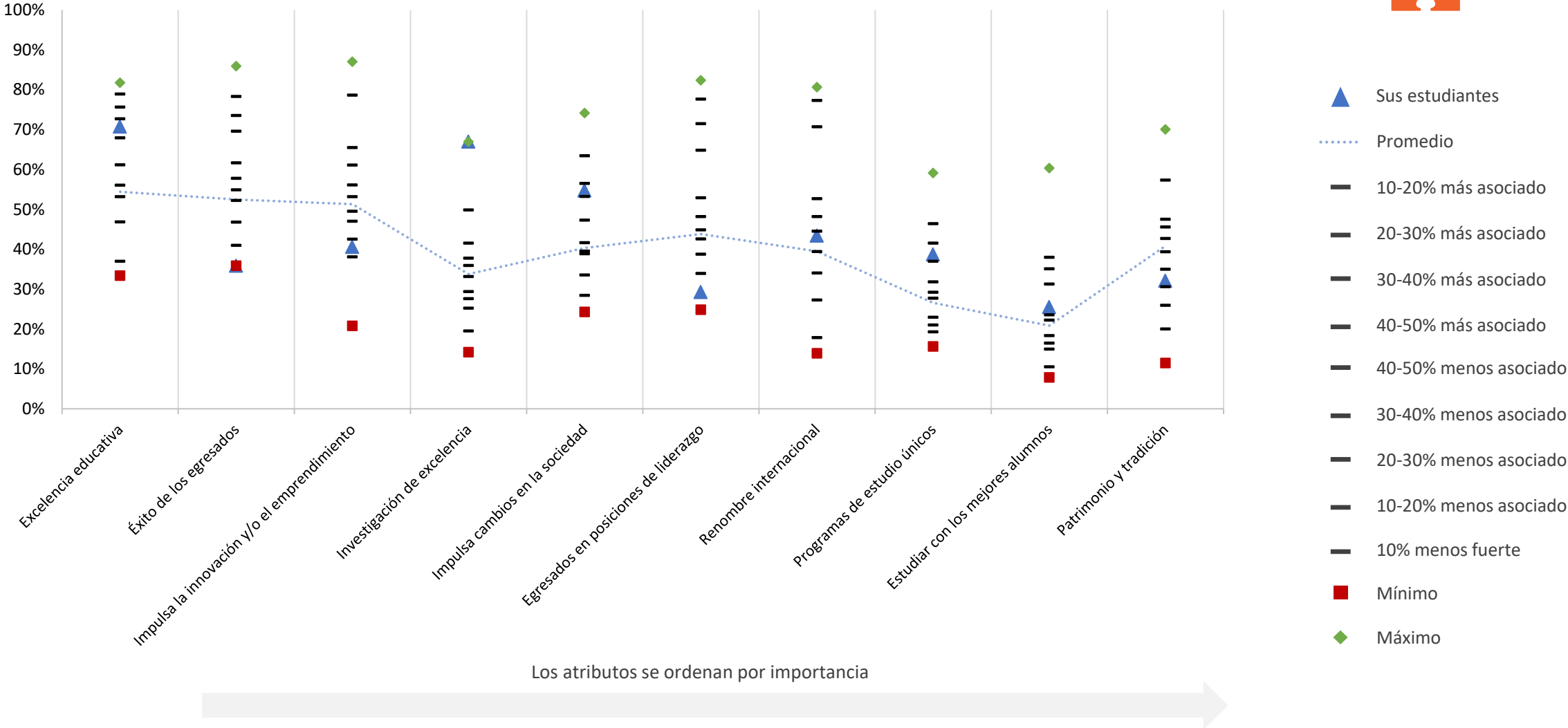
Comparación de competidores

Comprender lo que piensan sus estudiantes sobre su universidad al comparar sus calificaciones con un contexto más amplio

Porcentaje de los estudiantes que asocian su universidad con el atributo



¿Dónde se ubica en lo que respecta a reputación entre el talento?

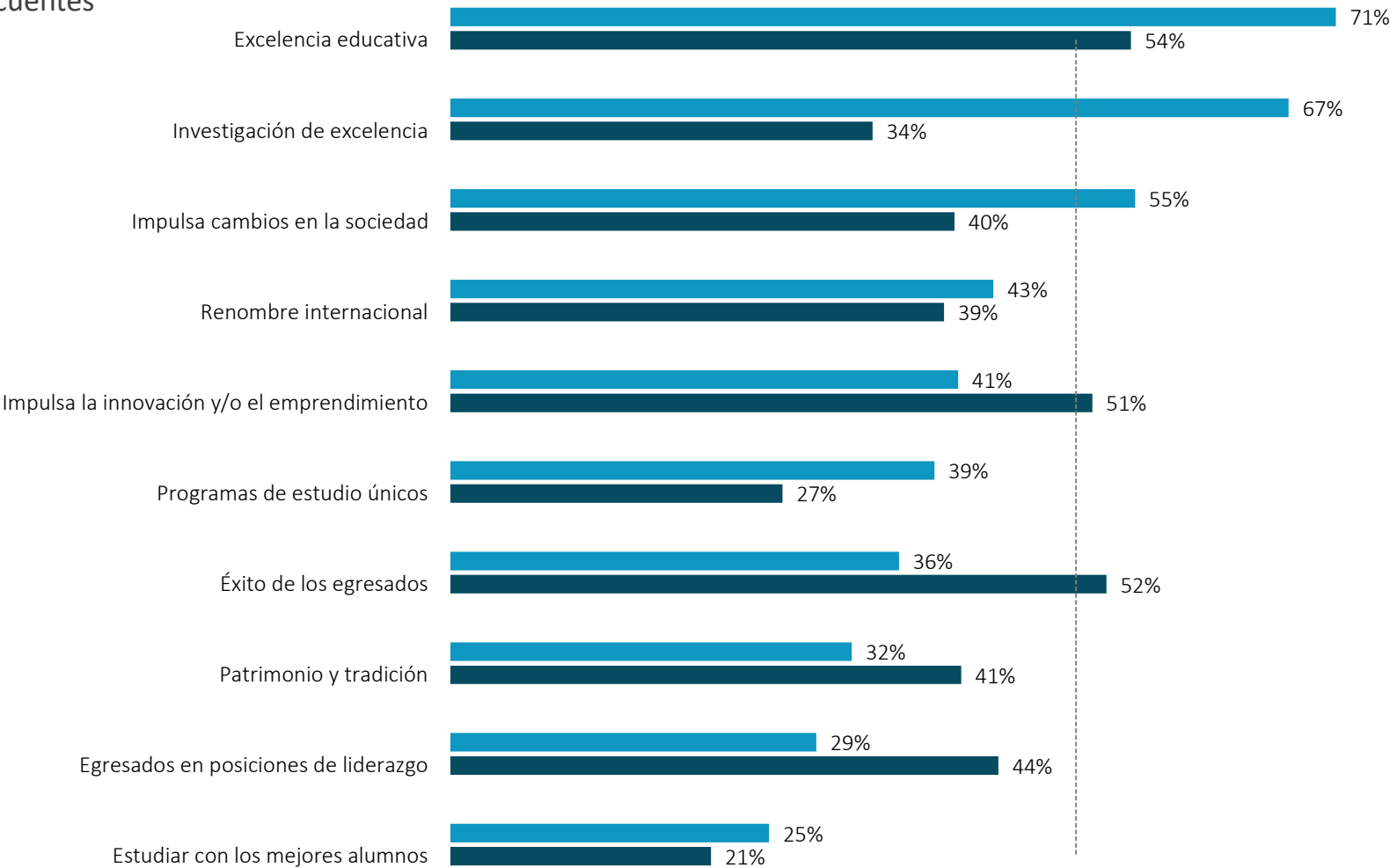


• ¿A qué colegio o universidad asistes? / ¿En qué facultad o universidad obtuvo su título académico más alto?
• ¿Cuál de los siguientes atributos asocia con su facultad o universidad? (Seleccione tantos como corresponda).
• ¿Cuáles de estos son más importantes para usted? (Seleccione un máximo de 3 alternativas).

Reputación



Asociaciones más frecuentes

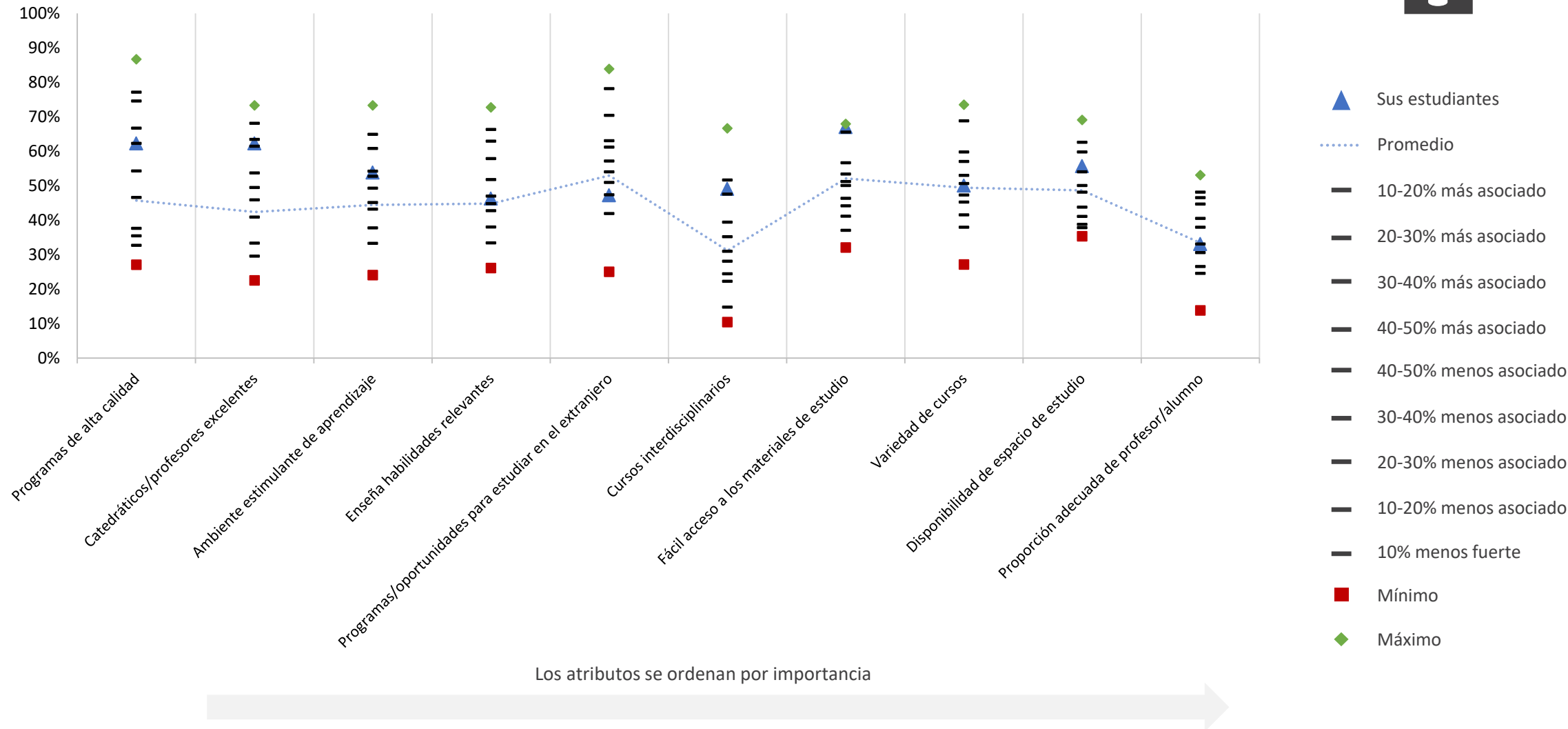


- Sus estudiantes
- Todos los estudiantes
- La línea representa 50%



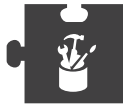
¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

¿Cuál es su posición con respecto a la oferta?

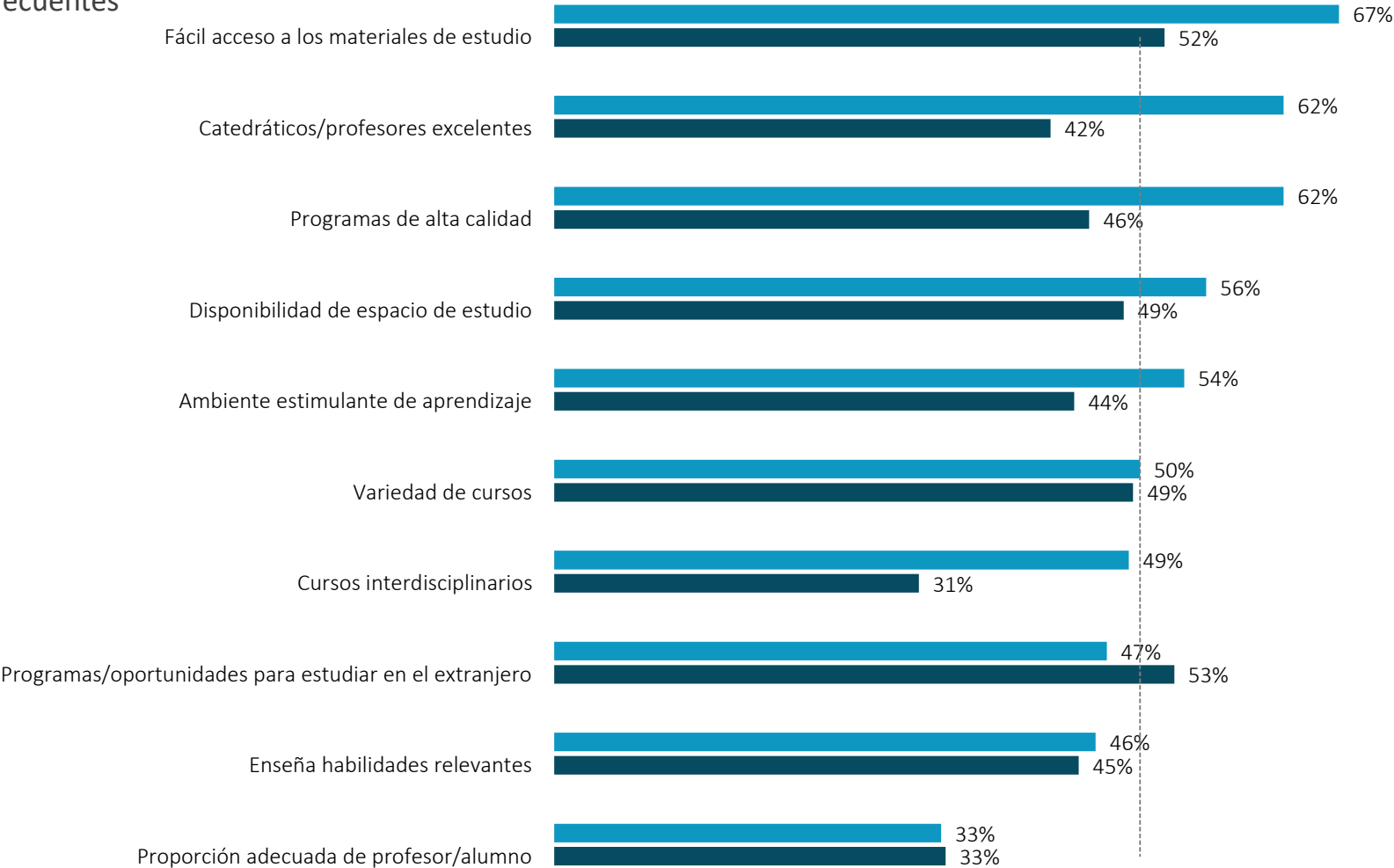


- ¿A qué colegio o universidad asistes? / ¿En qué facultad o universidad obtuvo su título académico más alto?
- ¿Cuál de los siguientes atributos asocia con su facultad o universidad? (Seleccione tantos como corresponda).
- ¿Cuáles de estos son más importantes para usted? (Seleccione un máximo de 3 alternativas).

Oferta Educativa



Asociaciones más frecuentes

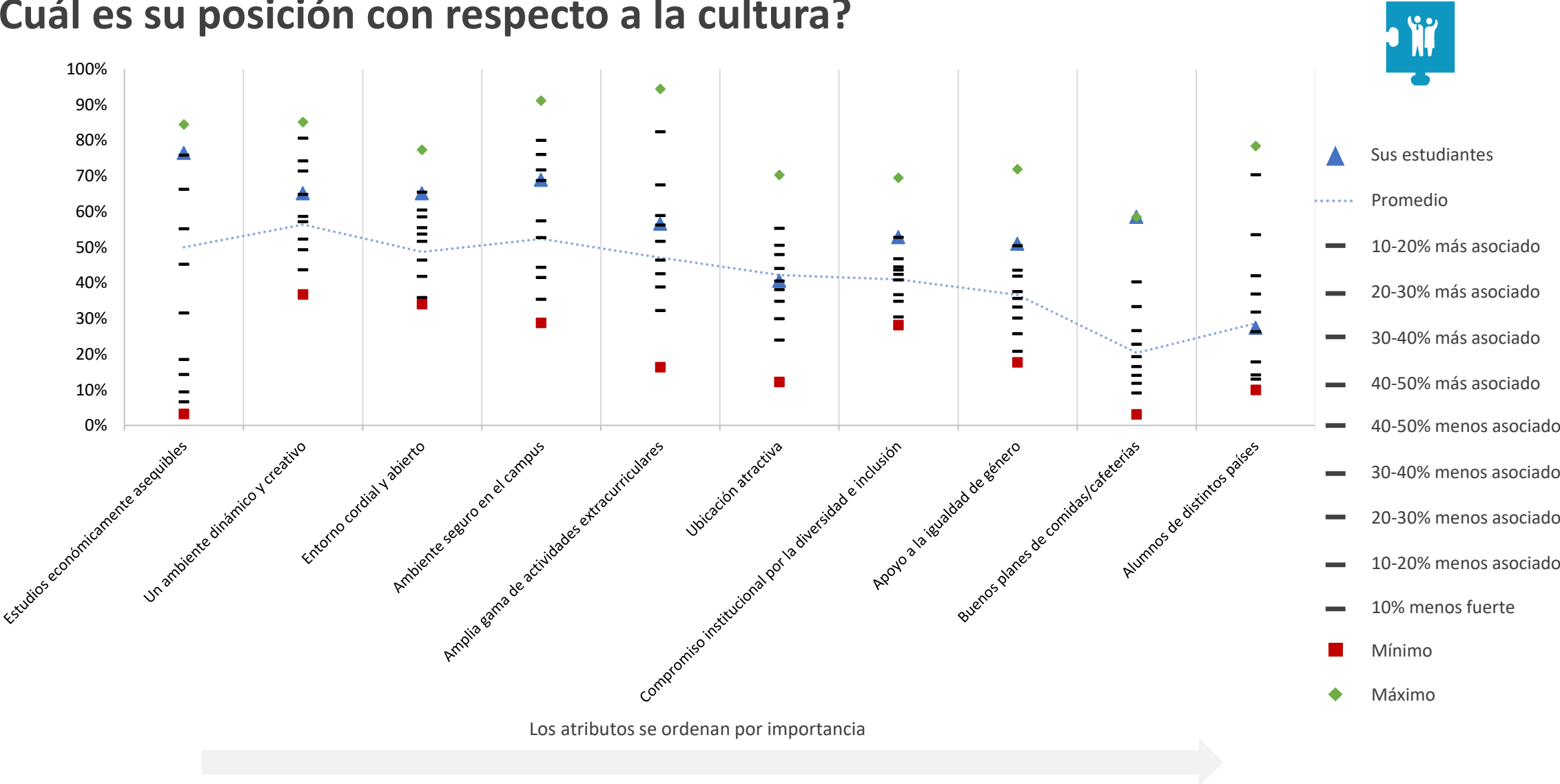


● Sus estudiantes
● Todos los estudiantes
La línea representa 50%



• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

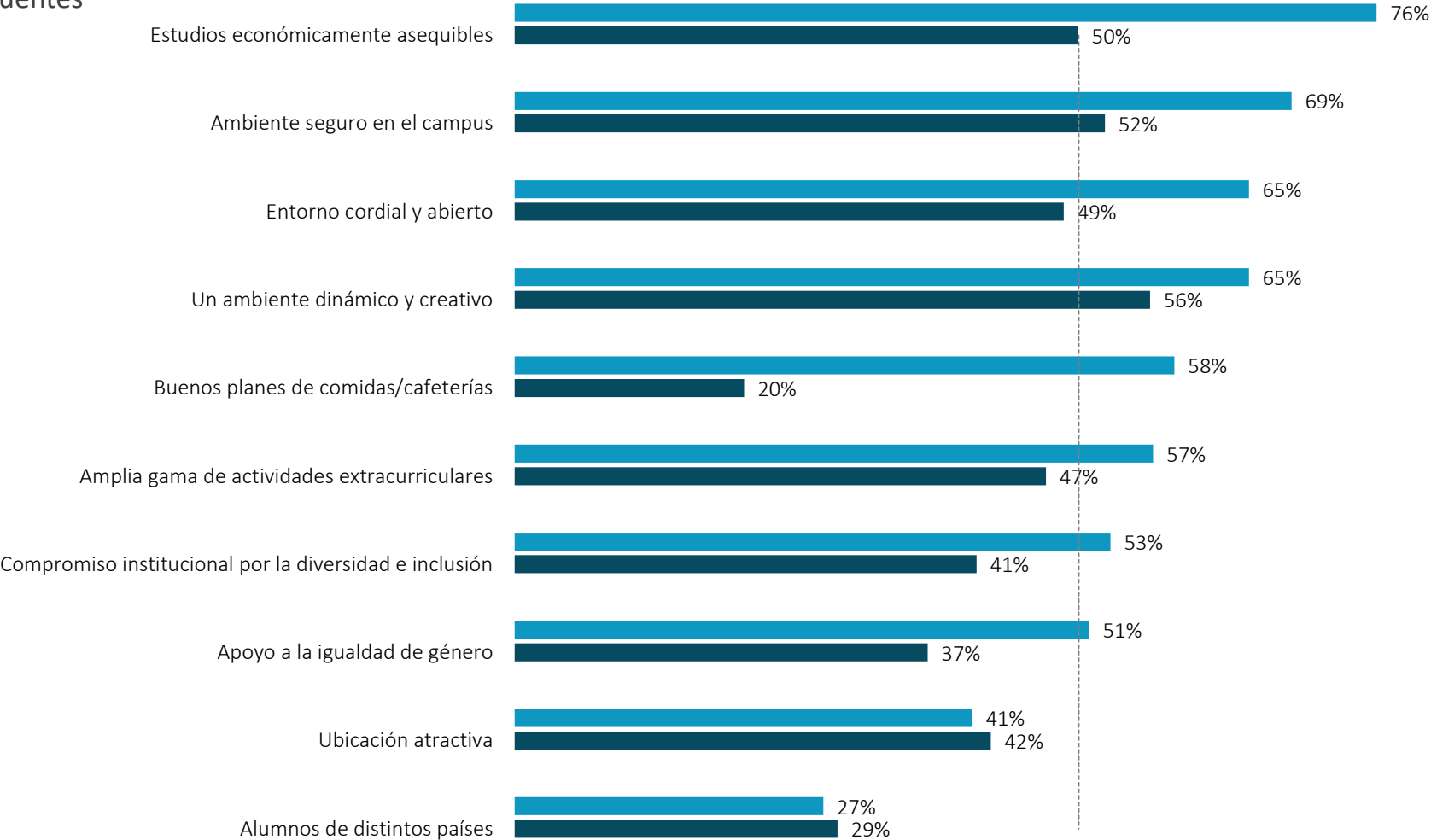
¿Cuál es su posición con respecto a la cultura?



- ¿A qué colegio o universidad asistes? / ¿En qué facultad o universidad obtuvo su título académico más alto?
- ¿Cuál de los siguientes atributos asocia con su facultad o universidad? (Seleccione tantos como corresponda).
- ¿Cuáles de estos son más importantes para usted? (Seleccione un máximo de 3 alternativas).

Cultura

Asociaciones más frecuentes

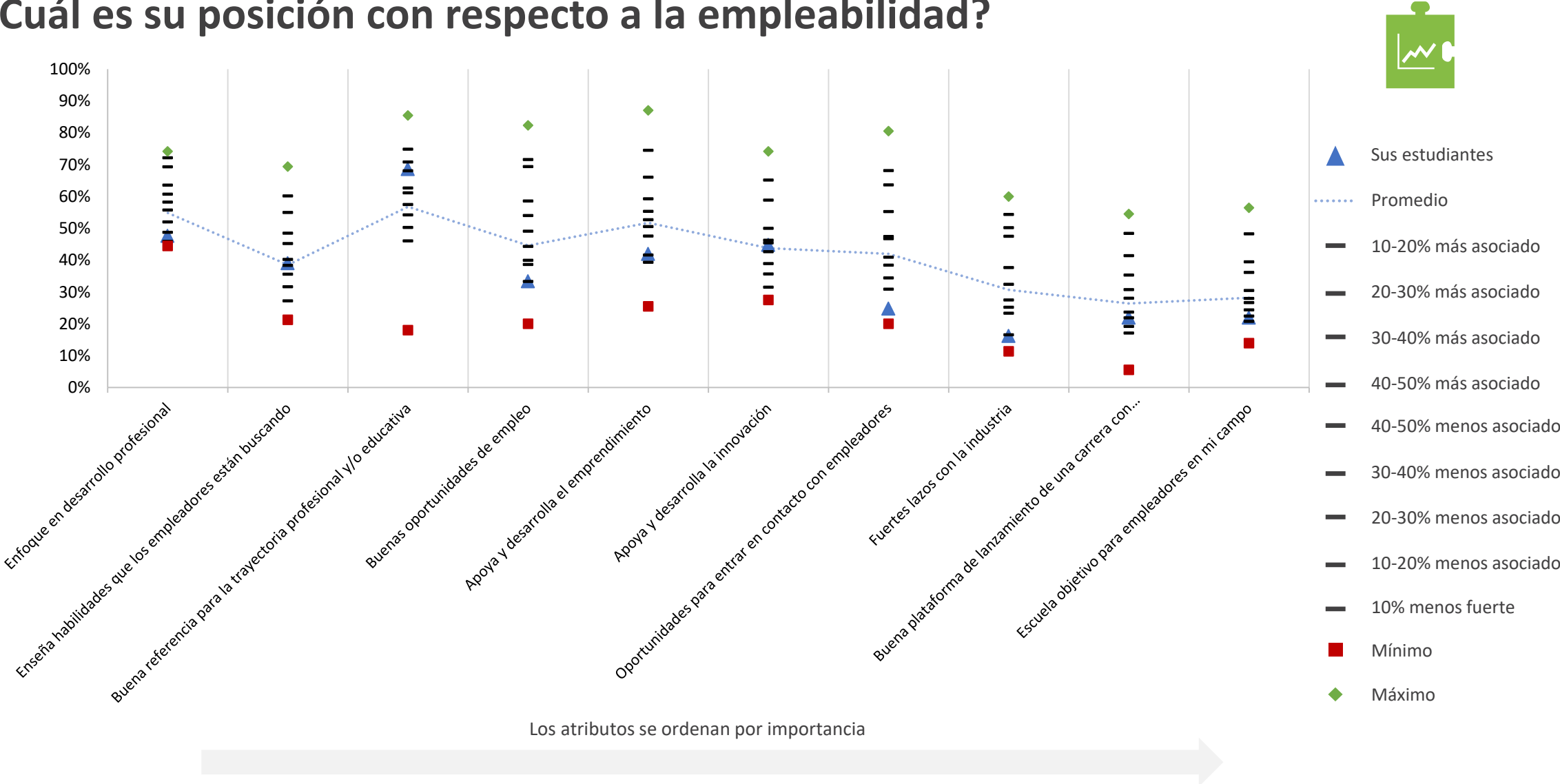


● Sus estudiantes
● Todos los estudiantes
La línea representa 50%



• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

¿Cuál es su posición con respecto a la empleabilidad?



- ¿A qué colegio o universidad asistes? / ¿En qué facultad o universidad obtuvo su título académico más alto?
- ¿Cuál de los siguientes atributos asocia con su facultad o universidad? (Seleccione tantos como corresponda).
- ¿Cuáles de estos son más importantes para usted? (Seleccione un máximo de 3 alternativas).

Empleabilidad

Asociaciones más frecuentes



● Sus estudiantes
● Todos los estudiantes
La línea representa 50%



• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

¿En qué impulsor se apoya su marca según sus estudiantes?



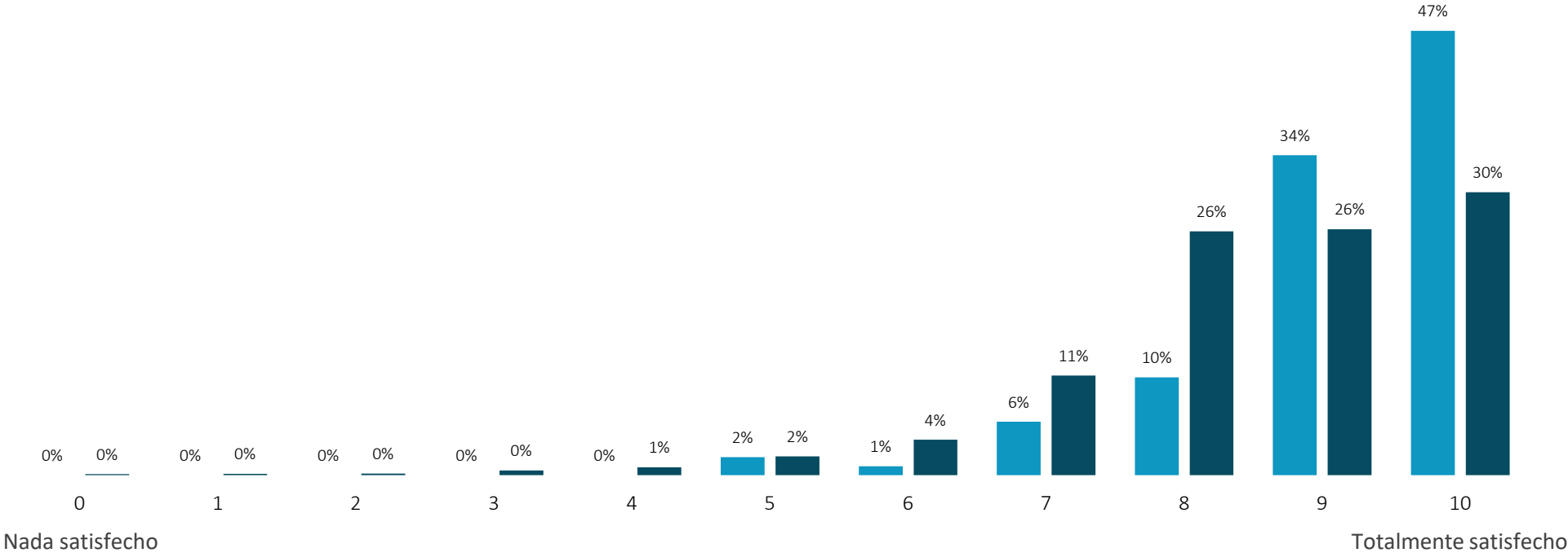
• ¿Cuáles de los siguientes atributos asocia con tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

• Ten en cuenta que el listado de atributos que se muestra aquí considera los cuatro pilares de atraktividad en conjunto (es decir, todos los 40 atributos juntos y no cada grupo por separado).

• El círculo externo muestra datos de Sus estudiantes

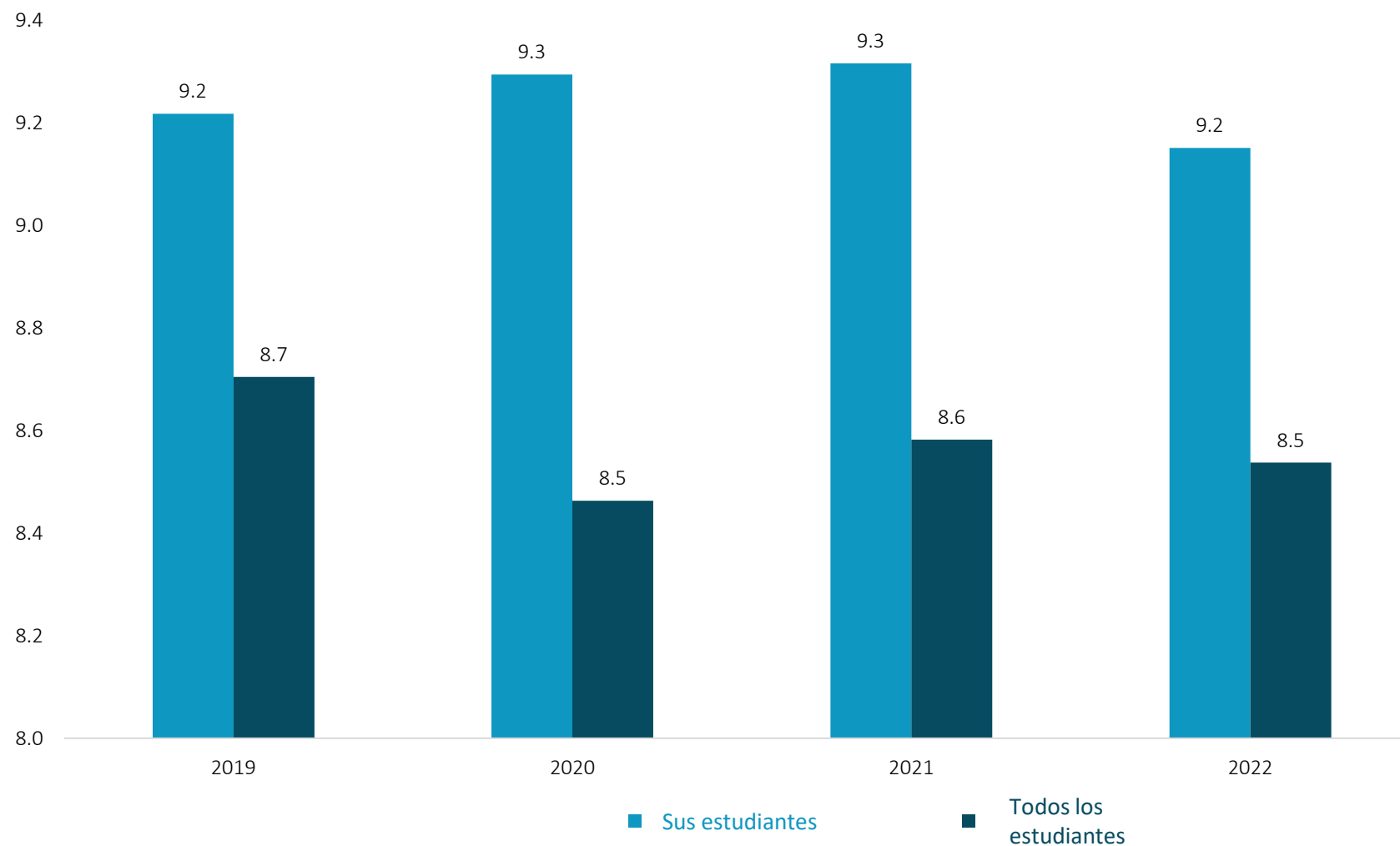
• El círculo interno muestra datos de Todos los estudiantes.

Satisfacción de la universidad



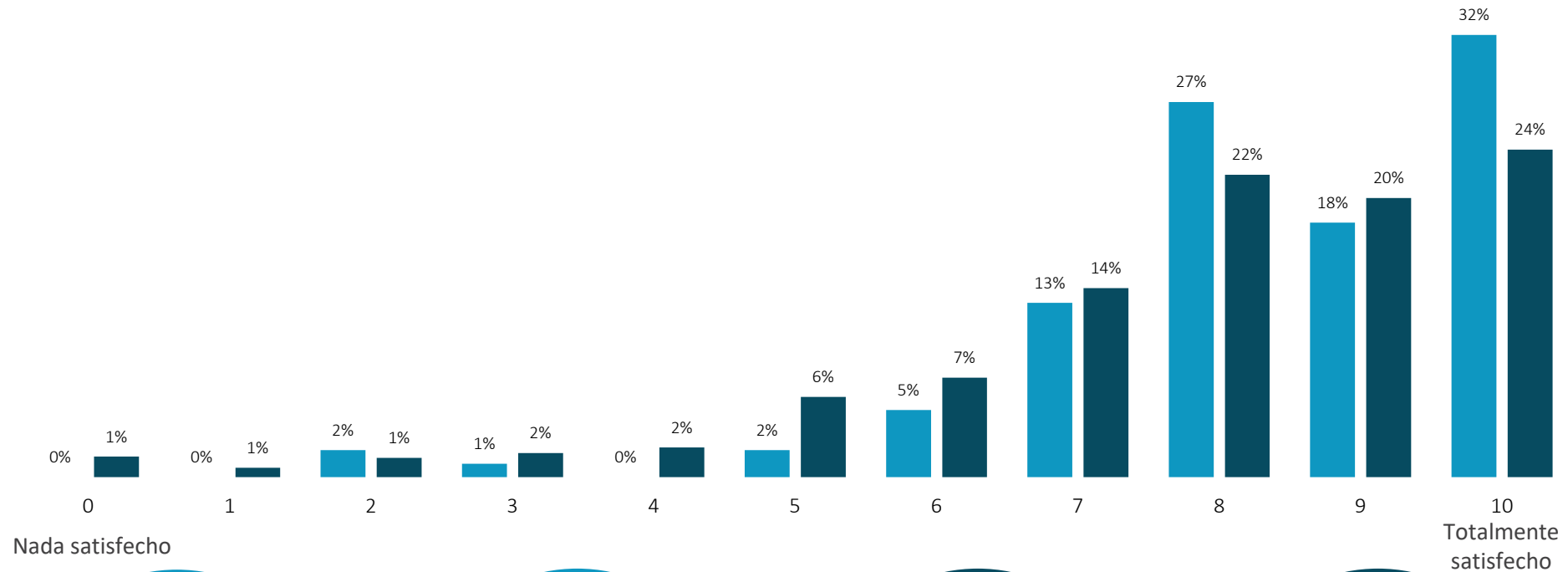
¿Qué tan satisfecho estás/estabas con tu universidad?

Satisfacción con la universidad en el tiempo



• ¿Qué tan satisfecho estás/estabas con tu universidad?

Satisfacción con clases online durante COVID-19



¿Qué tan satisfecho está con la forma en que su universidad o colegio manejó la oferta de clases en línea durante la situación de COVID-19? (0 - Nada satisfecho, 10 - Extremadamente satisfecho)

Índice de contenidos

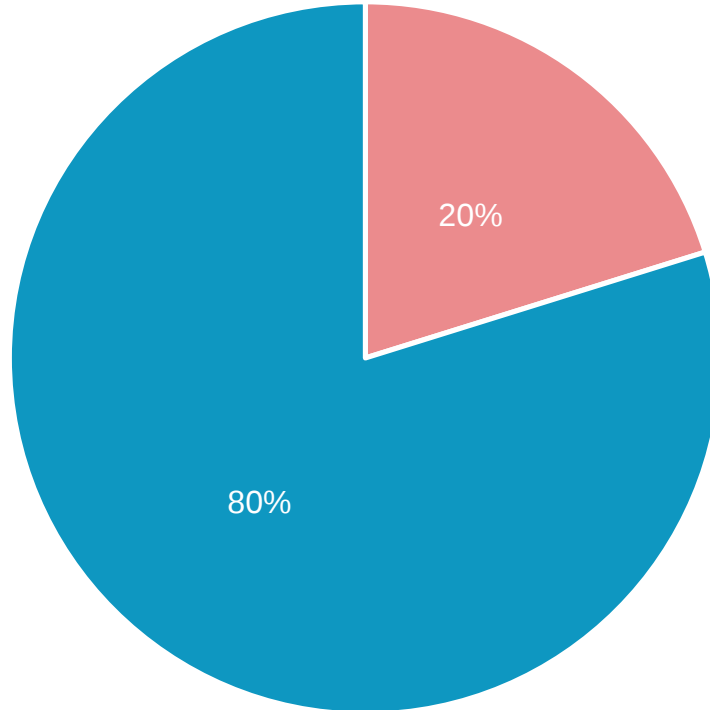
1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEL TALENTO
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
- 4. SERVICIOS DE CARRERA**
5. COMUNICACIÓN
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DE EMPLEADOR
7. RESUMEN
8. APÉNDICE

Este capítulo ilustra qué servicios de carrera utiliza su talento, qué servicios consideran importantes y qué tan satisfechos están con los servicios ofrecidos actualmente.

Le ayudará a enfocarse tácticamente en los servicios de carrera que tienen mayor demanda y son los más efectivos para su talento.

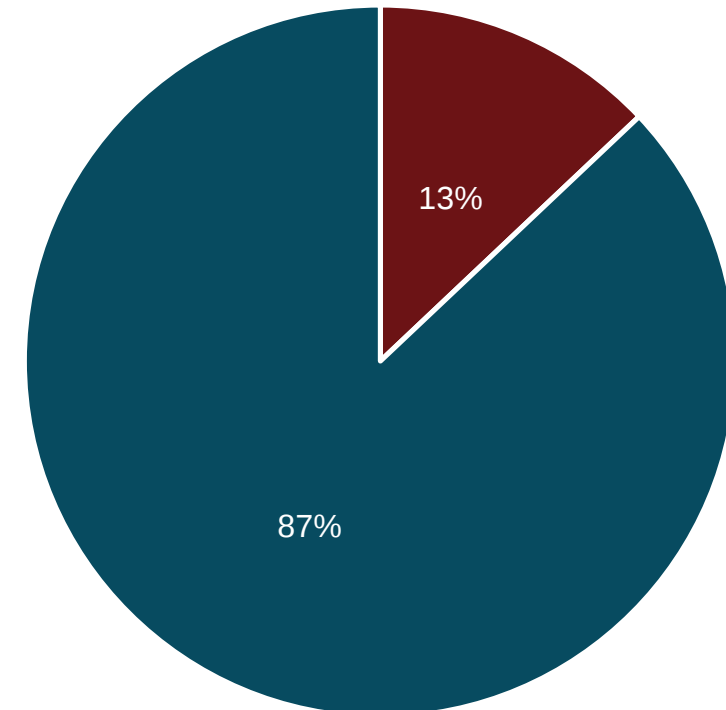
Uso general de los servicios de orientación profesional

Sus estudiantes



- Porcentaje de estudiantes que utilizan uno o más servicios de orientación profesional en su universidad
- Porcentaje de estudiantes que no utilizan ningún servicio de orientación profesional en su universidad

Todos los estudiantes

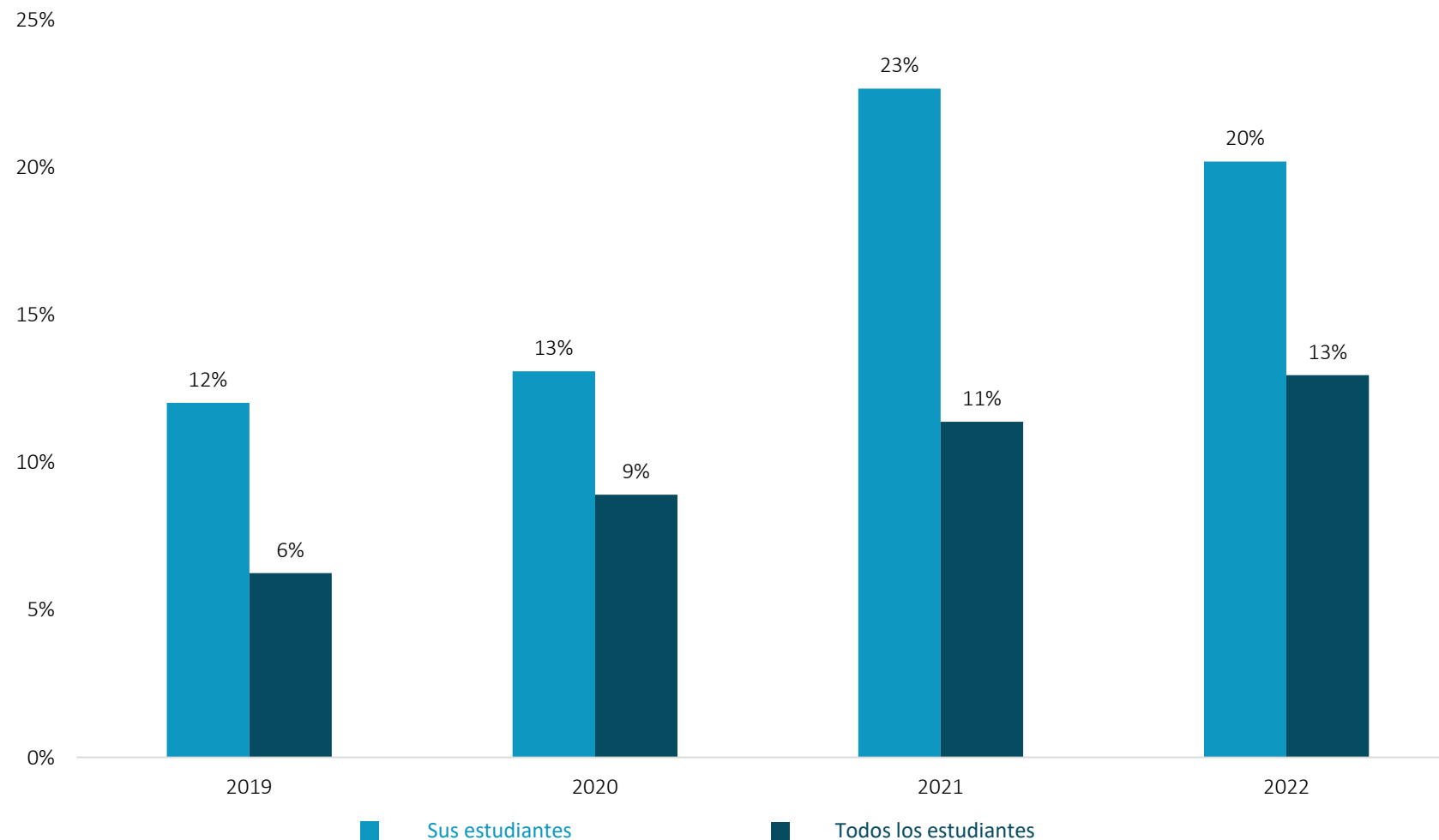


- Porcentaje de estudiantes que utilizan uno o más servicios de orientación profesional en su universidad
- Porcentaje de estudiantes que no utilizan ningún servicio de orientación profesional en su universidad



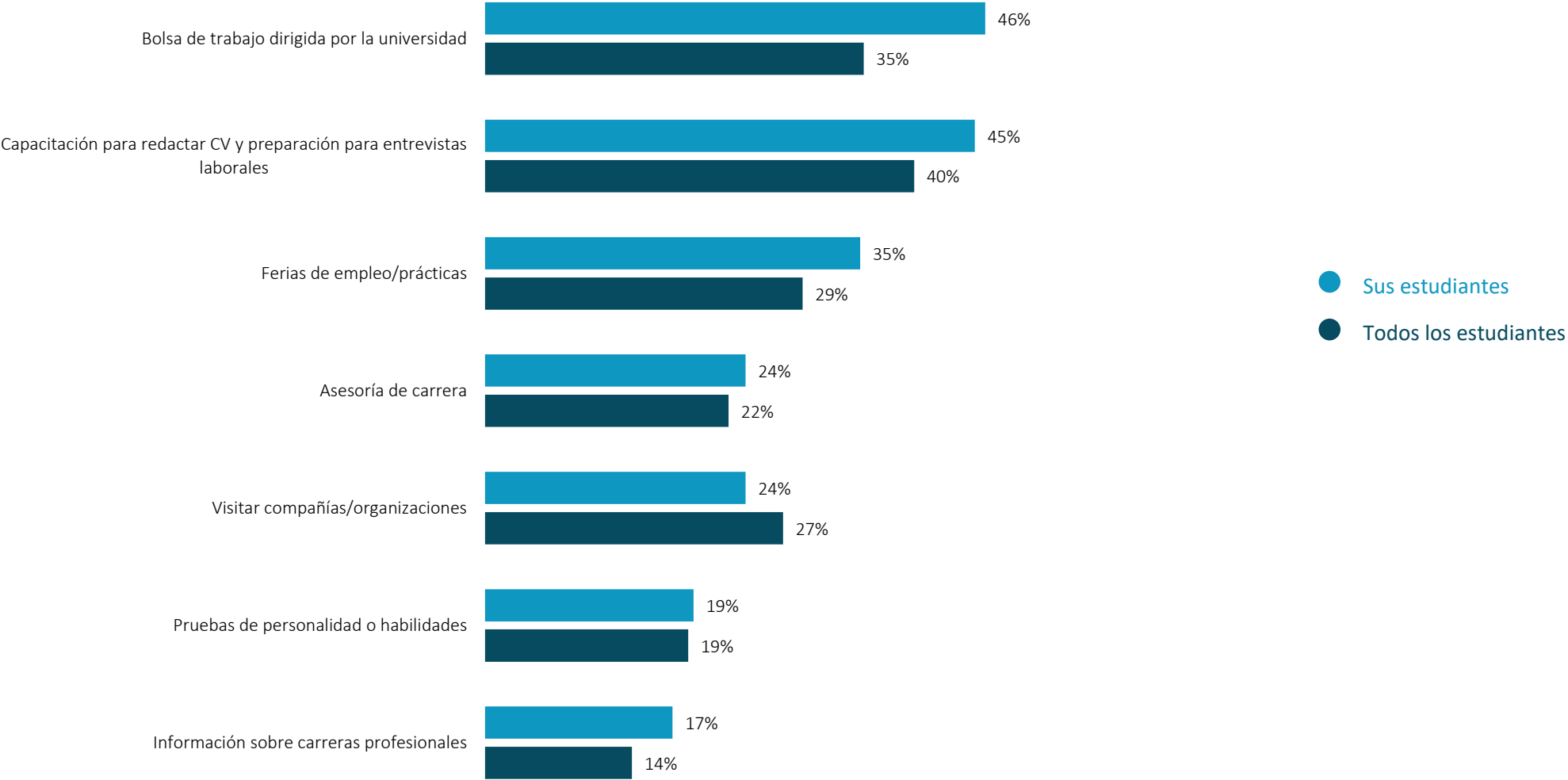
• ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional has utilizado en tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

% de estudiantes que no utilizan ningún servicio de orientación profesional



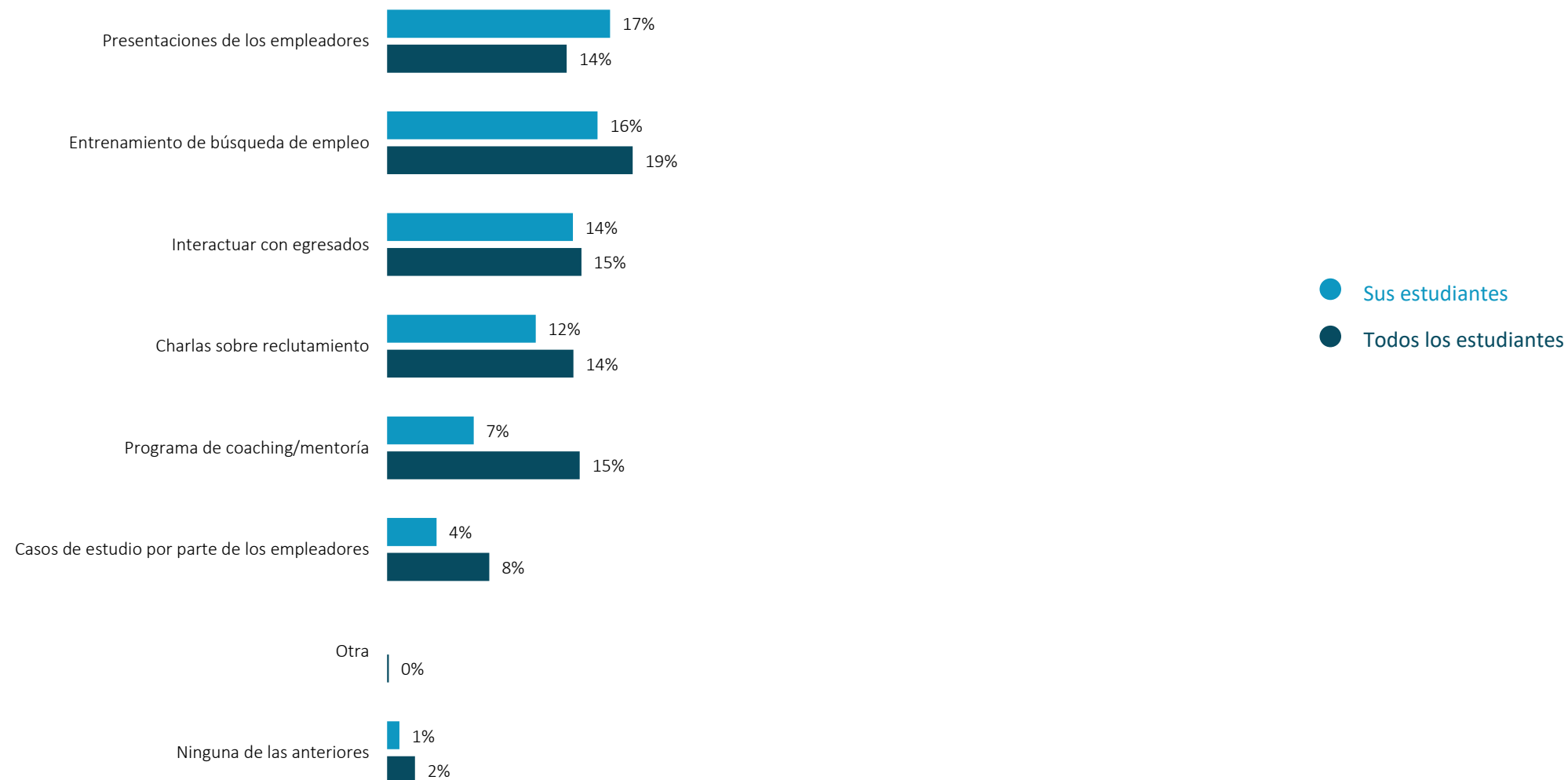
• ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional has utilizado en tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

Los servicios profesionales más útiles (1/2)



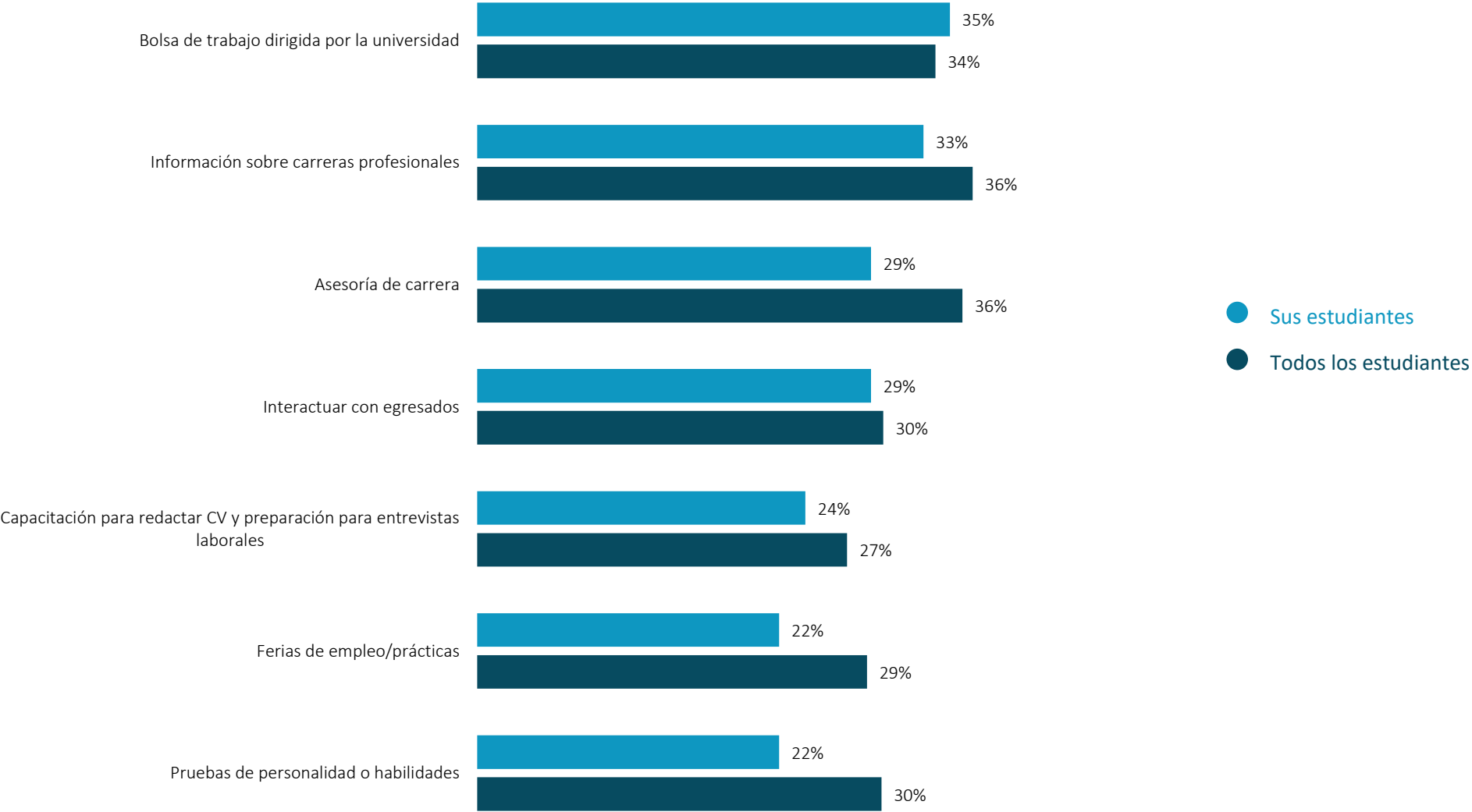
¿Cuáles de estos servicios de orientación profesional te resulta más útil? (Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.)

Los servicios profesionales más útiles (2/2)



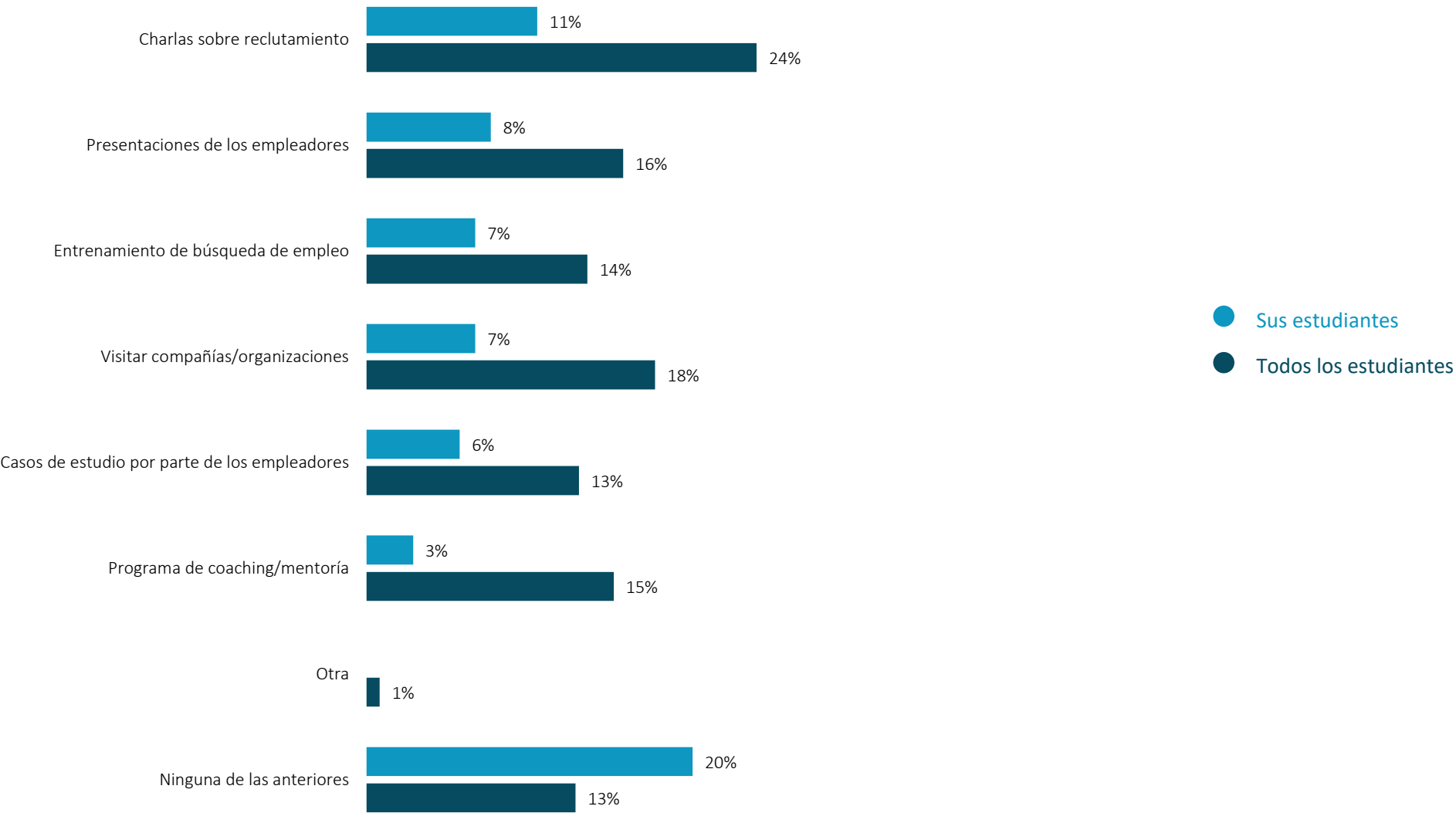
¿Cuáles de estos servicios de orientación profesional te resulta más útil? (Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.)

Los servicios profesionales más utilizados (1/2)



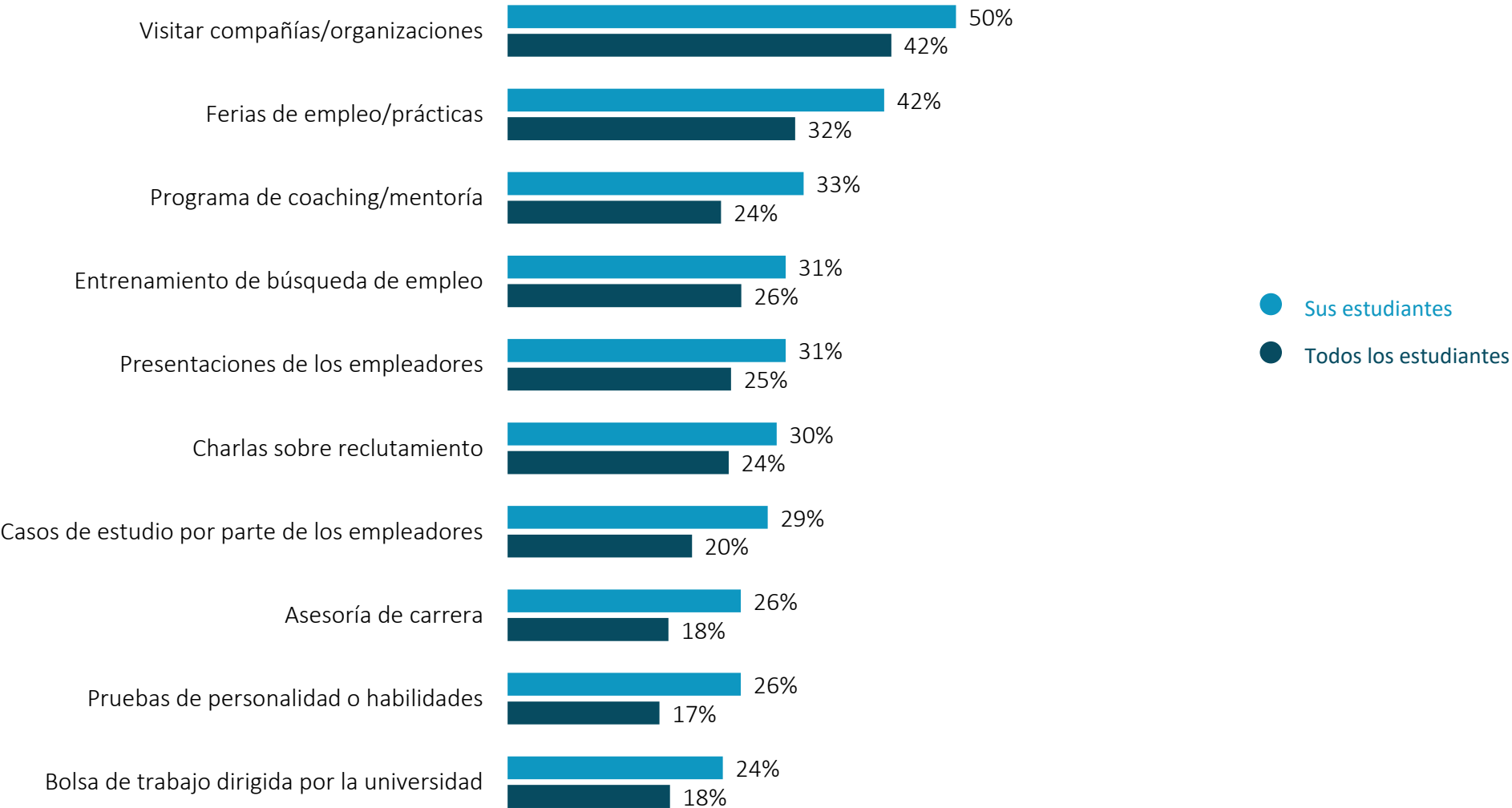
• ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional has utilizado en tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

Los servicios profesionales más utilizados (2/2)



• ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional has utilizado en tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

Los servicios de orientación profesional que sus estudiantes no utilizó por COVID-19



¿Cuál de estos servicios profesionales no usó porque el acceso a ellos estaba limitado debido a la situación del COVID-19? (Seleccione tantos como corresponda).



Según su respuesta, si usaron servicios profesionales específicos o no, se les preguntó a sus estudiantes si no usaron estos servicios debido a COVID-19.

Los mayores cambios de 2021 a 2022: uso del servicio de carrera

Sus estudiantes

1. Capacitación para redactar CV y preparación para entrevistas laborales 24% (20%)
2. Bolsa de trabajo dirigida por la universidad 35% (32%)
3. Información sobre carreras profesionales 33% (32%)

Todos los estudiantes

1. Bolsa de trabajo dirigida por la universidad 34% (33%)
2. Entrenamiento de búsqueda de empleo 14% (13%)
3. Casos de estudio por parte de los empleadores 13% (13%)

Aumento en uso

Disminución en uso

1. Casos de estudio por parte de los empleadores 6% (11%)
2. Ferias de empleo/prácticas 22% (28%)
3. Visitar compañías/organizaciones 7% (20%)

1. Presentaciones de los empleadores 16% (18%)
2. Visitar compañías/organizaciones 18% (24%)
3. Ferias de empleo/prácticas 29% (35%)



• ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional has utilizado en tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

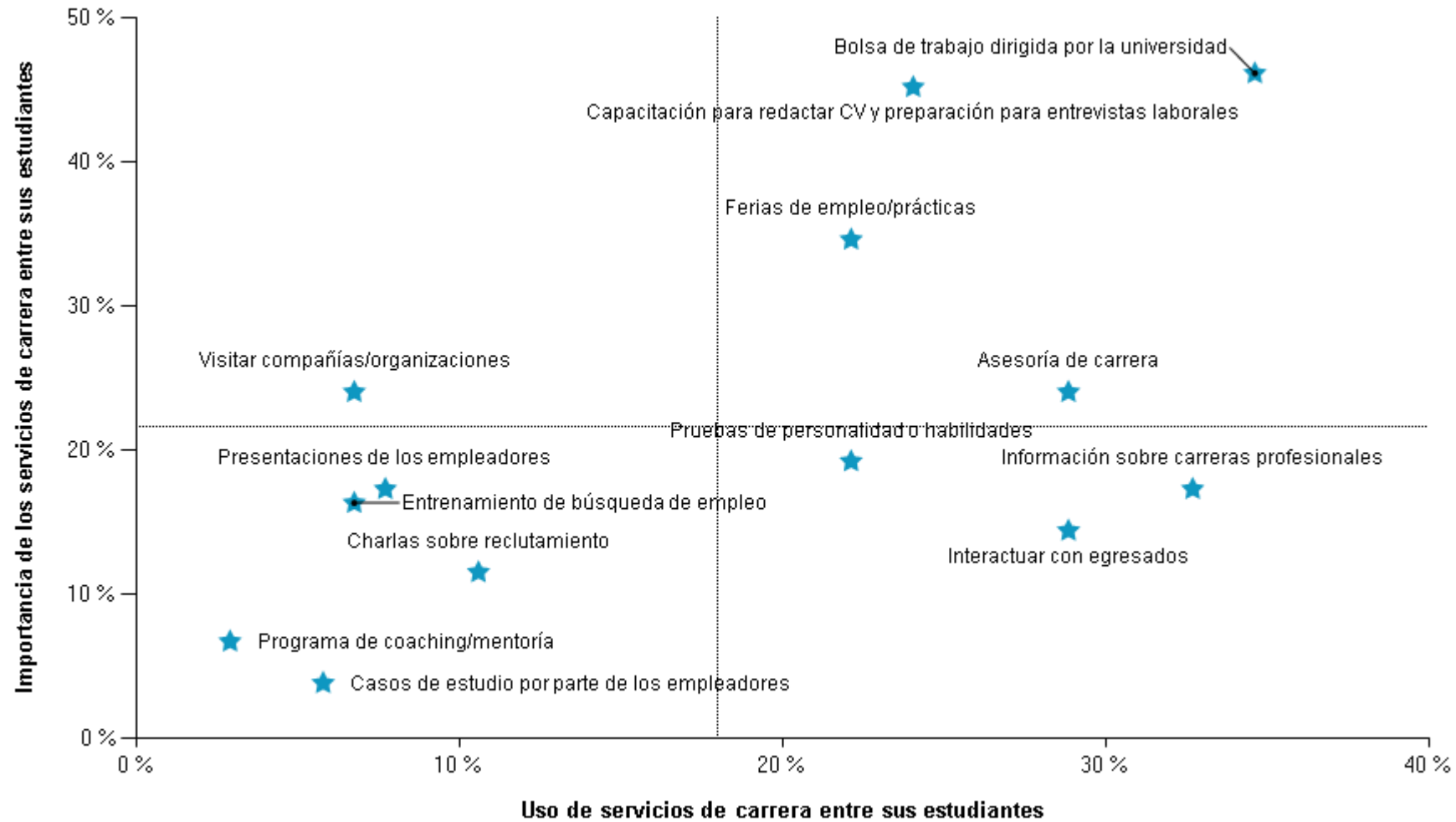


• Los números junto a los servicios profesionales muestran el porcentaje de 2022 con el porcentaje de 2021 en ().

¿Están sus estudiantes usando los servicios de orientación profesional que son importante para ellos?



Demanda de servicios profesionales frente a uso



- ¿Cuáles de estos servicios de orientación profesional te resulta más útil? (Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.)
- ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional has utilizado en tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

Desglose de la demanda y del uso de servicios profesionales por carrera

Los servicios de orientación profesional **más buscados por los estudiantes de licenciatura**

Bolsa de trabajo dirigida por la universidad

Capacitación para redactar CV y preparación para entrevistas laborales

Ferias de empleo/prácticas



Los servicios de orientación profesional **más buscados por los estudiantes de maestría**



Los servicios de orientación profesional **más usados por los estudiantes de licenciatura**

Bolsa de trabajo dirigida por la universidad

Información sobre carreras profesionales

Asesoría de carrera

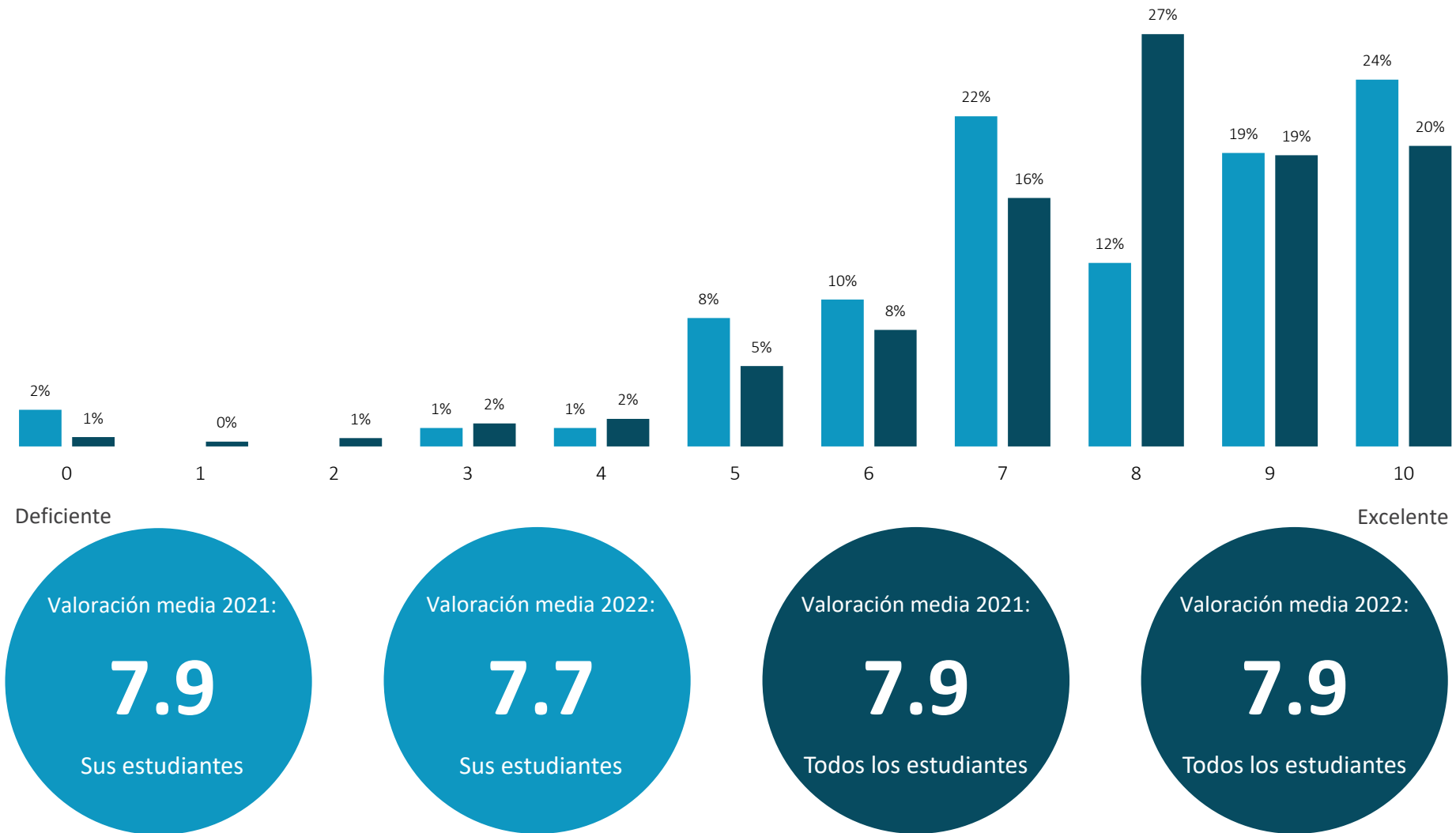


Los servicios de orientación profesional **más usados por los estudiantes de maestría**



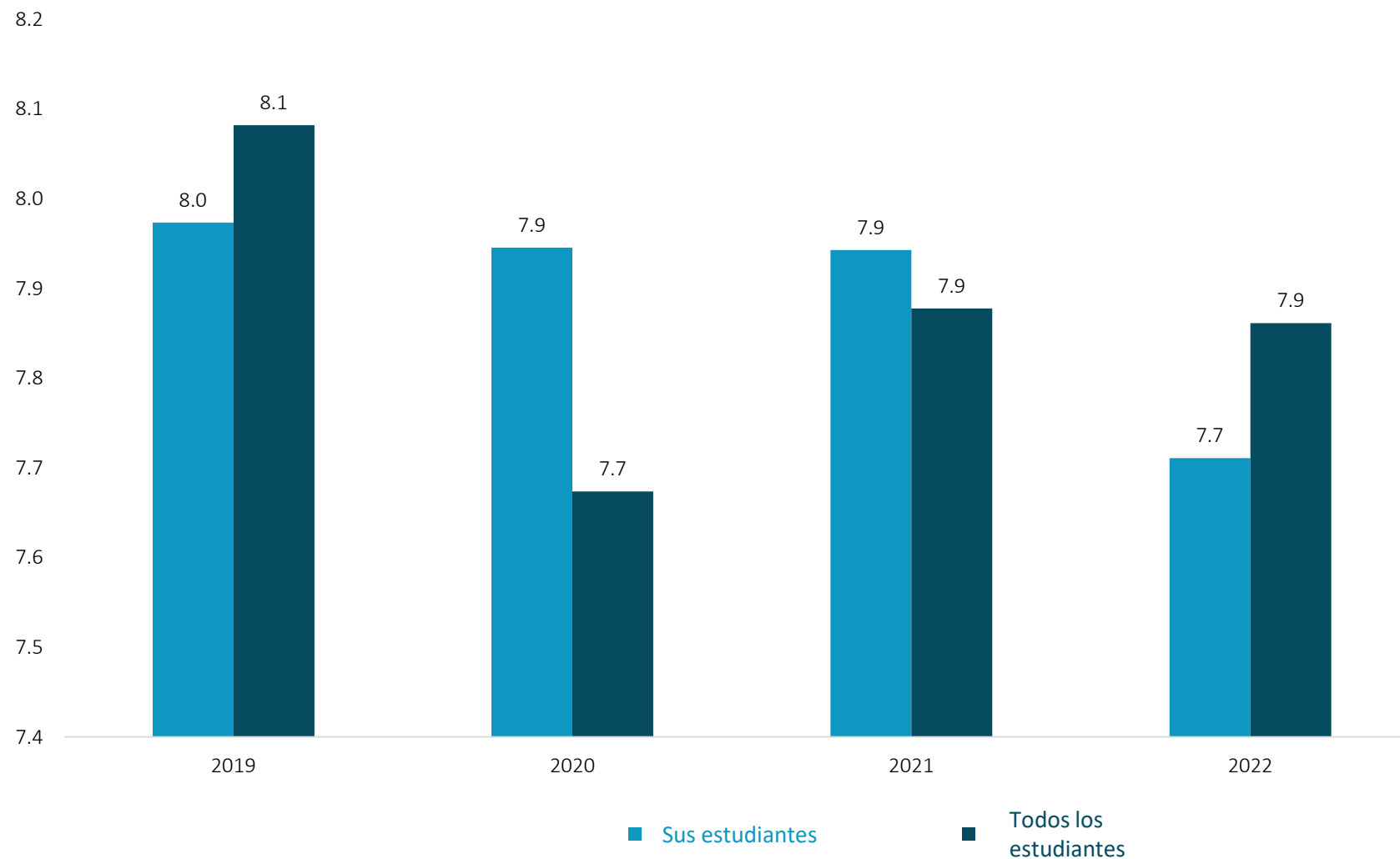
- ¿Cuáles de estos servicios de orientación profesional te resulta más útil? (Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.)
- ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional has utilizado en tu universidad? Por favor, selecciona tantos como corresponda.

Satisfacción con los servicios de orientación profesional



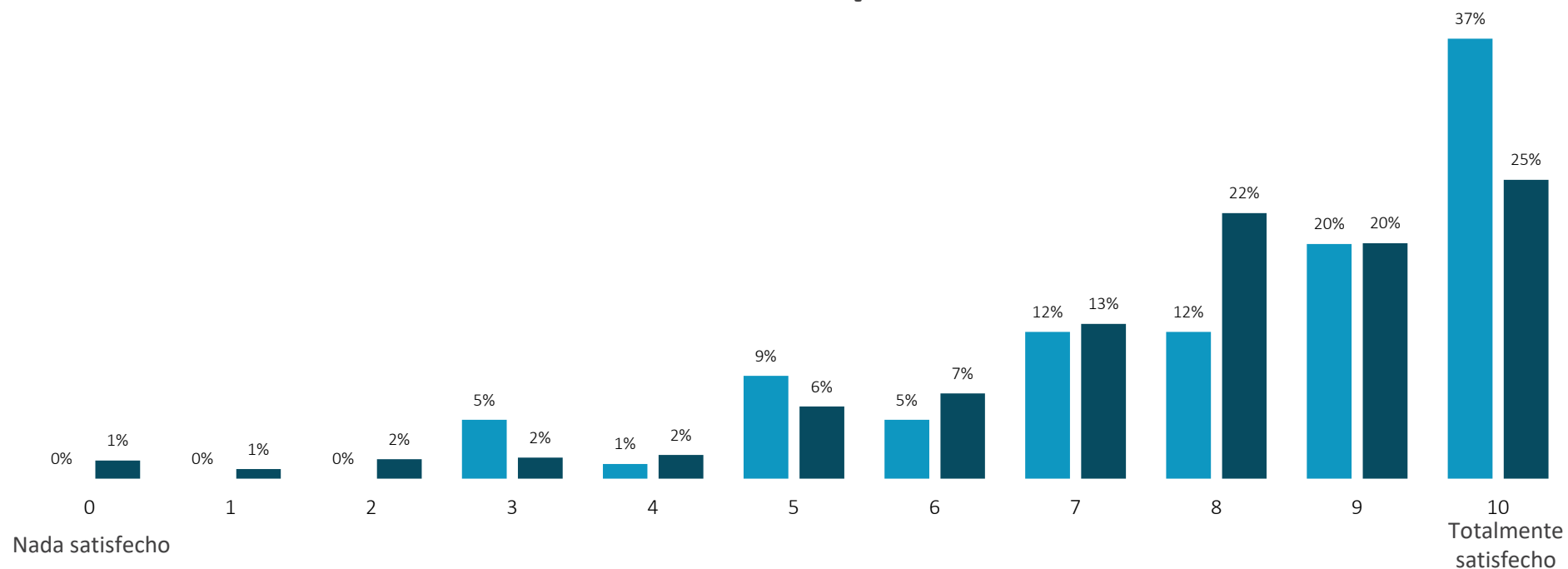
¿Cómo calificarías los servicios de orientación profesional que ofrece tu universidad? (0 - Pobre, 10 - Excelente)

Satisfacción de servicios de orientación profesional a lo largo del tiempo



• ¿Cómo calificarías los servicios de orientación profesional que ofrece tu universidad? (0 - Pobre, 10 - Excelente)

Satisfacción con los servicios de orientación profesional durante COVID-19



Valoración media 2021:

8.0

Sus estudiantes

Valoración media 2022:

8.2

Sus estudiantes

Valoración media 2021:

7.7

Todos los estudiantes

Valoración media 2022:

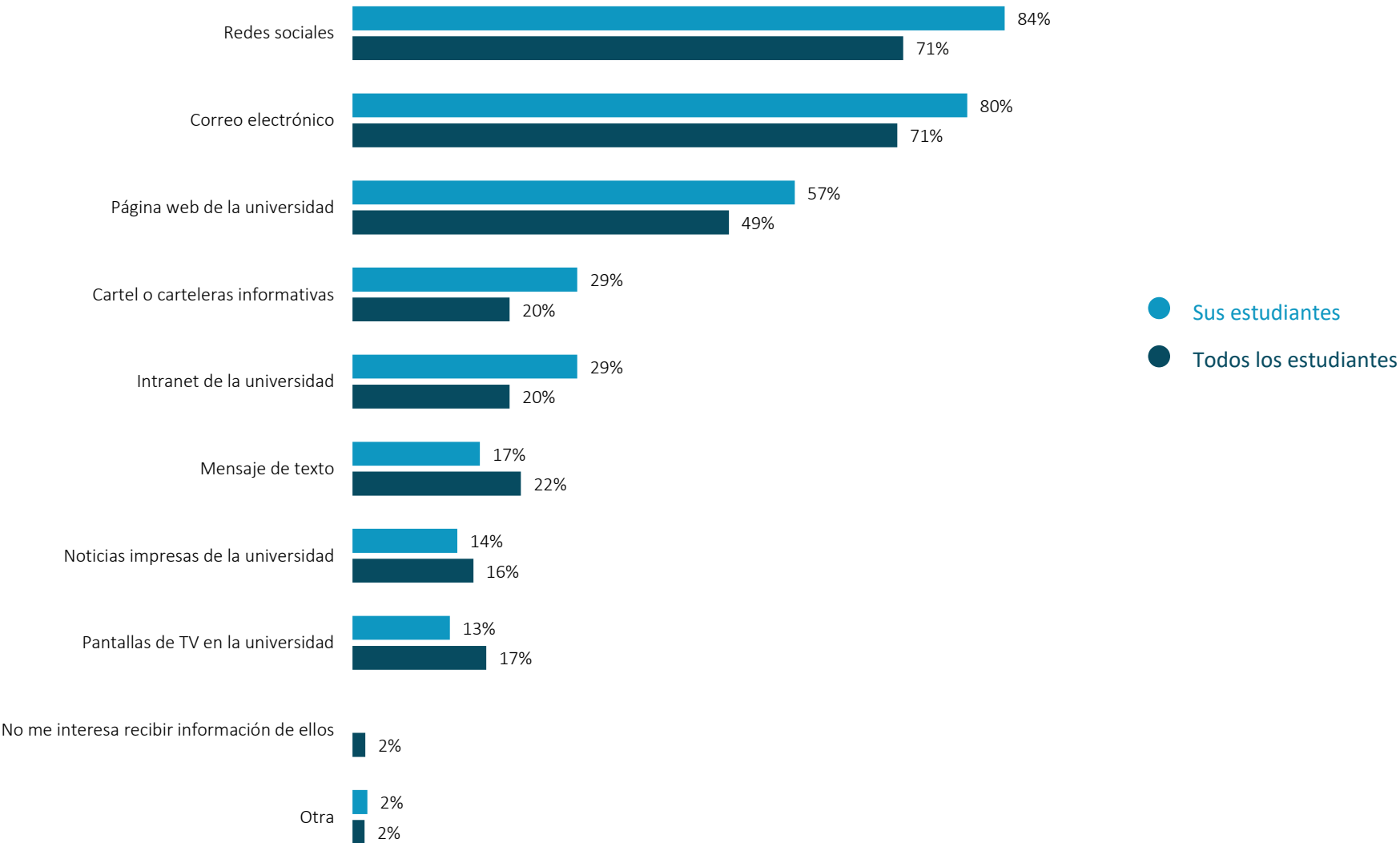
7.8

Todos los estudiantes



¿Qué tan satisfecho estás con la forma en que tu universidad o facultad manejó la oferta de servicios profesionales durante la situación de COVID-19? (0 - Nada satisfecho, 10 - Totalmente satisfecho)

Canales de comunicación recomendados para obtener información sobre servicios profesionales



¿Qué canales te gustaría que utilizara el departamento de servicios de orientación profesional para comunicarse contigo? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEL TALENTO
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
4. SERVICIOS DE CARRERA
- 5. COMUNICACIÓN**
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DE EMPLEADOR
7. RESUMEN
8. APÉNDICE

Este capítulo cubre cómo su talento prefiere comunicarse e interactuar con los empleadores.

Revelará dónde sus compañeros son comunicadores exitosos.

Además, educará a los empleadores sobre las plataformas que deben usar para interactuar con su talento.

Mejores actividades de reclutamiento

Sus estudiantes

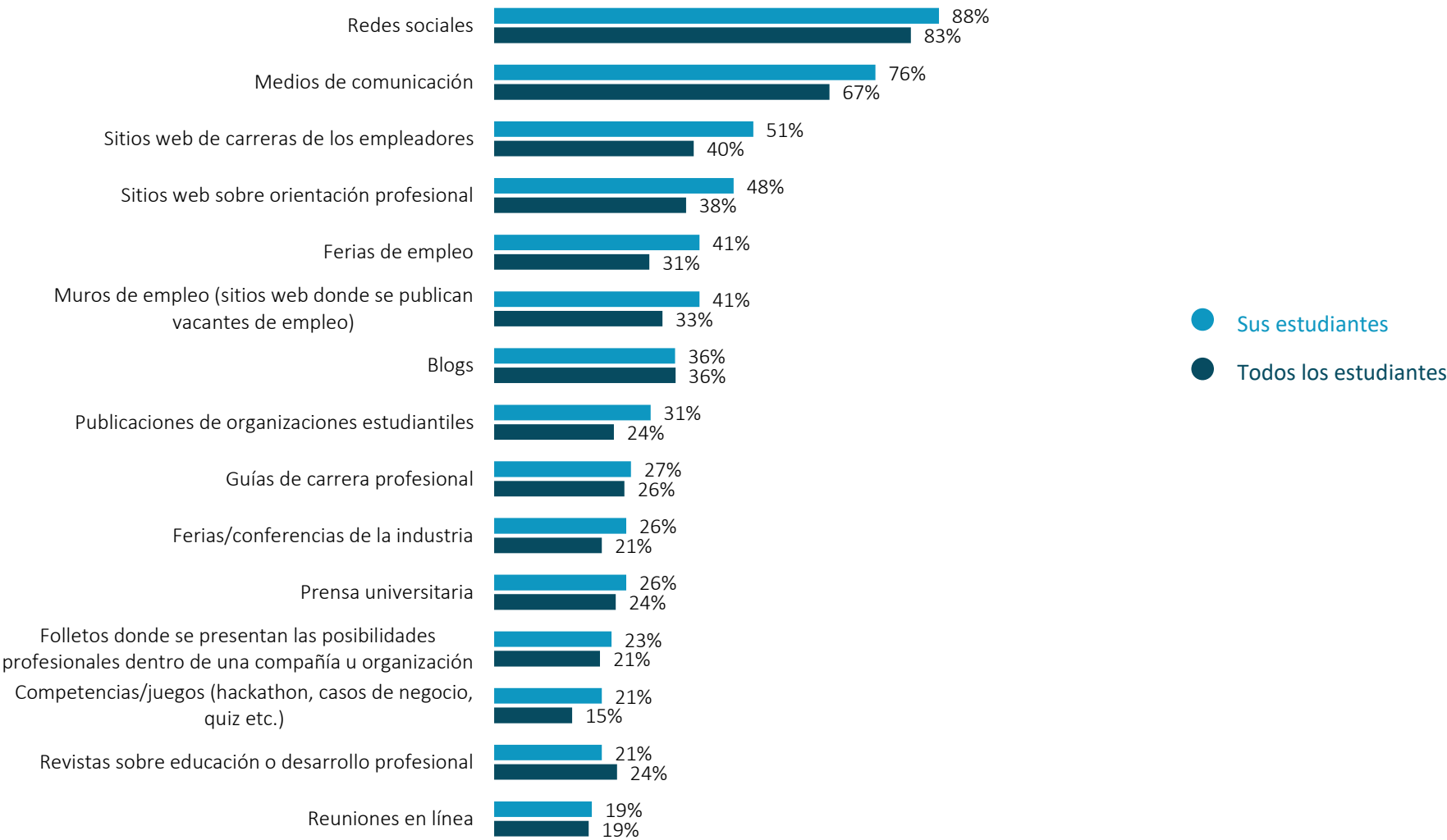


Todos los estudiantes



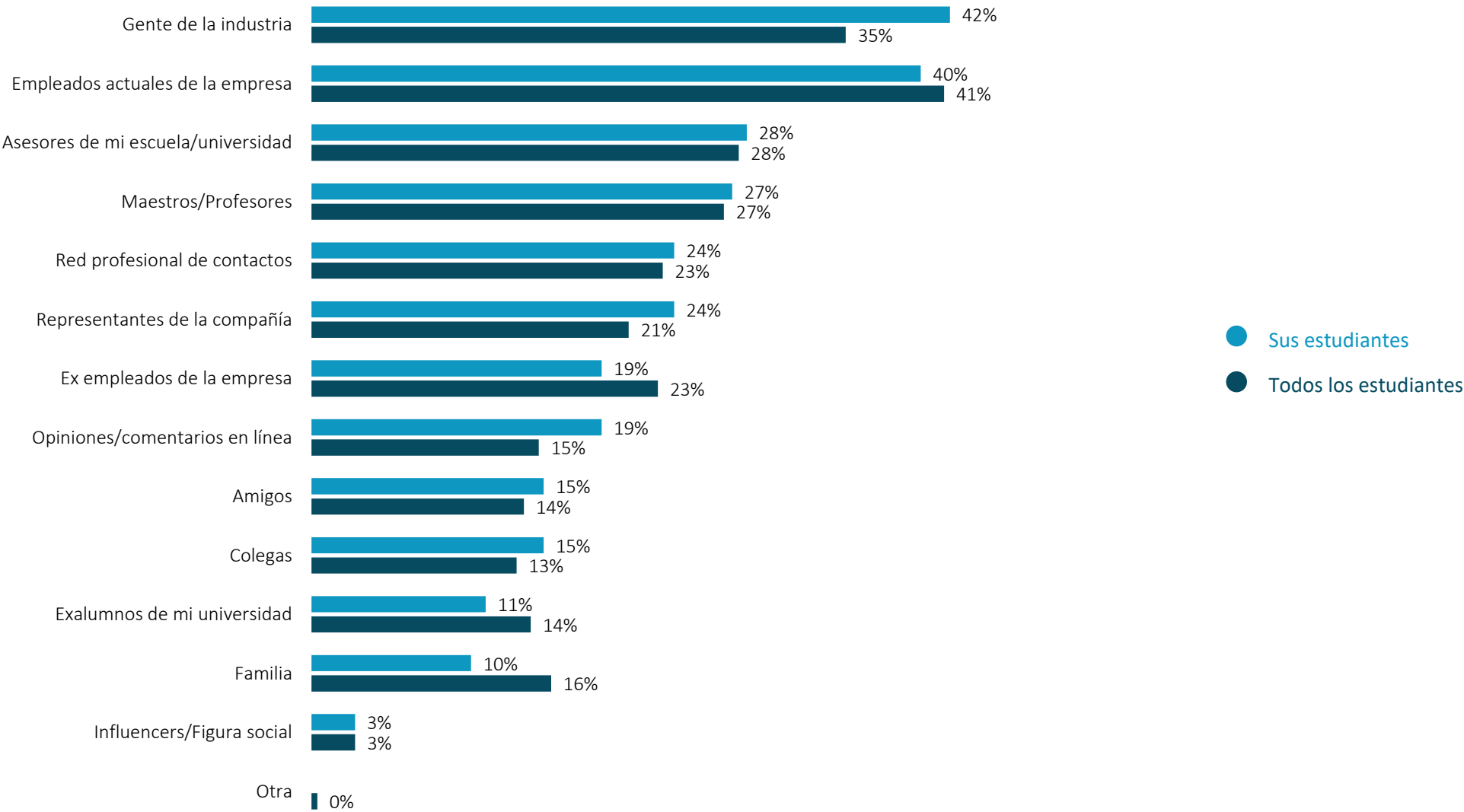
¿Qué empleador te ha impresionado más con sus actividades de contratación a través de tu universidad en los últimos 12 meses?

Canales de comunicación - Top 15



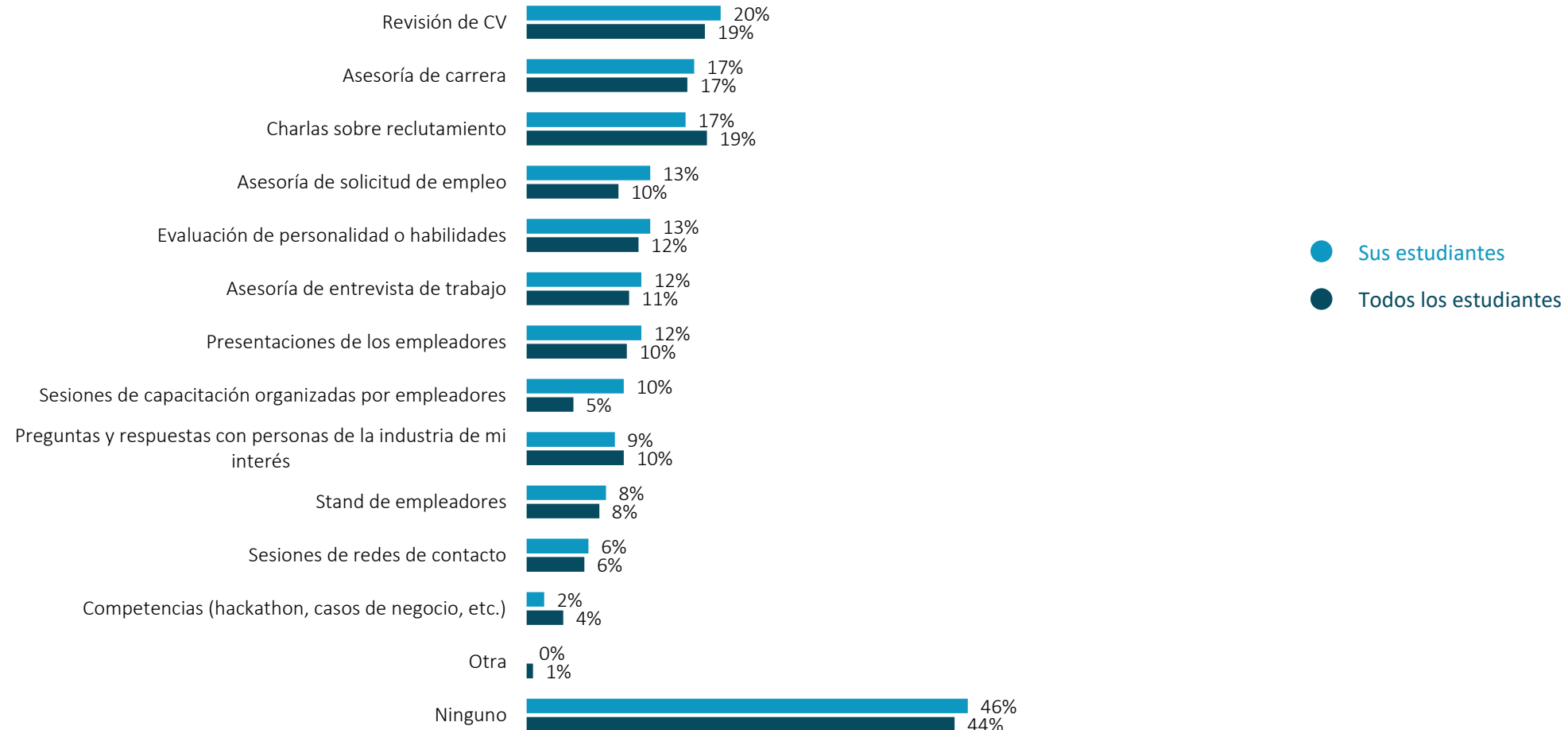
• ¿A través de qué medios has escuchado de estos empleadores en los últimos 12 meses? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

Fuentes en las que confían los estudiantes al seleccionar un empleador



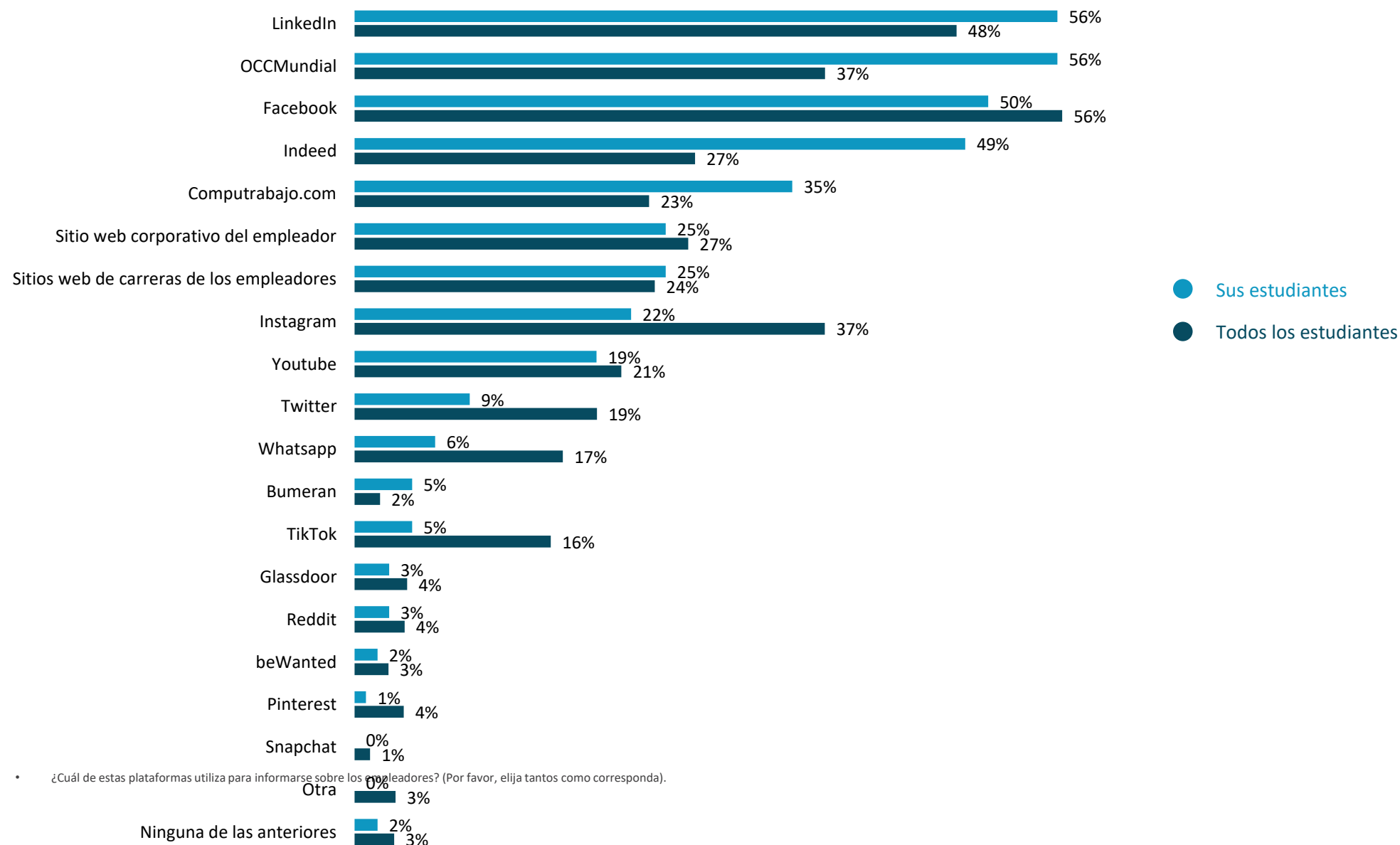
• En general, ¿en qué fuentes confías más al seleccionar un empleador para el que trabajar? (Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.)

Participación en actividades de ferias de empleo

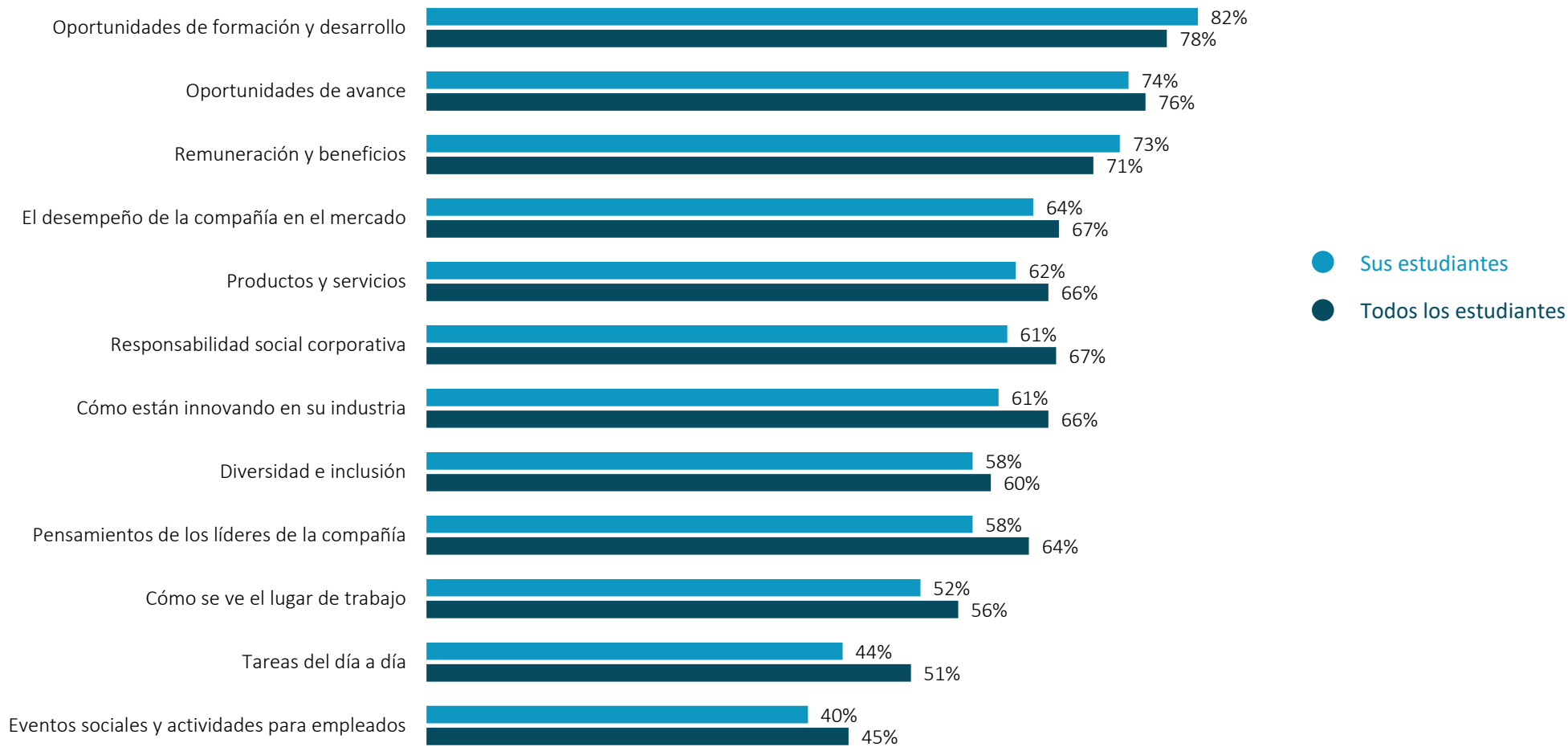


¿En qué actividades/servicios de ferias profesionales participó o utilizó? (Por favor, elija tantos como corresponda).

Plataformas en línea más utilizadas



Temas importantes para enfocarse al publicar en canales en línea



¿Qué tan importante es para ti que el empleador muestre este tipo de información en sus canales digitales?

En este gráfico se muestra el porcentaje de encuestados que respondieron Muy importante e Importante en una escala de 4 puntos que va de Muy importante a Nada importante.

Empleadores con la presencia más impresionante en redes sociales

Sus estudiantes



Todos los estudiantes

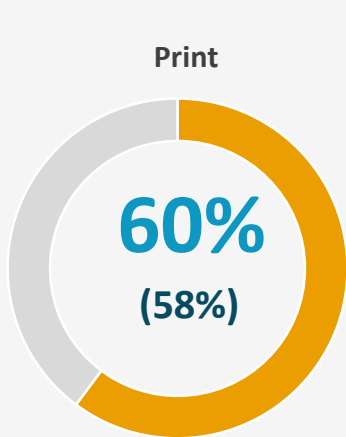
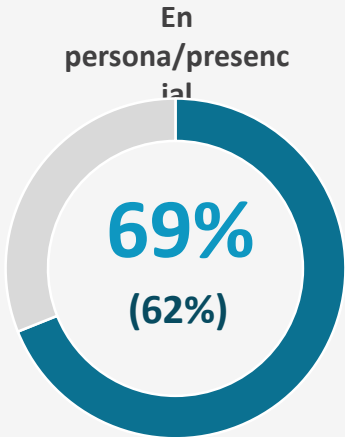
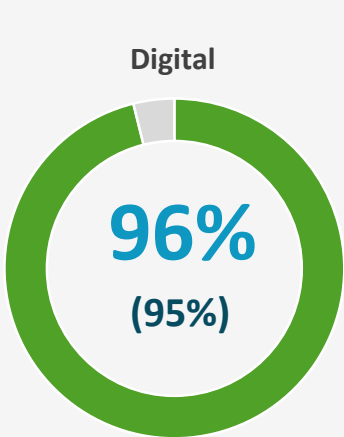


¿Qué empleador te ha impresionado más con sus actividades en redes sociales en los últimos 12 meses?

Resumen de comunicación

6.5

es la cantidad de canales que usa Sus estudiantes en promedio para obtener información sobre los empleadores (en comparación con 5.9 por Todos los estudiantes)



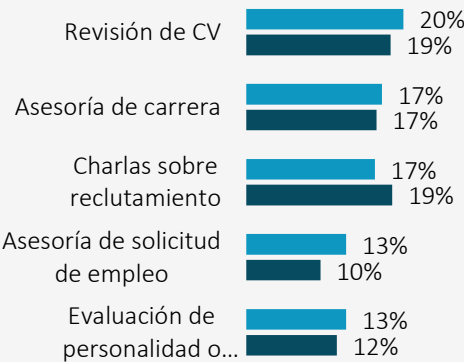
Porcentaje de talento utilizando **diferentes tipos de** canales de comunicación

Sus estudiantes
Todos los estudiantes

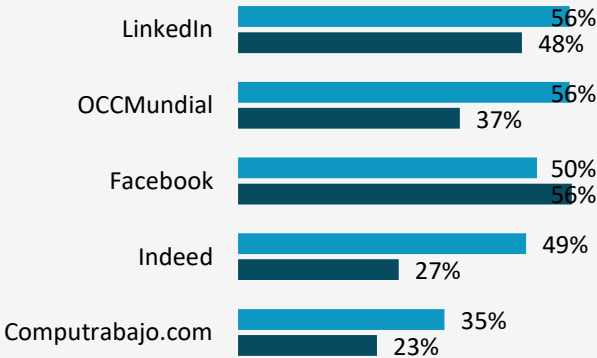
Canales de comunicación más utilizados



Participación en actividades de ferias de empleo.



Plataformas en línea más utilizadas



Sus estudiantes
Todos los estudiantes

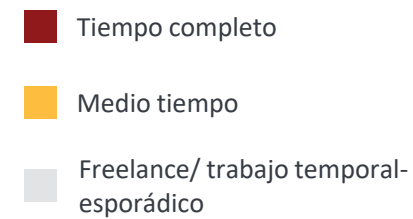
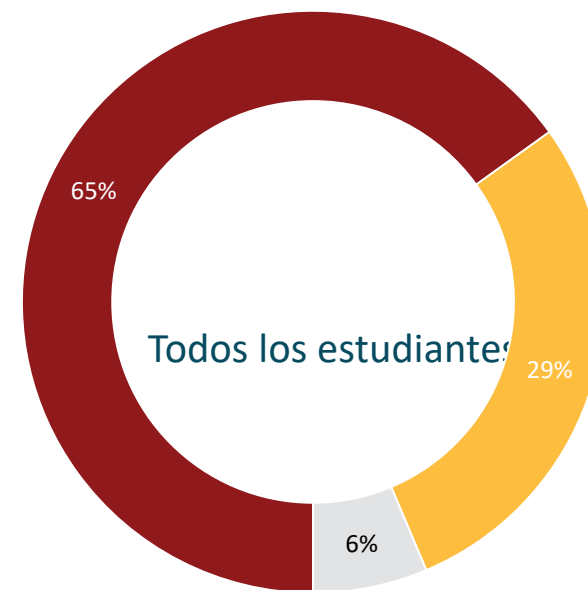
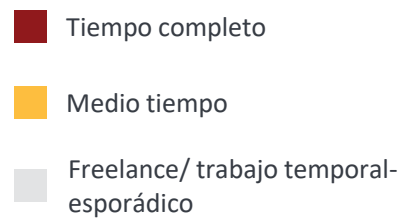
Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEL TALENTO
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
4. SERVICIOS DE CARRERA
5. COMUNICACIÓN
- 6. CARRERA Y PREFERENCIAS DE EMPLEADOR**
7. RESUMEN
8. APÉNDICE

Este capítulo se enfoca en los atributos del empleador que son más atractivos para su talento y cubre la elección preferida de empleadores de su talento, incluidos sus empleadores ideales.

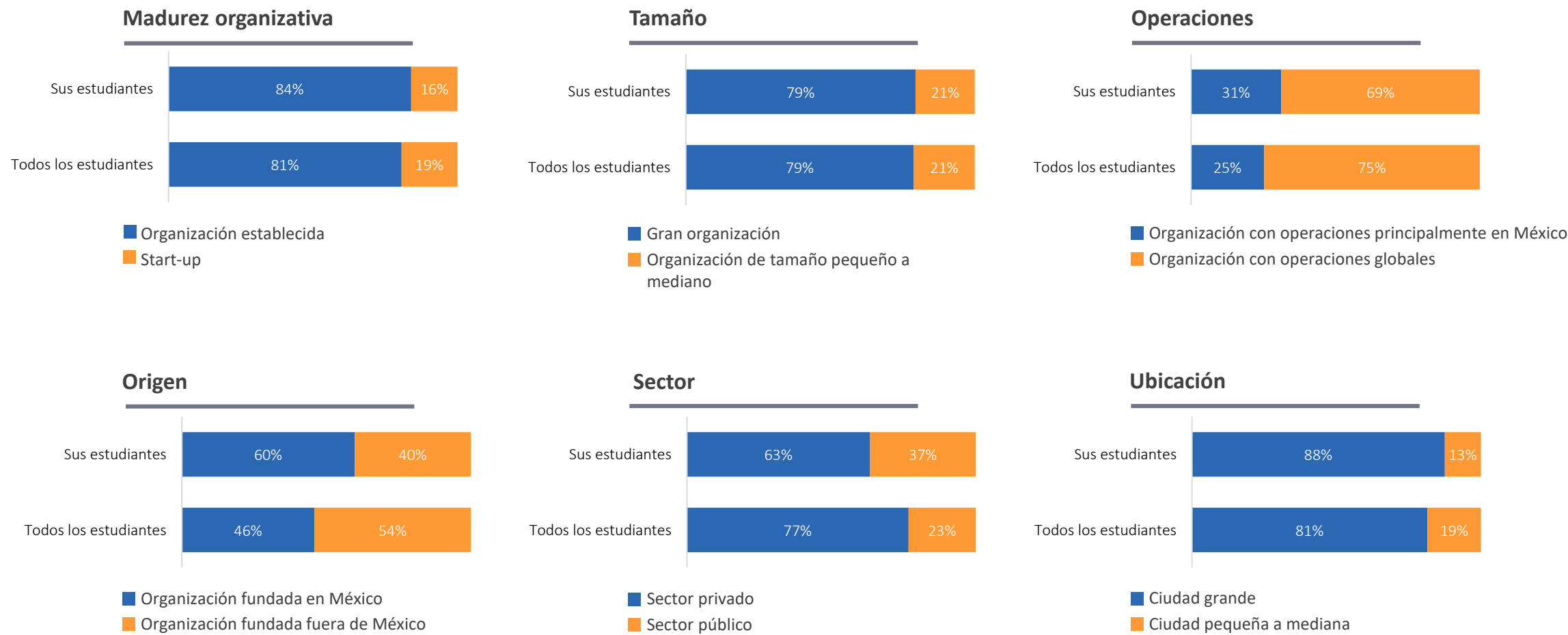
Descubrirás lo bien alineadas que están las preferencias de tu talento con la realidad del mercado laboral. También identificará qué empleadores son los más importantes para su talento y cuáles no tienen éxito actualmente en atraerlos.

Tipo de empleo preferido



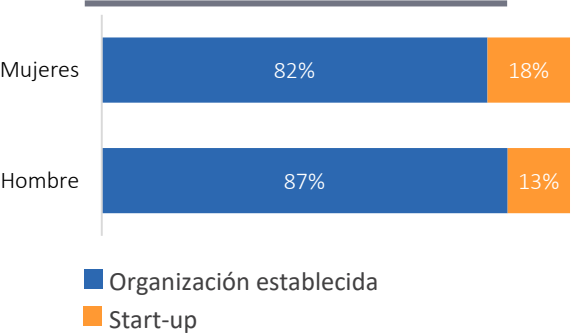
• ¿Qué tipo de empleo preferirías?

Preferencias de tipo de organización | Sus estudiantes frente a Todos los estudiantes

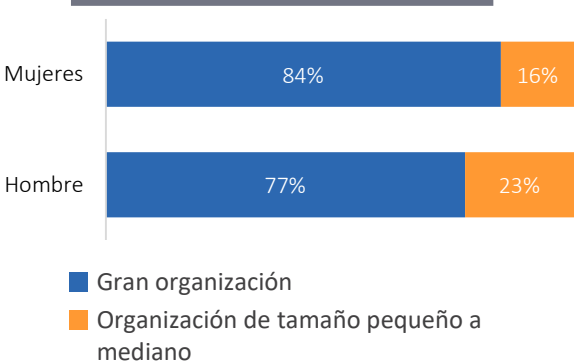


Preferencias de tipo de organización | Comparación de género | Sus estudiantes

Madurez organizativa



Tamaño



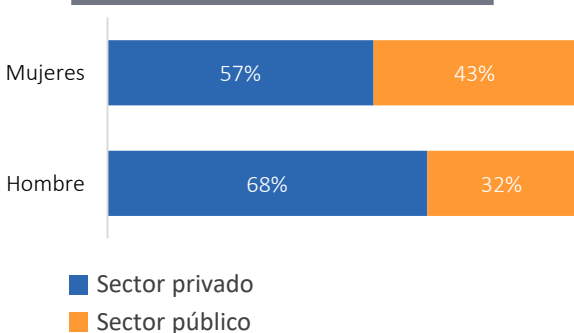
Operaciones



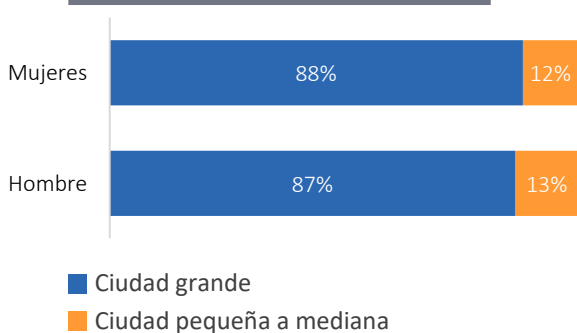
Origen



Sector



Ubicación



• Si tienes que elegir uno, ¿dónde prefieres trabajar?

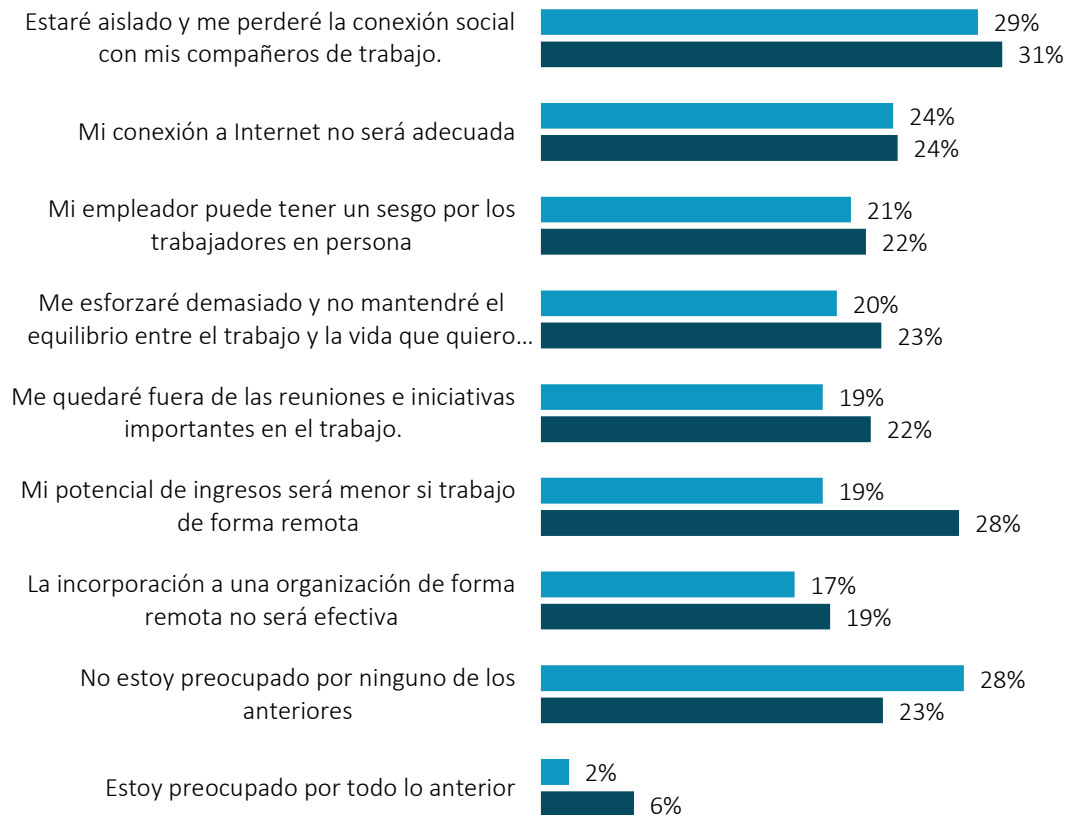
Las opiniones de sus estudiantes sobre el trabajo remoto

91%

de sus estudiantes **están interesados** en oportunidades de trabajo remoto (en comparación con 86% de todos los estudiantes)

9%

de sus estudiantes **no están interesados** en oportunidades de trabajo remoto (en comparación con 14% de todos los estudiantes)

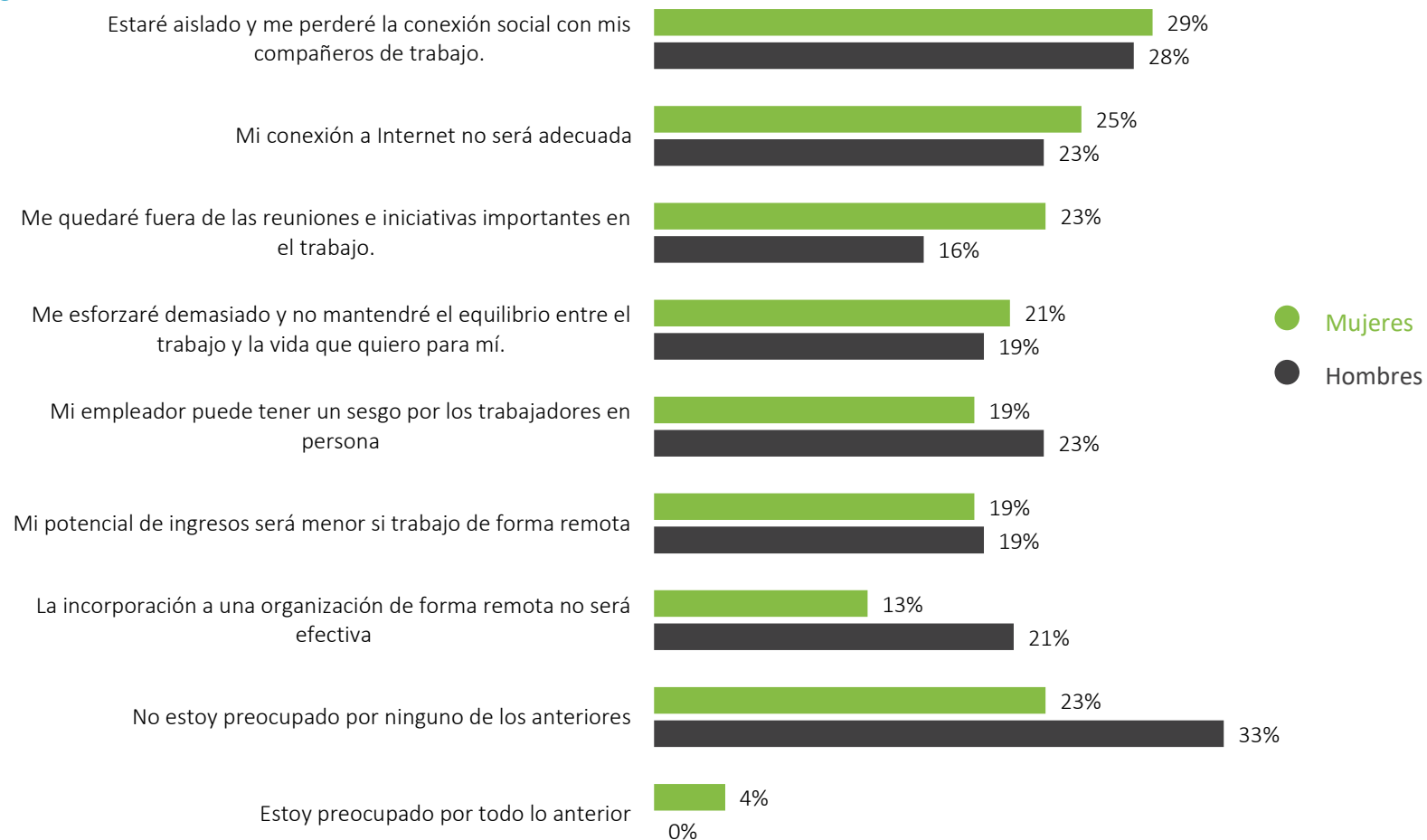


● Sus estudiantes
● Todos los estudiantes

- Estoy interesado en oportunidades de trabajo remoto.
- ¿Cuál de las siguientes opciones le preocuparía con respecto a las oportunidades de trabajo remoto?

- Los datos representan las opiniones de todos los encuestados, tanto interesados como no interesados en oportunidades de trabajo remoto.

Inquietudes de Sus estudiantes con respecto al trabajo remoto - Comparación de género

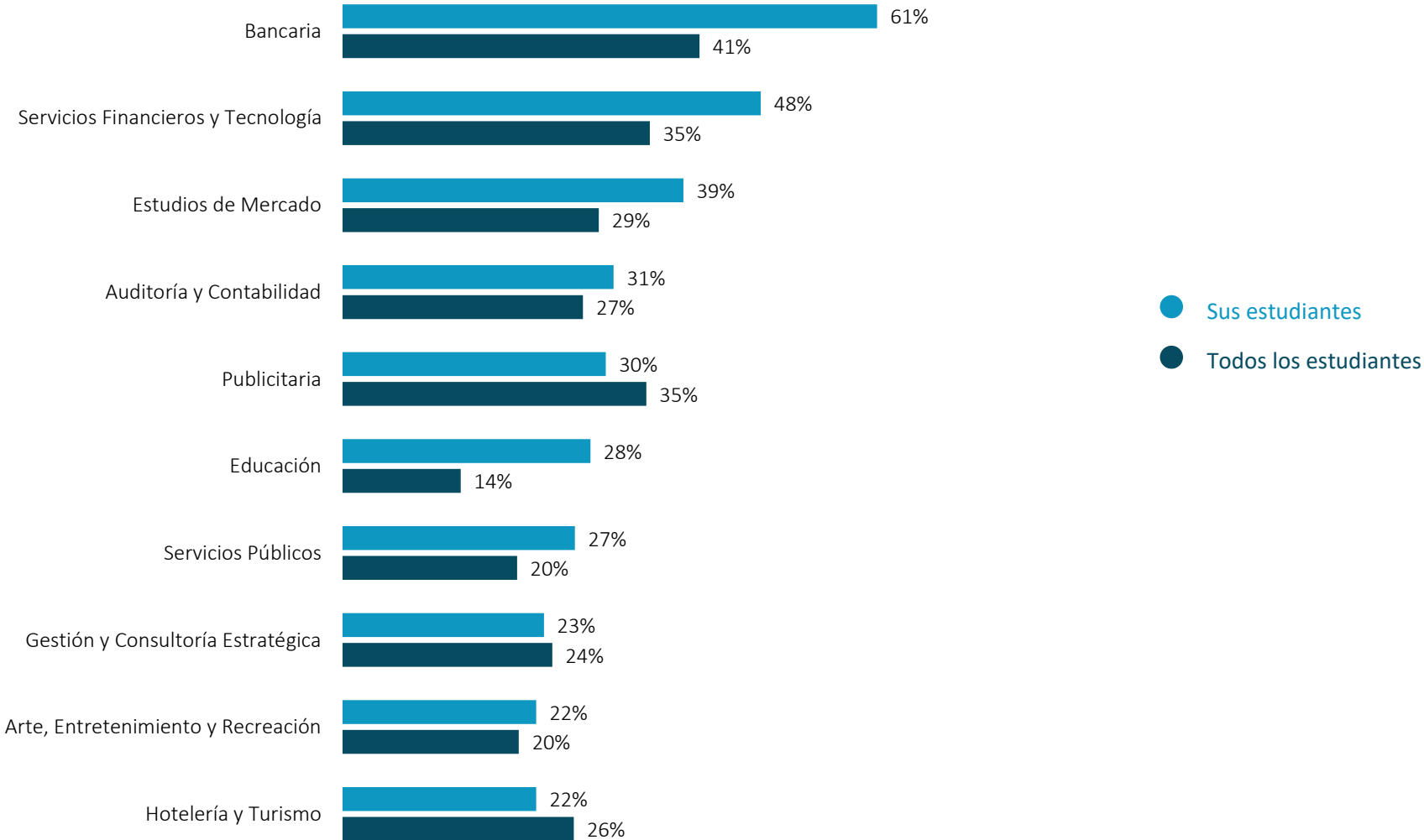


¿Cuál de los siguientes le preocuparía con respecto a las oportunidades de trabajo remoto?



Los datos representan las opiniones de todos los encuestados, tanto interesados como no interesados en oportunidades de trabajo remoto.

Las industrias preferidas de Sus estudiantes

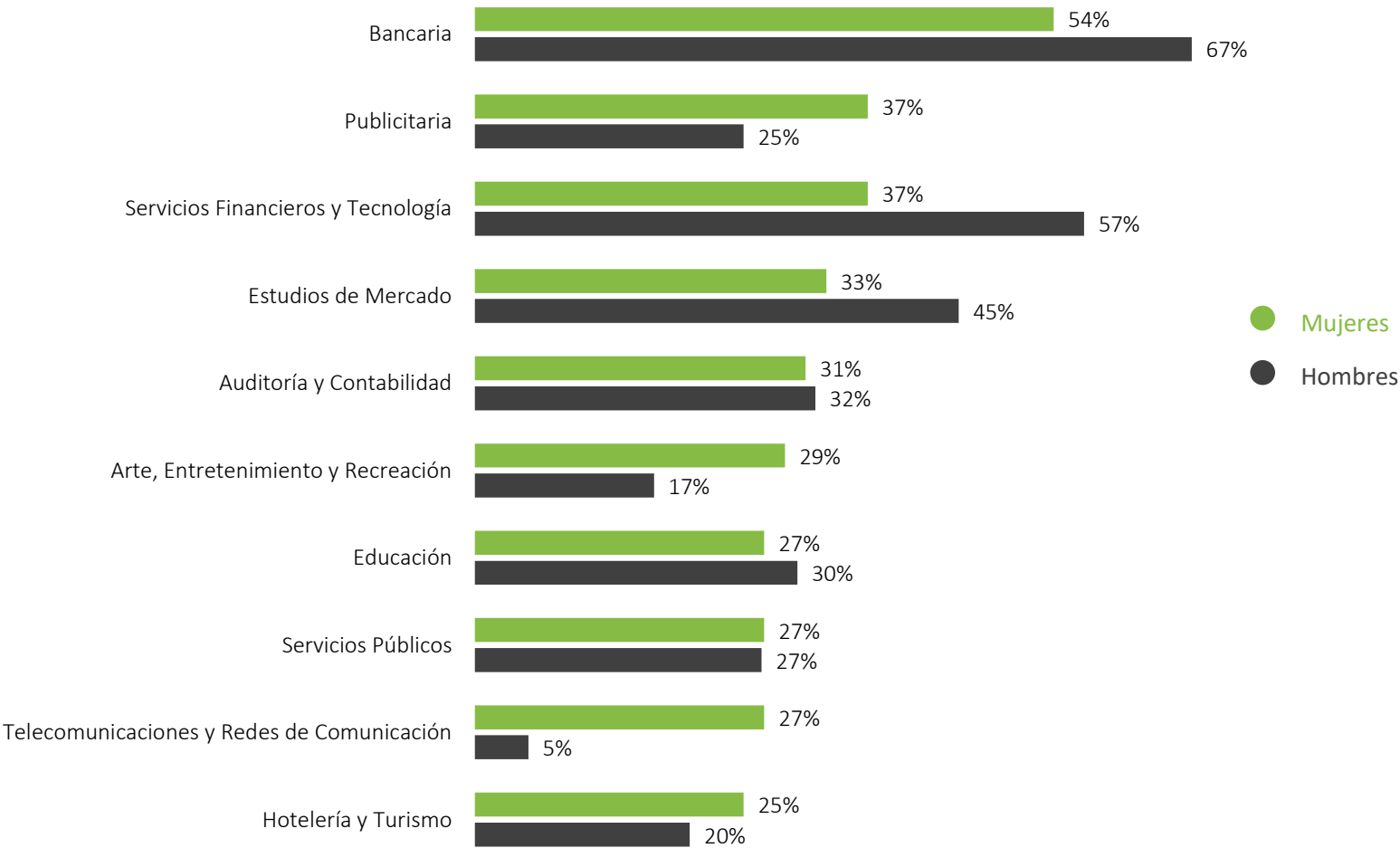


¿En qué industrias te interesa trabajar después de graduarte? (Seleccione tantos como corresponda).

Estas son las industrias preferidas de sus estudiantes

Las industrias preferidas de Sus estudiantes - Comparación de géneros

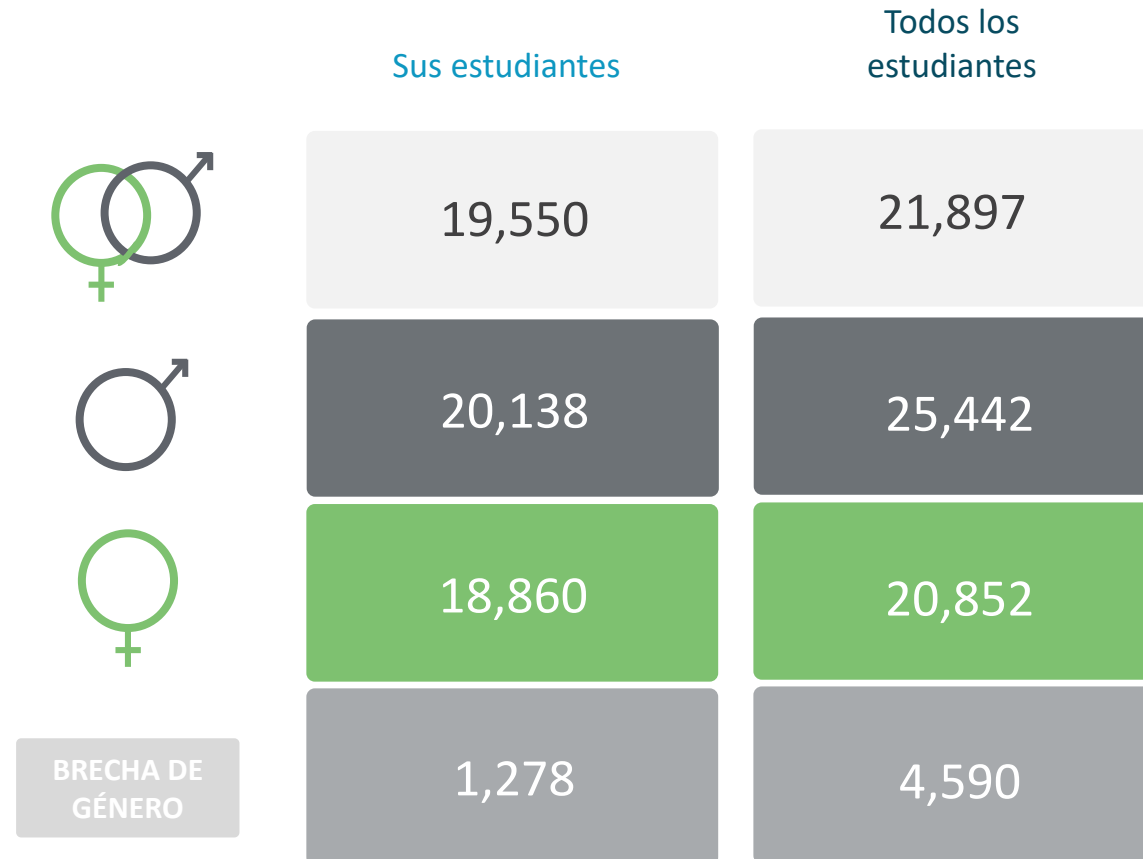
Sus estudiantes



• ¿En qué industrias te interesa trabajar después de graduarte? (Seleccione tantos como corresponda).

Salario esperado por género | Sus estudiantes vs. Todos los estudiantes

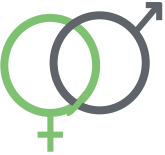
Salario mensual esperado (MXN)



¿Qué salario espera ganar en su primer trabajo de tiempo completo después de graduarse? (Proporcione un salario antes de impuestos, excluyendo comisiones y bonificaciones).

Salario esperado por género | Sus estudiantes 2022 vs. Sus estudiantes 2021

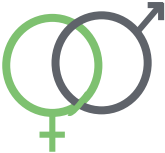
Salario mensual esperado (MXN)

	Sus estudiantes 2022	Sus estudiantes 2021
	19,550	15,741
	20,138	17,186
	18,860	14,532
BRECHA DE GÉNERO	1,278	2,654



¿Qué salario espera ganar en su primer trabajo de tiempo completo después de graduarse? (Proporcione un salario antes de impuestos, excluyendo comisiones y bonificaciones).

Salario mensual esperado (MXN) | Todos los estudiantes

	Ciencias Empresariales/Co mercio	Ingeniería/TI	Ciencias Naturales	Todos los estudiantes 2022
	21,897	23,148	20,043	21,670
	25,442	24,639	23,043	24,526
	20,852	21,550	18,756	20,184
BRECHA DE GÉNERO	4,590	3,088	4,288	4,343



¿Qué salario esperas ganar en tu primer trabajo de tiempo completo después de graduarte? (Proporciona un salario antes de impuestos, sin incluir comisiones y bonificaciones).

Impulsores del Atractivo del Empleador de Universum

IMAGEN Y REPUTACIÓN DEL EMPLEADOR

Atributos del empleador como organización

- › Productos y servicios atractivos/emocionantes
- › Responsabilidad social corporativa
- › Abierto a nuevas tecnologías
- › Estándares éticos
- › Crecimiento rápido/emprendedora
- › Innovación
- › Liderazgo inspirador
- › Propósito inspirador
- › Éxito en el mercado
- › Prestigio



GENTE Y CULTURA

El entorno social del lugar de trabajo

- › Un entorno de trabajo creativo y dinámico
- › Un entorno de trabajo amigable
- › Compromiso por la diversidad e inclusión
- › Fomenta el equilibrio entre la vida personal y profesional
- › Interacción con colegas y clientes internacionales
- › Líderes que apoyarán mi desarrollo
- › Oportunidades para hacer un impacto personal
- › Reconocimiento del rendimiento (meritocracia)
- › Recluta solo el mejor talento
- › Respeta a su gente



REMUNERACIÓN Y OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO

Compensación monetaria y otros beneficios, ahora y en el futuro

- › Ruta clara para el crecimiento profesional
- › Salario base competitivo
- › Beneficios competitivos
- › Buena referencia para el futuro profesional
- › Ingresos futuros elevados
- › Oportunidades de liderazgo
- › Bonos por rendimiento
- › Rápido ascenso
- › Patrocinio de educación futura
- › Apoyo a la igualdad de género



CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO

Los contenidos y demandas del trabajo

- › Trabajo retador
- › Enfoque en el cliente
- › Condiciones laborales flexibles
- › Alto nivel de responsabilidad
- › Enfoque en el alto rendimiento
- › Oportunidades de viajes/traslados al extranjero
- › Formación y desarrollo profesional
- › Empleo estable
- › Orientación al trabajo en equipo
- › Tareas variadas



¿Qué es lo que su talento encuentra más importante en un empleador?

Sus estudiantes

IMAGEN Y REPUTACIÓN DEL EMPLEADOR

1. Prestigio
2. Éxito en el mercado
3. Liderazgo inspirador

GENTE Y CULTURA

1. Líderes que apoyarán mi desarrollo
2. Un entorno de trabajo creativo y dinámico
3. Fomenta el equilibrio entre la vida personal y profesional

REMUNERACIÓN Y OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO

1. Ruta clara para el crecimiento profesional
2. Salario base competitivo
3. Buena referencia para el futuro profesional

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO

1. Empleo estable
2. Formación y desarrollo profesional
3. Condiciones laborales flexibles



• ¿Cuáles de las siguientes opciones son más importantes para ti? (Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.)

Los 10 atributos más importantes

Sus estudiantes

1. Empleo estable
2. Formación y desarrollo profesional
3. Líderes que apoyarán mi desarrollo
4. Ruta clara para el crecimiento profesional
5. Salario base competitivo
6. Prestigio
7. Buena referencia para el futuro profesional
8. Un entorno de trabajo creativo y dinámico
9. Oportunidades de liderazgo
10. Ingresos futuros elevados

- Imagen y Reputación del Empleador
- Remuneración y Oportunidades de Crecimiento

Todos los estudiantes

1. Formación y desarrollo profesional
2. Empleo estable
3. Ingresos futuros elevados
4. Éxito en el mercado
5. Oportunidades de viajes/traslados al extranjero
6. Fomenta el equilibrio entre la vida personal y profesional
7. Ruta clara para el crecimiento profesional
8. Líderes que apoyarán mi desarrollo
9. Oportunidades de liderazgo
10. Buena referencia para el futuro profesional

- Gente y Cultura
- Características del Trabajo

- ¿Qué importancia tienen para ti cada uno de estos aspectos?
- ¿Cuáles de las siguientes opciones son más importantes para ti? (Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.)

- Este es el atractivo de los 40 atributos en relación a que tan importante es cada atributo para los encuestados. Este análisis ofrece una visión resumida de 360 ??grados de lo que influye en la capacidad de atracción del empleador.

Los mayores cambios de 2021 a 2022 - Preferencias de los empleadores

Sus estudiantes

Clasificación	2022	2021
17 Reconocimiento del rendimiento (meritocracia)	32%	20%
21 Enfoque en el alto rendimiento	29%	18%
19 Estándares éticos	30%	22%
6 Prestigio	44%	37%
27 Rápido ascenso	21%	16%

Clasificación	2022	2021
25 Un entorno de trabajo amigable	23%	31%
10 Ingresos futuros elevados	42%	51%
30 Interacción con colegas y clientes internacionales	19%	29%
15 Innovación	33%	46%
20 Oportunidades de viajes/traslados al extranjero	29%	47%

- Imagen y Reputación del Empleador
- Remuneración y Oportunidades de Crecimiento

Todos los estudiantes

Clasificación	2022	2021
14 Condiciones laborales flexibles	35%	28%
6 Fomenta el equilibrio entre la vida personal y profesional	44%	40%
24 Reconocimiento del rendimiento (meritocracia)	25%	22%
3 Ingresos futuros elevados	51%	48%
4 Éxito en el mercado	48%	46%

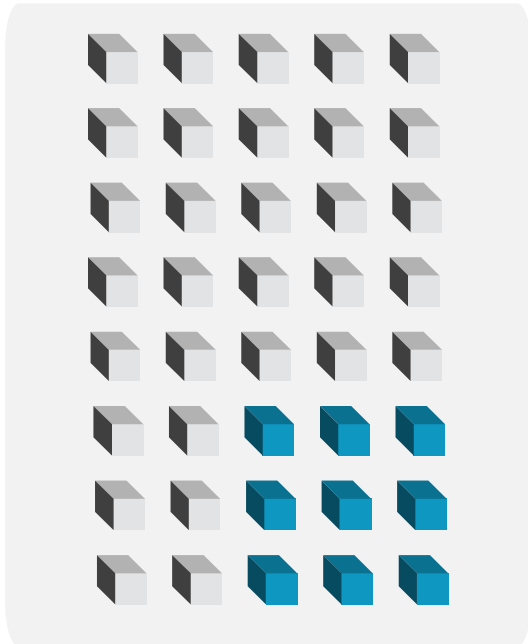
Clasificación	2022	2021
16 Liderazgo inspirador	34%	37%
5 Oportunidades de viajes/traslados al extranjero	48%	50%
28 Alto nivel de responsabilidad	19%	23%
22 Oportunidades para hacer un impacto personal	26%	30%
19 Interacción con colegas y clientes internacionales	29%	34%

- Gente y Cultura
- Características del Trabajo

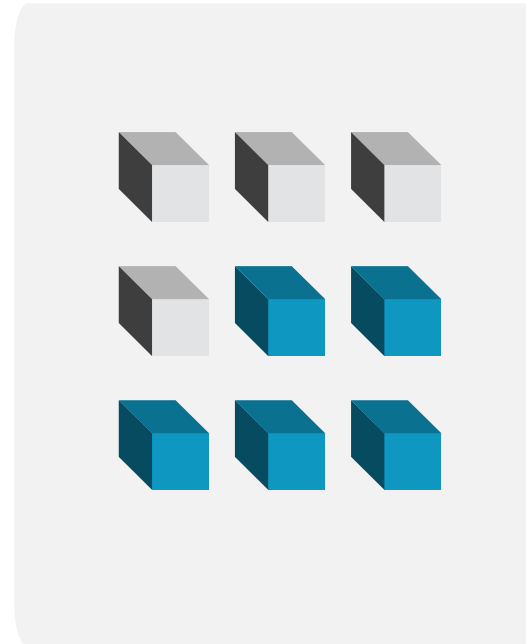
¿Cuáles de las siguientes opciones son más importantes para ti? (Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.)

El Ranking de Universum

LISTADO COMPLETO DE LAS COMPAÑÍAS
(121 empleadores dentro de cada campo de estudio principal)

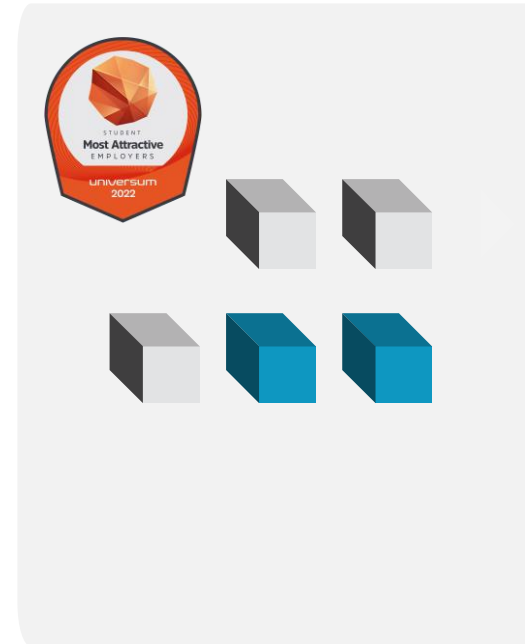


RANKING DE EMPLEADORES CONSIDERADOS
(todas las que correspondan)



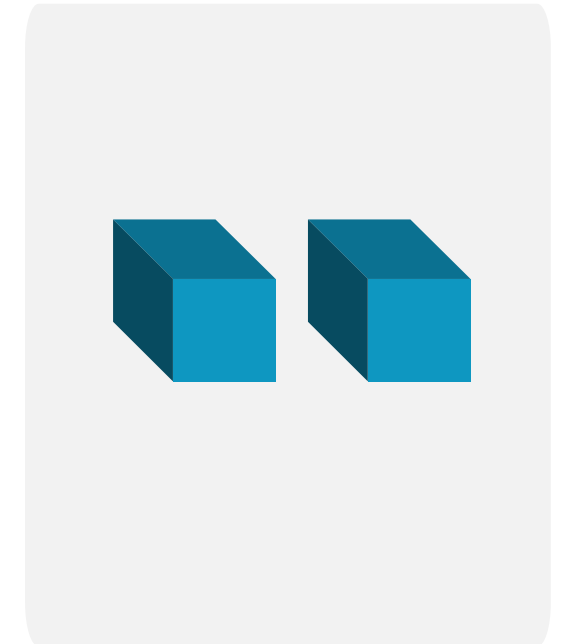
"A continuación se muestra una lista de los principales empleadores de tu país. Por favor, selecciona para qué empleadores considerarías trabajar."

RANKING DE EMPLEADOR IDEAL
(máximo cinco empleadores)



"Ahora selecciona los cinco (5) empleadores para los que más te gustaría trabajar, es decir, tus cinco Empleadores Ideales."

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



"¿Has solicitado o vas a solicitar empleo en alguna de estas empresas/organizaciones?"



• Los nombres de los empleadores pueden estar acortados por razones de formato

Ranking de Empleador Considerado | Principales 20

Sus estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio
BBVA	1	67.55%	→ 0	Pemex	10	42.55%	↑ 9
Google	2	53.72%	→ 0	The Coca-Cola Company	12	42.02%	↓ -2
Citibanamex	3	49.47%	↑ 3	HSBC	13	41.49%	↓ -3
Gobierno Federal	4	48.94%	↑ 3	Microsoft	13	41.49%	↓ -3
Netflix	4	48.94%	↑ 1	Aeroméxico	15	40.43%	↓ -2
Grupo BMV (Bolsa Mexicana de Valores)	6	46.28%	↓ -2	Banorte	15	40.43%	↑ 1
Grupo Bimbo	7	44.15%	↑ 1	FEMSA	15	40.43%	↑ 12
Grupo Carso	7	44.15%	↑ 14	Grupo Modelo	18	39.89%	↓ -9
Grupo Santander	7	44.15%	↑ 10	Samsung	19	39.36%	↓ -4
Amazon	10	42.55%	↓ -7	Inbursa	20	38.83%	↓ -2

Todos los estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio
BBVA	1	51.38%	↑ 2	Grupo BMV (Bolsa Mexicana de Valores)	11	37.82%	→ 0
Google	2	50.83%	↓ -1	Samsung	12	37.01%	→ 0
Amazon	3	49.58%	↓ -1	Citibanamex	13	35.28%	↑ 3
Netflix	4	47.83%	→ 0	BMW Group	14	34.41%	↑ 3
Nike	5	43.44%	→ 0	Facebook	15	33.62%	↑ 6
The Coca-Cola Company	6	40.90%	→ 0	Volkswagen	16	33.57%	↓ -2
Walt Disney Company	7	40.35%	→ 0	Audi	17	33.19%	↓ -4
Aeroméxico	8	40.02%	→ 0	Grupo Modelo	18	32.88%	↓ -3
Microsoft	9	38.75%	→ 0	FEMSA	19	32.60%	↑ 3
Grupo Bimbo	10	38.62%	→ 0	Pemex	20	32.28%	↑ 5

• A continuación se muestra una lista de empleadores. Seleccione para qué empleadores consideraría trabajar. (Elija tantos como corresponda).

Ranking de Empleador Ideal | 20 Principales

Sus estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio
Gobierno Federal	1	35.11%	→ 0	FEMSA	11	10.64%	↑ 10
BBVA	2	34.04%	↑ 2	CFE (Comisión Federal de Electricidad)	12	9.57%	↑ 4
Grupo BMV (Bolsa Mexicana de Valores)	3	26.60%	→ 0	Grupo Bimbo	12	9.57%	↓ -3
Google	4	23.94%	↓ -2	Grupo Modelo	12	9.57%	↑ 1
Pemex	5	17.55%	↑ 2	Aeroméxico	15	9.04%	↓ -5
Citibanamex	6	17.02%	↑ 1	Walt Disney Company	16	8.51%	↓ -5
Netflix	7	15.96%	↓ -1	J.P. Morgan	17	7.45%	↑ 14
Amazon	8	14.36%	↓ -3	Banorte	18	6.91%	↓ -1
Grupo Carso	9	12.23%	↑ 5	Audi	19	6.38%	↑ 7
Microsoft	10	11.17%	↑ 5	Grupo Salinas	19	6.38%	↑ 5

Todos los estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio
Google	1	25.10%	→ 0	Microsoft	11	10.97%	→ 0
BBVA	2	20.10%	↑ 1	Pemex	12	10.95%	→ 0
Amazon	3	19.71%	↓ -1	Grupo Bimbo	13	9.62%	→ 0
Grupo BMV (Bolsa Mexicana de Valores)	4	17.96%	↑ 2	BMW Group	14	8.45%	↑ 1
Netflix	5	17.54%	↑ 2	Audi	15	7.93%	↓ -1
Walt Disney Company	6	17.21%	↓ -1	FEMSA	16	7.90%	↑ 1
Gobierno Federal	7	17.10%	↓ -3	Grupo Modelo	17	7.77%	↓ -1
Nike	8	12.71%	→ 0	Citibanamex	18	7.65%	↑ 1
Aeroméxico	9	12.47%	↑ 1	Samsung	19	7.49%	↑ 1
The Coca-Cola Company	10	11.71%	↓ -1	CFE (Comisión Federal de Electricidad)	20	7.36%	↑ 2

• Ahora selecciona los cinco (5) empleadores para los que más te gustaría trabajar, es decir, tus cinco Empleadores Ideales.

Ranking de Empleador Ideal | Comparación de los 20 principales

Ciencias Empresariales/Comercio

	Sus estudiantes					Todos los estudiantes			
Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio		Difference	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio	
Gobierno Federal	1	35.11%	→	0	-6	7	17.10%	↓	-3
BBVA	2	34.04%	↑	2	-	2	20.10%	↑	1
Grupo BMV (Bolsa Mexicana de Valores)	3	26.60%	→	0	-1	4	17.96%	↑	2
Google	4	23.94%	↓	-2	3	1	25.10%	→	0
Pemex	5	17.55%	↑	2	-7	12	10.95%	→	0
Citibanamex	6	17.02%	↑	1	-12	18	7.65%	↑	1
Netflix	7	15.96%	↓	-1	2	5	17.54%	↑	2
Amazon	8	14.36%	↓	-3	5	3	19.71%	↓	-1
Grupo Carso	9	12.23%	↑	5	-17	26	5.96%	→	0
Microsoft	10	11.17%	↑	5	-1	11	10.97%	→	0
FEMSA	11	10.64%	↑	10	-5	16	7.90%	↑	1
CFE (Comisión Federal de Electricidad)	12	9.57%	↑	4	-8	20	7.36%	↑	2
Grupo Bimbo	12	9.57%	↓	-3	-1	13	9.62%	→	0
Grupo Modelo	12	9.57%	↑	1	-5	17	7.77%	↓	-1
Aeroméxico	15	9.04%	↓	-5	6	9	12.47%	↑	1
Walt Disney Company	16	8.51%	↓	-5	10	6	17.21%	↓	-1
J.P. Morgan	17	7.45%	↑	14	-8	25	6.05%	↑	3
Banorte	18	6.91%	↓	-1	-12	30	5.21%	→	0
Audi	19	6.38%	↑	7	4	15	7.93%	↓	-1
Grupo Salinas	19	6.38%	↑	5	-17	36	4.17%	↑	4

• Ahora selecciona los cinco (5) empleadores para los que más te gustaría trabajar, es decir, tus cinco Empleadores Ideales.

Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 20

Sus estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio
BBVA	1	11.84%	↑ 1	CFE (Comisión Federal de Electricidad)	11	2.18%	↑ 9
Gobierno Federal	2	9.66%	↓ -1	FEMSA	11	2.18%	↑ 9
Citibanamex	3	5.30%	↑ 2	Grupo Modelo	11	2.18%	↑ 2
Grupo BMV (Bolsa Mexicana de Valores)	3	5.30%	↓ -1	Netflix	11	2.18%	↓ -4
Google	5	4.36%	↓ -1	Facebook	15	1.56%	↑ 15
Aeroméxico	6	3.12%	↑ 6	Huawei	15	1.56%	↓ -2
Pemex	7	2.80%	↓ -1	J.P. Morgan	15	1.56%	↑ 15
Amazon	8	2.49%	→ 0	Walmart	15	1.56%	↑ 1
Grupo Carso	8	2.49%	↑ 8	Audi	19	1.25%	↑ 9
HSBC	8	2.49%	↑ 12	Banorte	19	1.25%	↑ 27

Todos los estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio
BBVA	1	5.58%	↑ 2	Aeroméxico	11	2.43%	↓ -2
Google	2	5.12%	→ 0	Grupo Bimbo	12	2.14%	↑ 2
Gobierno Federal	3	4.99%	↓ -2	CFE (Comisión Federal de Electricidad)	13	2.01%	↑ 13
Grupo BMV (Bolsa Mexicana de Valores)	4	4.73%	→ 0	Grupo Modelo	14	1.99%	↓ -2
Amazon	5	3.82%	↑ 1	Microsoft	15	1.97%	↑ 5
Walt Disney Company	6	3.58%	↓ -1	FEMSA	16	1.94%	↓ -3
Netflix	7	3.00%	↑ 1	Citibanamex	17	1.85%	↓ -2
The Coca-Cola Company	8	2.49%	↑ 2	BMW Group	18	1.81%	↓ -1
Nike	9	2.49%	↓ -2	Audi	19	1.52%	↓ -3
Pemex	10	2.48%	↑ 1	L'Oréal Group	20	1.50%	↑ 2



¿Has solicitado o vas a solicitar empleo en alguna de estas empresas/organizaciones? (Sí, he aplicado / Sí, voy a aplicar)

Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEL TALENTO
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
4. SERVICIOS DE CARRERA
5. COMUNICACIÓN
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DE EMPLEADOR
- 7. RESUMEN**
8. APÉNDICE

Le ofrece un resumen de los principales hallazgos del informe.

Resumen general - Sus estudiantes

DIVISIÓN POR GÉNERO



51%  49% 

PERFILES DE CARRERA DOMINANTES



1. Go-Getter
2. Globe-Trotter
3. Balance-Seeker

PRINCIPALES EXPERIENCIAS PRÁCTICAS



1. Cursos, certificaciones y/o carreras técnicas
2. Trabajo de tiempo parcial durante los estudios
3. Rol de liderazgo en organizaciones estudiantiles

CANALES DE COMUNICACIÓN DE LOS SERVICIOS DE CARRERA



1. Redes sociales
2. Correo electrónico
3. Página web de la universidad

EXPECTATIVA SALARIAL



MXN 19,550

20,138  18,860 
MXN MXN

Percepción de Marca de la Universidad



- El controlador más asociado: **Cultura**
- Principal competidor local: **Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Ciudad Universitaria**
- **40%** de sus estudiantes volverían a estudiar en su universidad
- Satisfacción con la universidad: 9.2 (-0.2)

SERVICIOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL



- **80%** de sus estudiantes utilizan sus servicios de orientación profesional
- Servicios profesionales importantes que sus estudiantes utilizan menos: **Visitar compañías/organizaciones**
- Satisfacción con los servicios de orientación profesional:

PREFERENCIAS DE CARRERA



- Las mujeres esperan **6%** menos salario que los hombres
- Sus estudiantes prefieren: **Empresas Nacionales**
- El atributo más importante en un Empleador: **Empleo estable**

Perspectiva General de Talento | Sus estudiantes frente a Todos los estudiantes

Sus estudiantes

51%   49%

Principales Perfiles Profesionales

1. Go-Getter
2. Globe-Trotter
3. Balance-Seeker

Atributos más importantes

1. Programas de alta calidad
2. Estudios económicamente asequibles
3. Excelencia educativa
4. Enfoque en desarrollo profesional
5. Un ambiente dinámico y creativo

Atributos menos importantes

36. Proporción adecuada de profesor/alumno
37. Buenos planes de comidas/cafeterías
38. Estudiar con los mejores alumnos
39. Alumnos de distintos países
40. Patrimonio y tradición

Principales experiencias

1. Cursos, certificaciones y/o carreras técnicas
2. Trabajo de tiempo parcial durante los estudios
3. Rol de liderazgo en organizaciones estudiantiles

Expectativa salarial mensual

 **19,550**
MXN

Industrias preferidas

1. Bancaria
2. Servicios Financieros y Tecnología
3. Estudios de Mercado

Todos los estudiantes

43%   57%

Principales Perfiles Profesionales

1. Globe-Trotter
2. Go-Getter
3. Balance-Seeker

Atributos más importantes

1. Excelencia educativa
2. Programas de alta calidad
3. Éxito de los egresados
4. Un ambiente dinámico y creativo
5. Catedráticos/profesores excelentes

Atributos menos importantes

36. Alumnos de distintos países
37. Escuela objetivo para empleadores en mi campo
38. Estudiar con los mejores alumnos
39. Patrimonio y tradición
40. Buenos planes de comidas/cafeterías

Principales experiencias

1. Cursos, certificaciones y/o carreras técnicas
2. Trabajo de tiempo parcial durante los estudios
3. Prácticas o pasantías

Expectativa salarial mensual

 **21,897**
MXN

Industrias preferidas

1. Bancaria
2. Servicios Financieros y Tecnología
3. Publicitaria

Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEL TALENTO
3. UNIVERSIDAD Y PERCEPCIÓN DE MARCA
4. SERVICIOS DE CARRERA
5. COMUNICACIÓN
6. CARRERA Y PREFERENCIAS DE EMPLEADOR
7. RESUMEN
- 8. APÉNDICE**

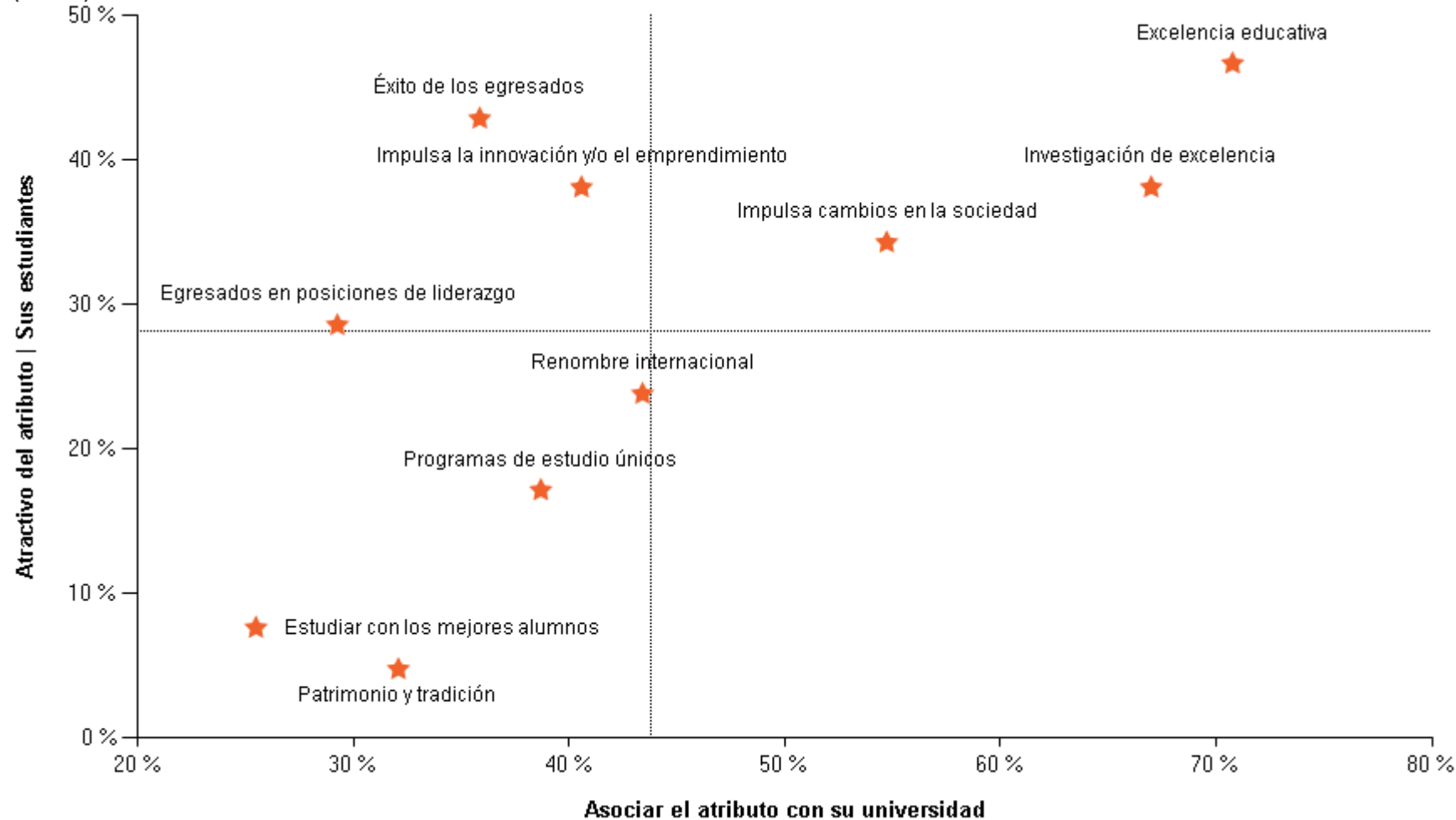
Donde se pueden encontrar las vistas detalladas de los datos.

¿Son ustedes asociados con lo que es importante para sus estudiantes?



Reputación

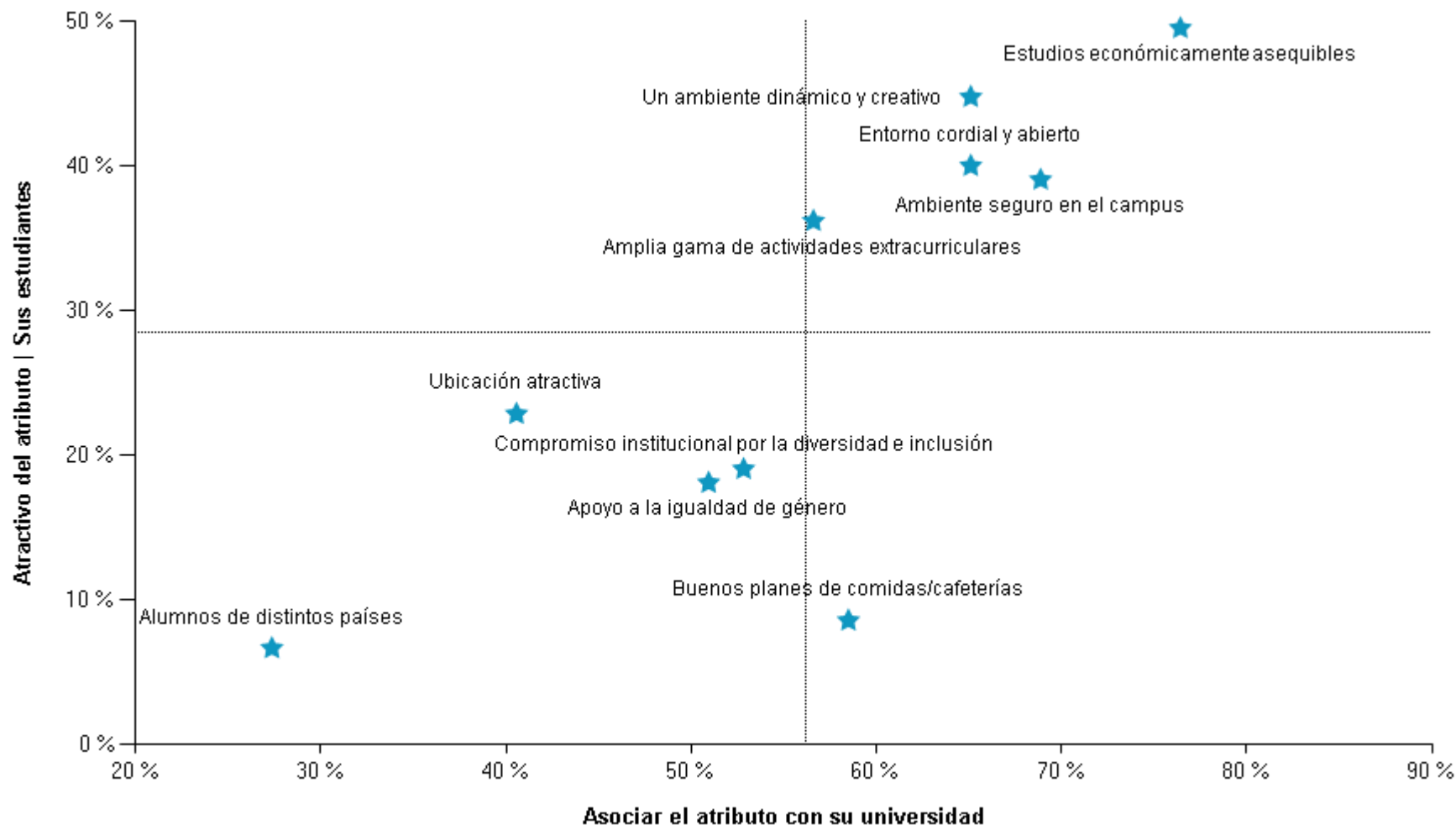
Atractivo frente a Asociación con Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)



- ¿Cuáles de estos son más importantes para usted? (Seleccione un máximo de 3 alternativas).
- ¿Cuál de los siguientes atributos asocia con su colegio o universidad? (Seleccione tantos como corresponda).

Cultura

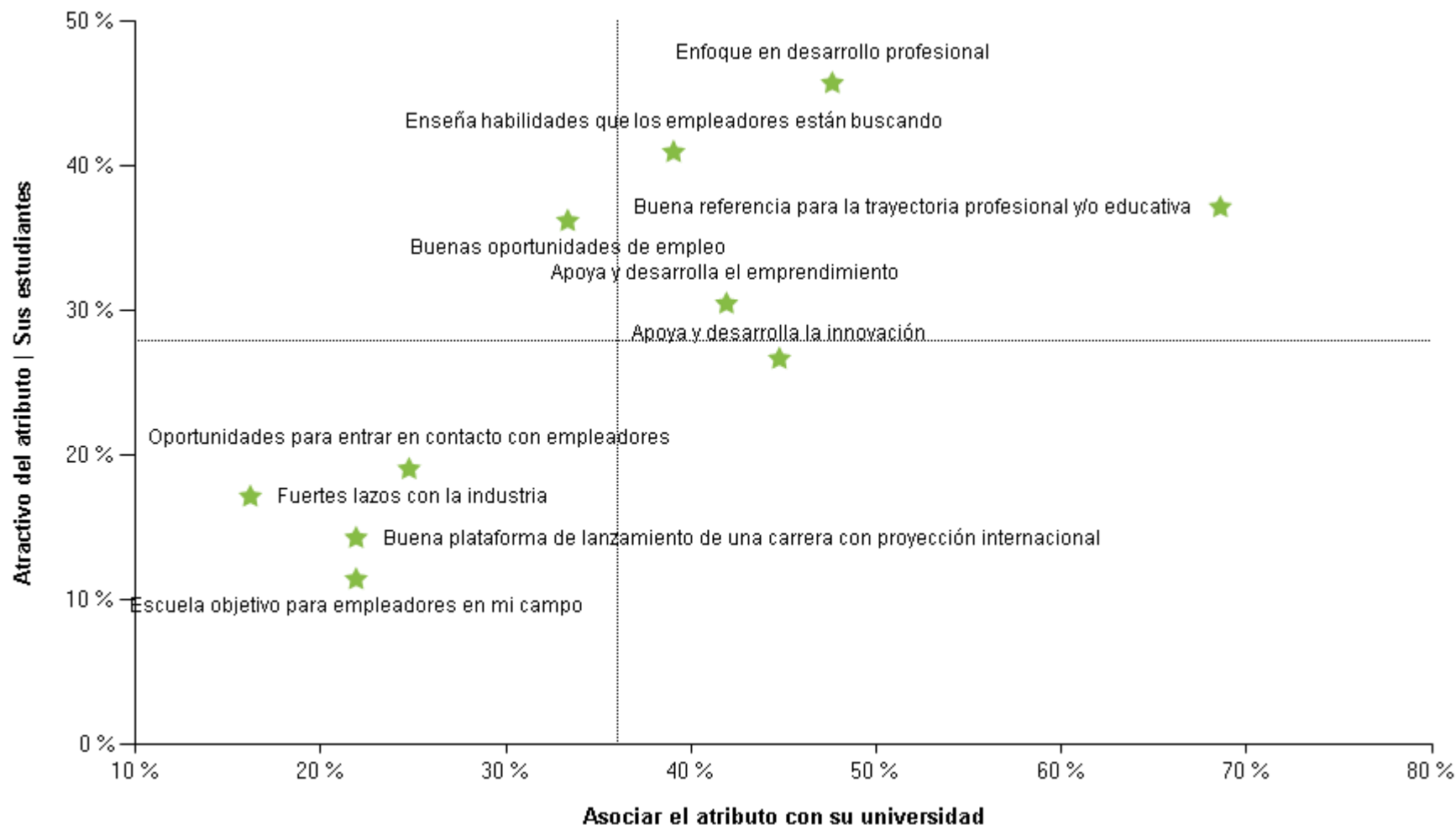
Atractivo frente a Asociación con Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)



- ¿Cuáles de estos son más importantes para usted? (Seleccione un máximo de 3 alternativas).
- ¿Cuál de los siguientes atributos asocia con su colegio o universidad? (Seleccione tantos como corresponda).

Empleabilidad

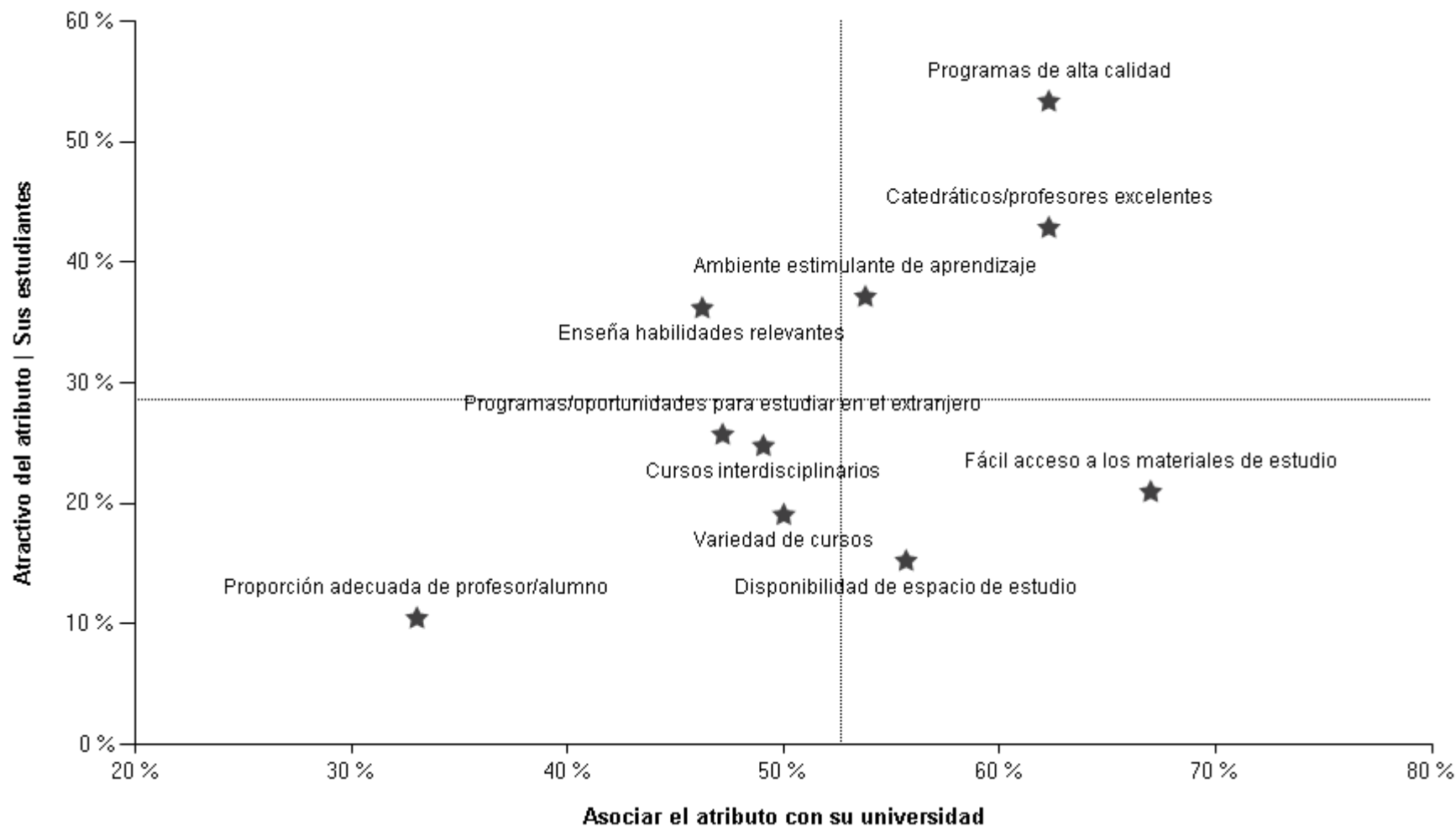
Atractivo frente a Asociación con Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)



- ¿Cuáles de estos son más importantes para usted? (Seleccione un máximo de 3 alternativas).
- ¿Cuál de los siguientes atributos asocia con su colegio o universidad? (Seleccione tantos como corresponda).

Oferta Educativa

Atractivo frente a Asociación con Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)



- ¿Cuáles de estos son más importantes para usted? (Seleccione un máximo de 3 alternativas).
- ¿Cuál de los siguientes atributos asocia con su colegio o universidad? (Seleccione tantos como corresponda).

Áreas de estudio

Sus estudiantes: Ciencias Empresariales/Comercio (1/1)

Área de estudio	Sus estudiantes	Área de estudio	Sus estudiantes
Economía	56%	Gestión de la Información	6%
Administración de Empresas	34%	Negocios Internacionales	6%
Gestión/Administración	32%	Iniciativa Empresarial (Entrepreneurship)	5%
Finanzas	28%	Logística	5%
Administración Pública	23%	Publicidad y Relaciones Públicas	5%
Gestión de Recursos Humanos	15%	Turismo	3%
Marketing	15%	Ciencias Actuariales	2%
Comercio	12%	Relaciones Internacionales	2%
Ventas	10%	Ingeniería Comercial	1%
Comunicación	10%	Inmobiliaria	1%
Estrategia	10%	Otra (Ciencias Empresariales/Comercio)	3%
Contabilidad/Auditoría/Fiscalidad	9%		

Áreas de estudio

Todos los estudiantes: Ciencias Empresariales/Comercio (1/1)

Área de estudio	Todos los estudiantes	Área de estudio	Todos los estudiantes
Administración de Empresas	34%	Publicidad y Relaciones Públicas	10%
Finanzas	25%	Relaciones Internacionales	9%
Gestión/Administración	24%	Administración Pública	8%
Marketing	23%	Turismo	7%
Negocios Internacionales	22%	Comunicación	6%
Contabilidad/Auditoría/Fiscalidad	22%	Iniciativa Empresarial (Entrepreneurship)	5%
Economía	21%	Gestión de la Información	4%
Comercio	17%	Ciencias Actuariales	2%
Ventas	12%	Inmobiliaria	1%
Gestión de Recursos Humanos	12%	Ingeniería Comercial	1%
Logística	11%	Otra (Ciencias Empresariales/Comercio)	3%
Estrategia	10%		

Ranking de Empleador Considerado | Principales 30

Todos los estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio
BBVA	1	51.38%	↑ 2	Volkswagen	16	33.57%	↓ -2
Google	2	50.83%	↓ -1	Audi	17	33.19%	↓ -4
Amazon	3	49.58%	↓ -1	Grupo Modelo	18	32.88%	↓ -3
Netflix	4	47.83%	→ 0	FEMSA	19	32.60%	↑ 3
Nike	5	43.44%	→ 0	Pemex	20	32.28%	↑ 5
The Coca-Cola Company	6	40.90%	→ 0	Gobierno Federal	21	31.88%	↓ -2
Walt Disney Company	7	40.35%	→ 0	Nestlé	22	31.36%	↓ -2
Aeroméxico	8	40.02%	→ 0	Liverpool	23	30.64%	↑ 4
Microsoft	9	38.75%	→ 0	Toyota	24	30.61%	↓ -1
Grupo Bimbo	10	38.62%	→ 0	PepsiCo	25	30.48%	↑ 1
Grupo BMV (Bolsa Mexicana de Valores)	11	37.82%	→ 0	Banorte	26	30.19%	↓ -2
Samsung	12	37.01%	→ 0	HSBC	27	30.15%	↑ 1
Citibanamex	13	35.28%	↑ 3	HEINEKEN	28	30.06%	↓ -10
BMW Group	14	34.41%	↑ 3	Walmart	29	29.37%	↑ 3
Facebook	15	33.62%	↑ 6	ZARA	30	28.82%	↑ 3

• A continuación se muestra una lista de empleadores. Seleccione para qué empleadores consideraría trabajar. (Elija tantos como corresponda)

Ranking de Empleador Ideal | 30 principales

Todos los estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio
Google	1	25.10%	→ 0	FEMSA	16	7.90%	↑ 1
BBVA	2	20.10%	↑ 1	Grupo Modelo	17	7.77%	↓ -1
Amazon	3	19.71%	↓ -1	Citibanamex	18	7.65%	↑ 1
Grupo BMV (Bolsa Mexicana de Valores)	4	17.96%	↑ 2	Samsung	19	7.49%	↑ 1
Netflix	5	17.54%	↑ 2	CFE (Comisión Federal de Electricidad)	20	7.36%	↑ 2
Walt Disney Company	6	17.21%	↓ -1	Facebook	21	6.82%	↑ 3
Gobierno Federal	7	17.10%	↓ -3	L'Oréal Group	22	6.51%	↑ 1
Nike	8	12.71%	→ 0	ZARA	23	6.28%	↑ 4
Aeroméxico	9	12.47%	↑ 1	Volaris	24	6.16%	↑ 1
The Coca-Cola Company	10	11.71%	↓ -1	J.P. Morgan	25	6.05%	↑ 3
Microsoft	11	10.97%	→ 0	Grupo Carso	26	5.96%	→ 0
Pemex	12	10.95%	→ 0	Volkswagen	27	5.83%	↓ -9
Grupo Bimbo	13	9.62%	→ 0	HEINEKEN	28	5.60%	↓ -7
BMW Group	14	8.45%	↑ 1	Nestlé	29	5.21%	→ 0
Audi	15	7.93%	↓ -1	Banorte	30	5.21%	→ 0



Ahora selecciona los cinco (5) empleadores para los que más te gustaría trabajar, es decir, tus cinco Empleadores Ideales.

Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 30

Todos los estudiantes | Ciencias Empresariales/Comercio

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio
BBVA	1	5.58%	↑ 2	FEMSA	16	1.94%	↓ -3
Google	2	5.12%	→ 0	Citibanamex	17	1.85%	↓ -2
Gobierno Federal	3	4.99%	↓ -2	BMW Group	18	1.81%	↓ -1
Grupo BMV (Bolsa Mexicana de Valores)	4	4.73%	→ 0	Audi	19	1.52%	↓ -3
Amazon	5	3.82%	↑ 1	L'Oréal Group	20	1.50%	↑ 2
Walt Disney Company	6	3.58%	↓ -1	J.P. Morgan	21	1.45%	↑ 2
Netflix	7	3.00%	↑ 1	Samsung	22	1.41%	↑ 2
The Coca-Cola Company	8	2.49%	↑ 2	Volkswagen	23	1.29%	↓ -5
Nike	9	2.49%	↓ -2	Deloitte	24	1.29%	↑ 1
Pemex	10	2.48%	↑ 1	Nestlé	25	1.28%	↓ -4
Aeroméxico	11	2.43%	↓ -2	Volaris	26	1.23%	↑ 3
Grupo Bimbo	12	2.14%	↑ 2	HEINEKEN	27	1.22%	↓ -8
CFE (Comisión Federal de Electricidad)	13	2.01%	↑ 13	Grupo Carso	28	1.16%	↑ 3
Grupo Modelo	14	1.99%	↓ -2	Facebook	29	1.14%	↑ 5
Microsoft	15	1.97%	↑ 5	Banorte	30	1.06%	↓ -3



¿Has solicitado o vas a solicitar empleo en alguna de estas empresas/organizaciones? (Sí, he aplicado / Sí, voy a aplicar)



universum

¡GRACIAS!