



UNIVERSUM

ENCUESTA ESTUDIANTIL UNIVERSUM 2014

Reporte de la Universidad | Edición Mexicana
Universidad Autónoma Metropolitana | Todos los Estudiantes

Aspectos generales del estudio

Frente a los constantes cambios derivados de la globalización, el desarrollo científico y tecnológico, así como a las tendencias de la flexibilización productiva, las Instituciones de Educación Superior enfrentan desafíos que determinan su constante transformación.

En este contexto, surgen interrogantes sobre la relación entre el currículo, la formación, las exigencias de la sociedad actual y las condiciones a las que se enfrentan los egresados en la inserción laboral. Por otro lado, cada vez más empresas participan en *Ranking* de empleadores ideales y contratan diversos estudios e investigaciones sobre el denominado *Employer Branding* a fin de atraer a los mejores talentos.

El análisis de dichas cuestiones, permite identificar las expectativas y preferencias de desarrollo profesional de los estudiantes y egresados, las nuevas tendencias en la gestión de recursos humanos, así como la pertinencia de las estrategias que realizan las diferentes áreas de la Universidad, relacionadas con el fortalecimiento de la vinculación educación-empleo.

Aspectos generales del estudio

Universum anualmente encuesta a más de 400,000 estudiantes de 1500 Instituciones de Educación Superior de mayor prestigio en el mundo (como *Harvard, Cambridge, Oxford, Stanford y Yale*), en 24 países (incluido México) para preguntarles qué buscan y valoran en su futuro empleador, y cómo perciben a las principales empresas del país.

La UAM fue seleccionada desde 2013 para participar debido a su calidad académica y el interés confirmado de varias empresas por contratar a los futuros egresados, por lo que la opinión de los estudiantes es gran importancia para el desarrollo de empleos y programas laborales que satisfagan las necesidades de los jóvenes.

Los resultados que aquí se presentan, corresponden a la Encuesta Estudiantil UNIVERSUM 2014 aplicada a través de la Oficina de Egresados y Bolsa de Trabajo de la Coordinación General de Información Institucional de la Rectoría General de la UAM a poco más mil estudiantes.

Aspectos generales del estudio

El levantamiento de datos se realizó mediante el envío de la encuesta a los buzones de los candidatos inscritos en el Sistema Institucional de Bolsa de Trabajo (SIBOT). Esta encuesta también se envió por medio de Facebook y del portal electrónico del SIBOT y del Sistema de Información de Estudiantes, Egresados y Empleadores (SIEEE).

El estudio incluye principalmente las opiniones de un grupo representativo de estudiantes de la UAM que cursan los últimos trimestres a quienes se les cuestionó sobre la imagen de las opciones profesionales que imparte la UAM y las preferencias y atributos que buscarían como candidatos a un puesto de una organización. A continuación se presentan los datos más sobresalientes.

Acerca de UNIVERSUM



Presentes alrededor del mundo

Universum ha ayudado a los más destacados empleadores del mundo a fortalecer sus esfuerzos de Employer Branding en los últimos 25 años. Con oficinas regionales en Nueva York, Basel, Singapur y Estocolmo, empleamos a los mejores expertos en la industria.

Líder global en Employer Branding

Universum ofrece sus servicios a más de 1,200 clientes, incluyendo la mayoría de las 100 empresas del ranking de Fortune y anualmente publicamos el ranking de los "Empleadores más atractivos del mundo".

Proporcionamos perspectivas y conocimiento

Más de 700 000 estudiantes y profesionales participan en nuestros estudios en más de 50 países. Las encuestas son el fundamento de nuestro ranking del "Empleador Ideal" el cual es publicado anualmente en diversos medios de comunicación como New York Times, Le Monde, Business Week, entre otros.

Corra la voz

Realizamos más de 150 publicaciones relacionadas con la carrera profesional de los estudiantes en más de 10 países. Además, contamos con más de 10 sitios web de carrera profesional los cuales reciben más de 1 500 000 visitas por mes. Organizamos más de 40 eventos en 14 países.



Clientes y socios:



Cómo ayuda Universum 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 PERCEPCIÓN DE MARCA Y EL
ATRACTIVO DE SU UNIVERSIDAD

ATRAER

EMPLEADORES RELEVANTES A
SU CAMPUS

RECLUTAR

FUTUROS ESTUDIANTES PARA
LOS DIFERENTES PROGRAMAS
EN TODOS LOS NIVELES

Sobre la encuesta del estudiante de Universum | Edición Mexicana

METODOLOGÍA

EL CUESTIONARIO

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

RECOLECCIÓN DE DATOS

Realizada por medio de una encuesta en línea, distribuida a través de nuestros contactos con 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 si existen grandes discrepancias entre ellos y las metas fijadas.

Tenga en cuenta que solo los datos basados en “todos los estudiantes” o “todos los estudiantes dentro de un campo principal de estudio” se ponderan. El desglose de datos como el género, alto rendimiento o de otros grupos específicos no están ponderados.

NOTA: CIENCIAS NATURALES E INGENIERÍA/TI

En la Encuesta Estudiantil México 2014, Ingeniería/TI ha sido separada de Ciencias Naturales como un área de estudio. Ninguno de estos grupos en 2014 es directamente comparable con años anteriores, pero los datos históricos han sido incluidos en este reporte para proporcionar contexto.



93

Instituciones Educativas Mexicanas



1,004

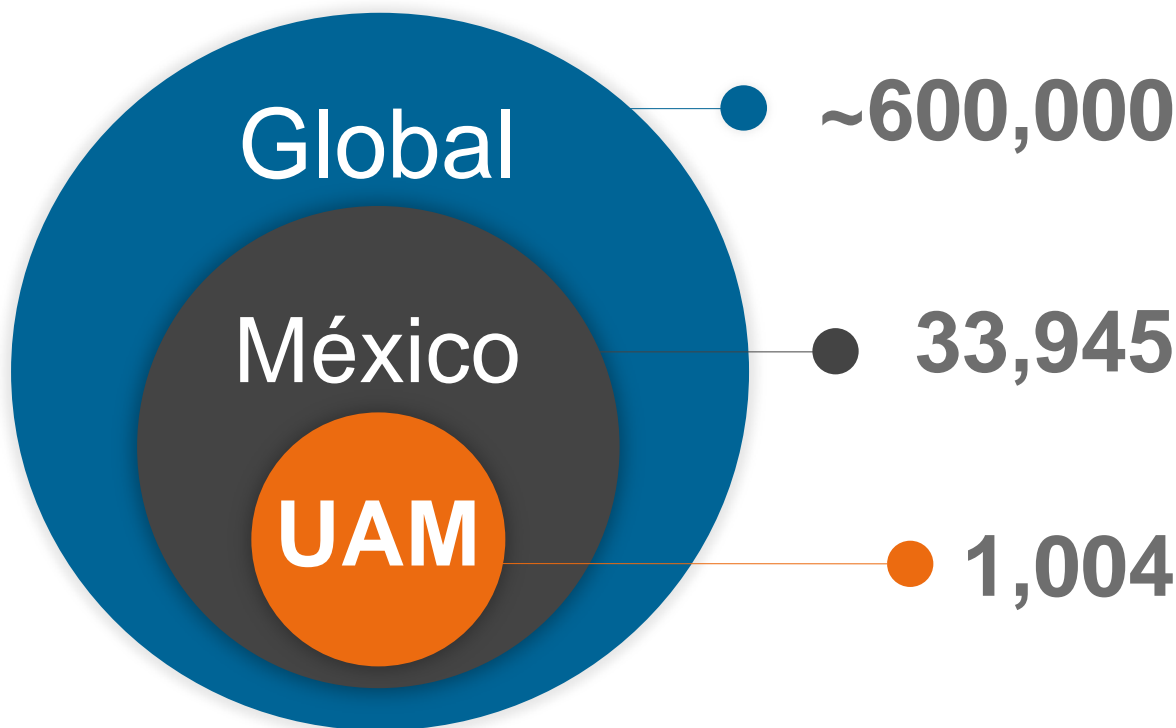
Número de Estudiantes de Grupo Objetivo de la Universidad Autónoma Metropolitana



PERÍODO DEL ESTUDIO

Octubre 2013 a Marzo 2014

Grupos en este reporte



Estudiantes que participan anualmente a nivel mundial en la investigación de Universum sobre preferencias de carrera.

Estudiantes de **93** instituciones educativas en **México**. A lo largo del reporte, a este grupo se le refiere como **“Todas las Universidades”**.

Estudiantes participantes de la Universidad Autónoma Metropolitana. A lo largo del reporte, a este grupo se le refiere como **“UAM”**.

Las comparaciones en este reporte se basan en : **Todos los Estudiantes encuestados de las Instituciones de Educación Superior de México**

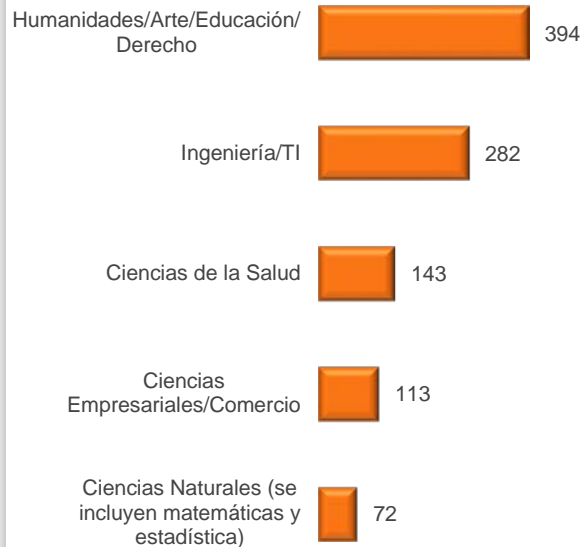


- Los reportes de la universidad se pueden basar en el número total de encuestados de todos los principales campos de estudio, o pueden ser específicos de un campo principal de estudio. Este reporte en particular es específico a : Todos los Estudiantes.

Distribución de los principales campos de estudio

Estudiantes UAM

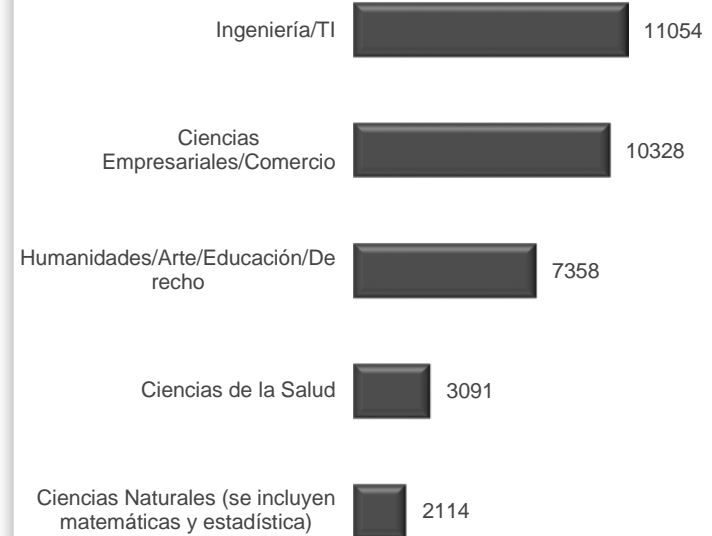
Número de encuestados por cada campo principal de estudio:



Total: 1,004

Todos los estudiantes de las instituciones educativas en México

Número de encuestados por cada campo principal de estudio:



Total: 33,945



• ¿Cuál es su especialidad?

Tabla de contenidos

PERCEPCIÓN DE MARCA DE LA UNIVERSIDAD

ESTUDIO 2014/2015

5

1

RESUMEN EJECUTIVO

4

2

EVALUACIÓN DEL
PERFIL PROFESIONAL

3

EVALUACIÓN DEL
EMPLEADOR



Percepción de Marca de la Universidad

En esta sección se evalúa su marca universitaria, según la percepción de sus estudiantes y por estudiantes en otras universidades en México, que elegirían a la **Universidad Autónoma Metropolitana** si pudieran comenzar sus estudios nuevamente. La información y puntos de vista en el reporte le ayudarán a:



Identificar su ventaja competitiva frente a sus competidores de reclutamiento a través de:

- La comprensión de **su identidad interna**. ¿Qué atributos relacionan los estudiantes con la Institución?
- La comprensión de **su identidad externa!** ¿Qué atributos asocian con la Institución estudiantes de otras universidades en México?
- La comprensión de **las razones fundamentales para elegir una universidad y qué es lo que hace atractiva a una universidad en los ojos de los estudiantes?**



Monitorear la efectividad de la comunicación institucional y de las actividades para la construcción de una fuerte marca de universidad.



Descubrir la probabilidad de que sus estudiantes **recomienden su universidad entre sus amigos y familiares.**

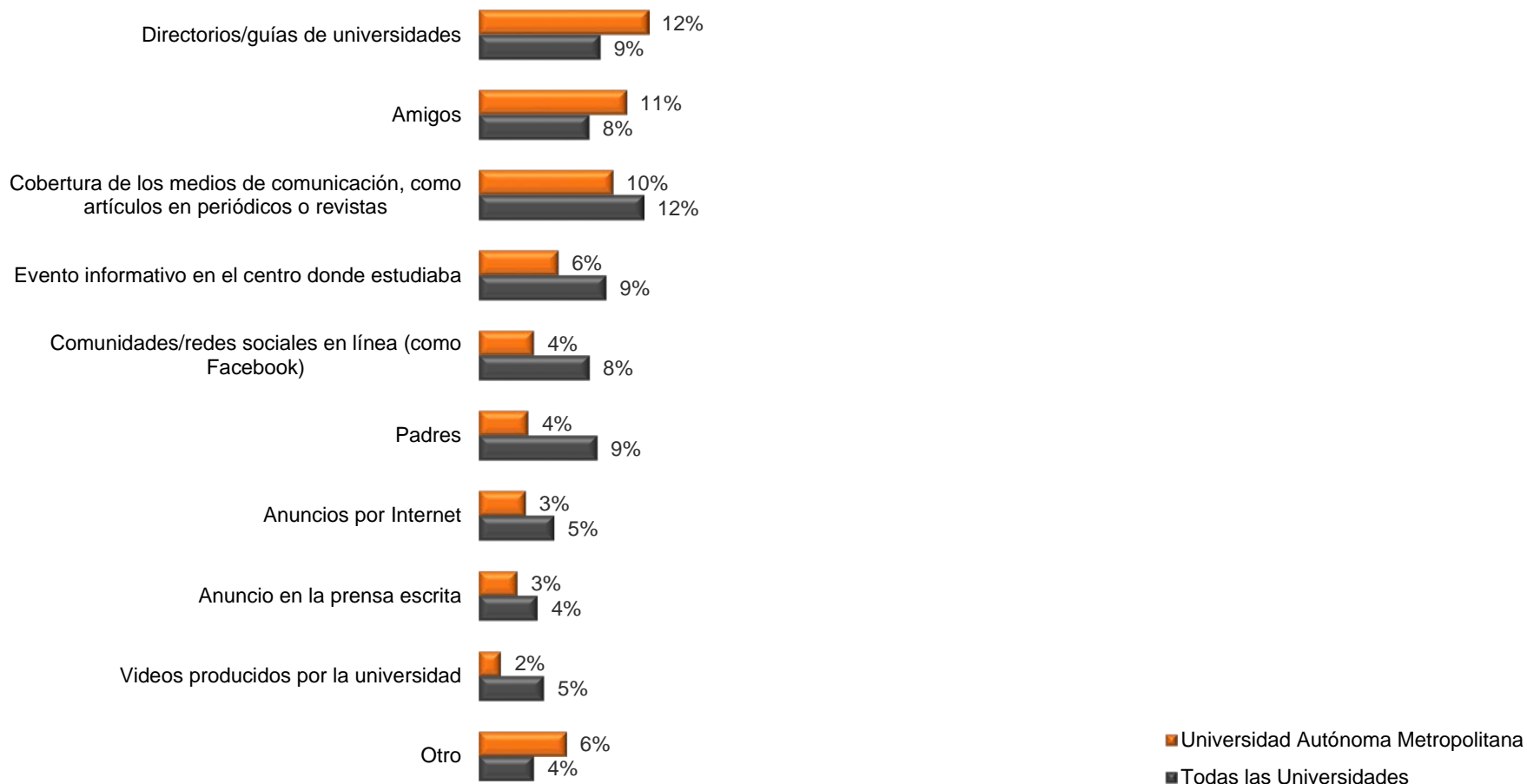
¿Por qué sus estudiantes eligieron su Universidad?(1/2)



• ¿Cuáles de los siguientes factores es más determinante al elegir su facultad o universidad?

• El gráfico muestra los 10 principales factores que influyeron en sus estudiantes al momento de elegir Universidad Autónoma Metropolitana.

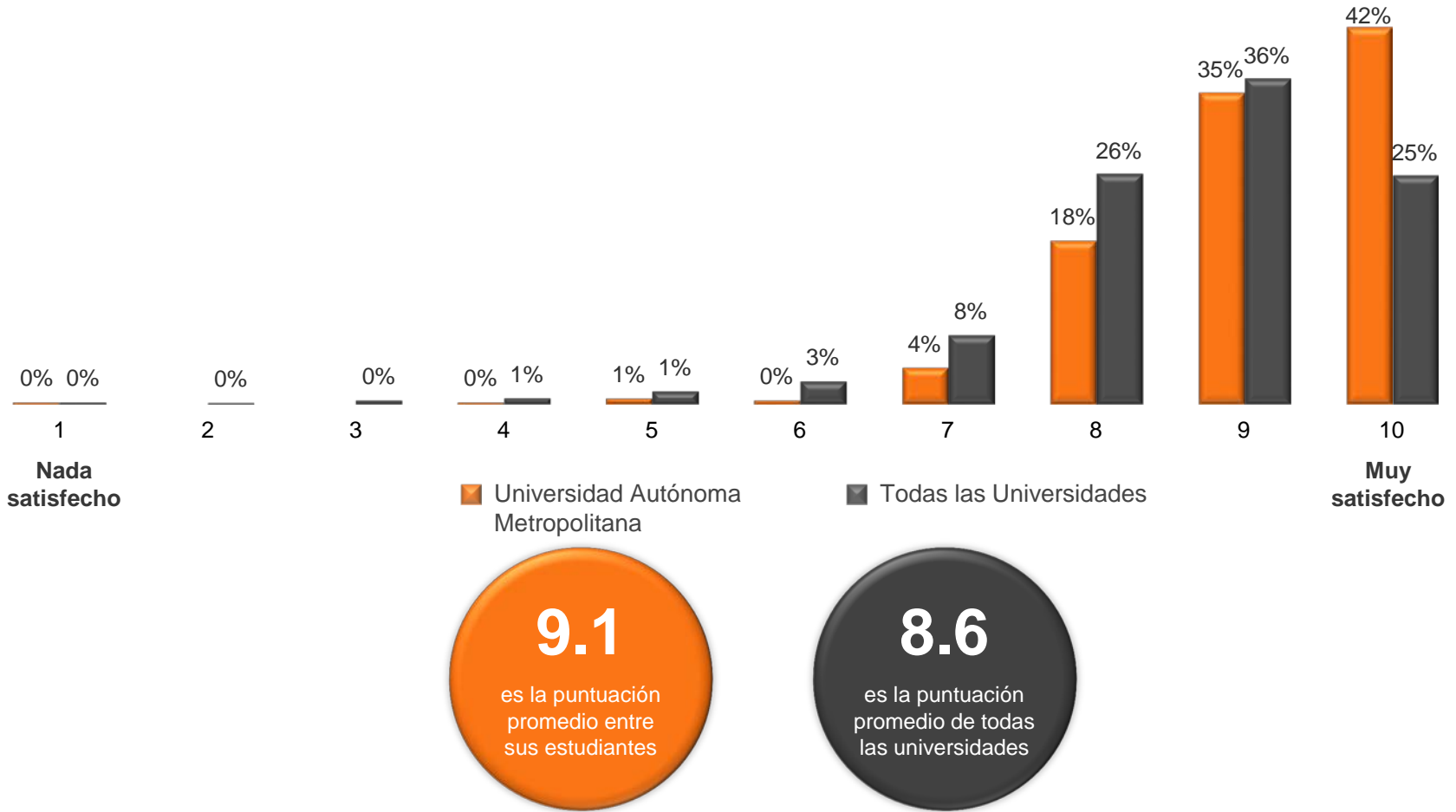
¿Por qué sus estudiantes eligieron su Universidad? (2/2)



• ¿Cuáles de los siguientes factores es más determinante al elegir su facultad o universidad?

• El gráfico muestra los 10 principales factores que influyeron en sus estudiantes al momento de elegir Universidad Autónoma Metropolitana.

¿Qué tan satisfechos están sus estudiantes con Universidad Autónoma Metropolitana?



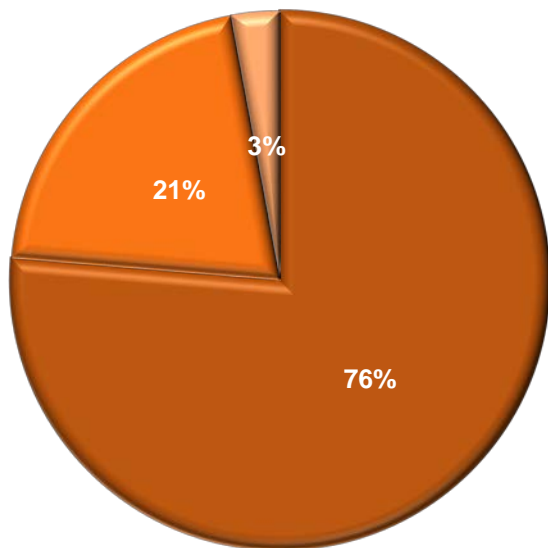
9.1
es la puntuación promedio entre sus estudiantes

8.6
es la puntuación promedio de todas las universidades

• ¿Cuál es su grado de satisfacción con su institución educativa actual?

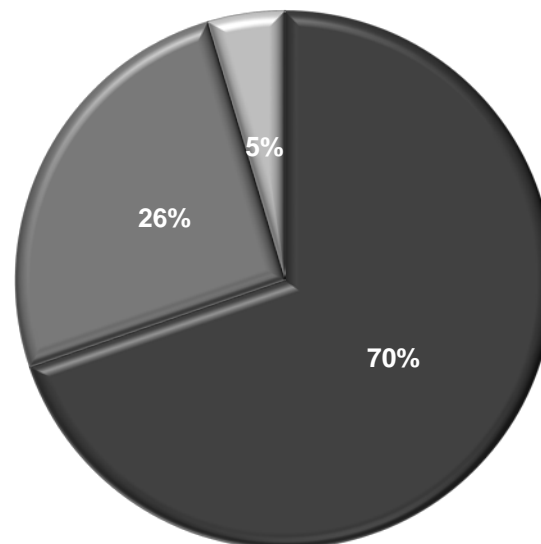
¿Si sus estudiantes pudieran comenzar sus estudios de nuevo, elegirían a la Universidad Autónoma Metropolitana?

Universidad Autónoma Metropolitana



■ Sí, sin duda ■ Es posible ■ No, en absoluto

Todas las Universidades



■ Sí, sin duda ■ Es posible ■ No, en absoluto

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

Si sus estudiantes pudieran iniciar sus estudios de nuevo | Universidades preferidas

76%

de sus estudiantes elegirían Universidad Autónoma Metropolitana si pudieran elegir de nuevo.

24%

elegiría otra universidad. Los más preferidos se presentan en la tabla.

Universidad Autónoma Metropolitana

Universidad	Clasificación	Porcentaje
Universidad Nacional Autónoma de México	1	52%
Instituto Politécnico Nacional	2	11%
Instituto Tecnológico Autónomo de México	3	5%
Facultad o universidad extranjera	4	4%
Tec de Monterrey, Campus Ciudad de México	4	4%
Universidad Iberoamericana	4	4%
Instituto Politécnico Nacional, ESCA Santo Tomás	7	2%
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	8	2%
Universidad Michoacana de San Nicolás	8	2%
Tec de Monterrey, Campus Estado de México	10	1%



• Si pudiera comenzar sus estudios de nuevo en cualquier colegio o universidad, ¿cuál elegiría?



• Los resultados se basan en los encuestados que respondieron "tal vez" o "No, en absoluto" en la pregunta. "Si pudiese comenzar SUS estudios de nuevo en cualquier centro educativo, ¿elegiría su universidad o facultad?"

Las claves del atractivo de la Universidad de Universum

PRESTIGIO E IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD

Se refiere a la Universidad en su conjunto.

- Tradición de excelencia académica
- Modernidad de las instalaciones
- Éxito de los graduados
- Reconocida internacionalmente
- Prestigio
- Bajo costo (alojamiento, colegiaturas, gastos de alimentación, etc.)
- Oferta de ayuda financiera y becas
- Muy bien valorada en su campo
- Recomendada por amigos/familiares



OFERTA EDUCATIVA

Se refiere a varios aspectos de la formación proporcionada por la universidad.

- Calidad y variedad de los cursos
- Programas y campos de estudio interesantes/fascinantes
- Plan de estudios estimulante
- Programas únicos o con particularidades
- Catedráticos/profesores excepcionales
- Aspectos prácticos del plan de estudios
- Proyección internacional
- Destaca por el apoyo al alumnado (tutores, orientadores, etc.)
- Programa de estudios en el extranjero



CULTURA Y VIDA DE LOS ALUMNOS

Se refiere al ambiente social dentro y fuera del campus.

- Alumnos de distintos países
- Atmósfera creativa y dinámica
- Actividades sociales y recreativas
- Entorno cordial y abierto
- Situación geográfica interesante
- Aceptación hacia las minorías (étnicas, religiosas, etc.)
- Igualdad de género
- El campus se encuentra en un entorno seguro
- Patrimonio y tradición



OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y PROYECCIÓN

Se refiere a las oportunidades que brinda la universidad a sus alumnos a largo plazo.

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



- Este marco ha sido desarrollado por Universum en cooperación con las universidades.

Atributos más atractivos

Universidad Autónoma Metropolitana



PRESTIGIO E IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD

1. Prestigio
2. Muy bien valorada en su campo
3. Éxito de los graduados



OFERTA EDUCATIVA

1. Catedráticos/profesores excepcionales
2. Calidad y variedad de los cursos
3. Programas y campos de estudio interesantes/fascinantes



CULTURA Y VIDA DE LOS ALUMNOS

1. Entorno cordial y abierto
2. Actividades sociales y recreativas
2. Atmósfera creativa y dinámica



OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y PROYECCIÓN

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

Todas las Universidades



PRESTIGIO E IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD

1. Prestigio
2. Reconocido internacionalmente
3. Éxito de los graduados



OFERTA EDUCATIVA

1. Catedráticos/profesores excepcionales
2. Programa de estudios en el extranjero
3. Calidad y variedad de los cursos



CULTURA Y VIDA DE LOS ALUMNOS

1. Atmósfera creativa y dinámica
2. Actividades sociales y recreativas
3. Entorno cordial y abierto



OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y PROYECCIÓN

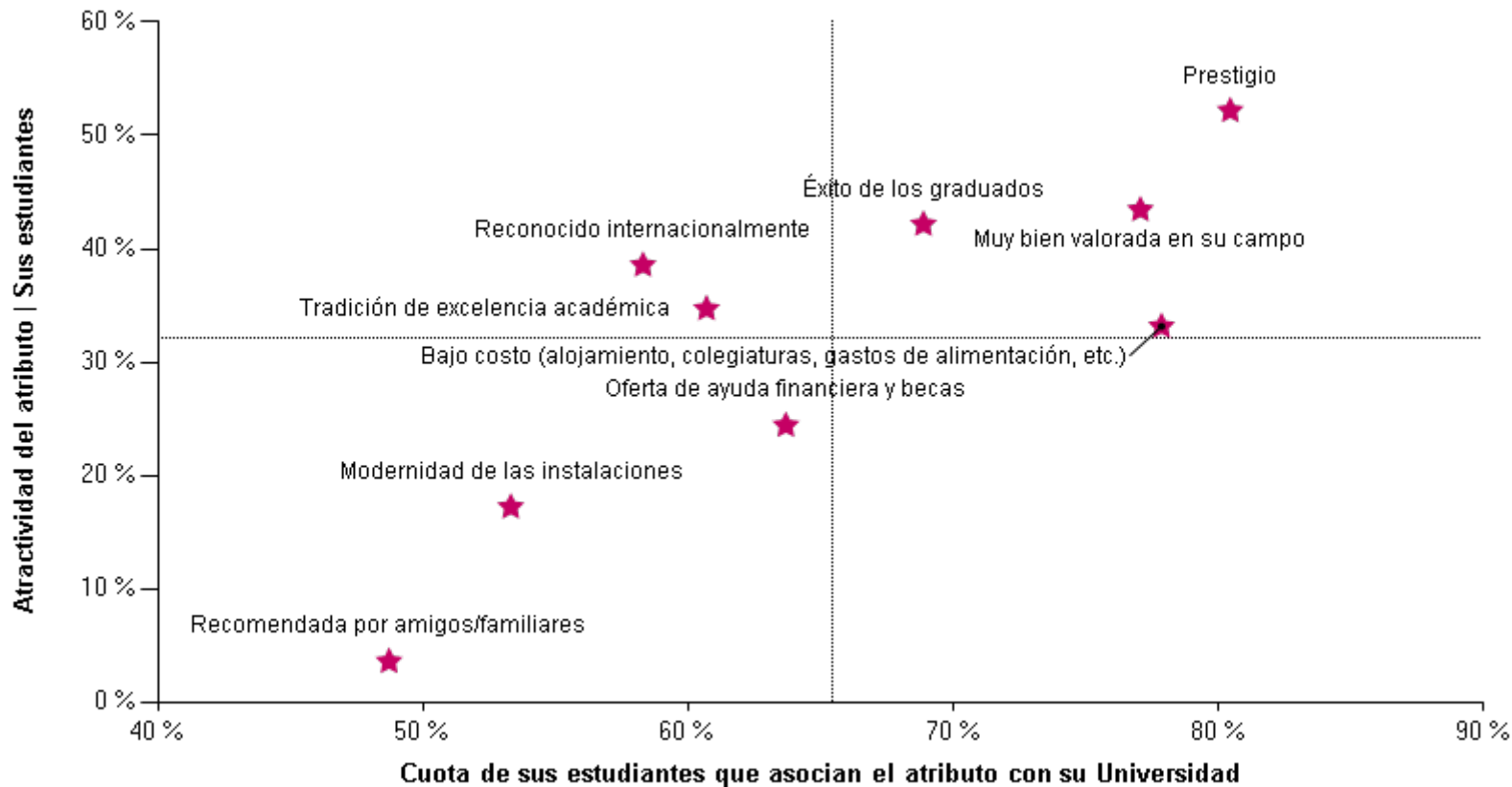
1. Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
2. Orientación hacia el desarrollo profesional
3. Altos índices de empleo entre los graduados

Lo que los estudiantes consideran atractivo vs. lo que ellos asocian con la Institución



Prestigio e Imagen de la Universidad | Atractividad vs. Asociaciones

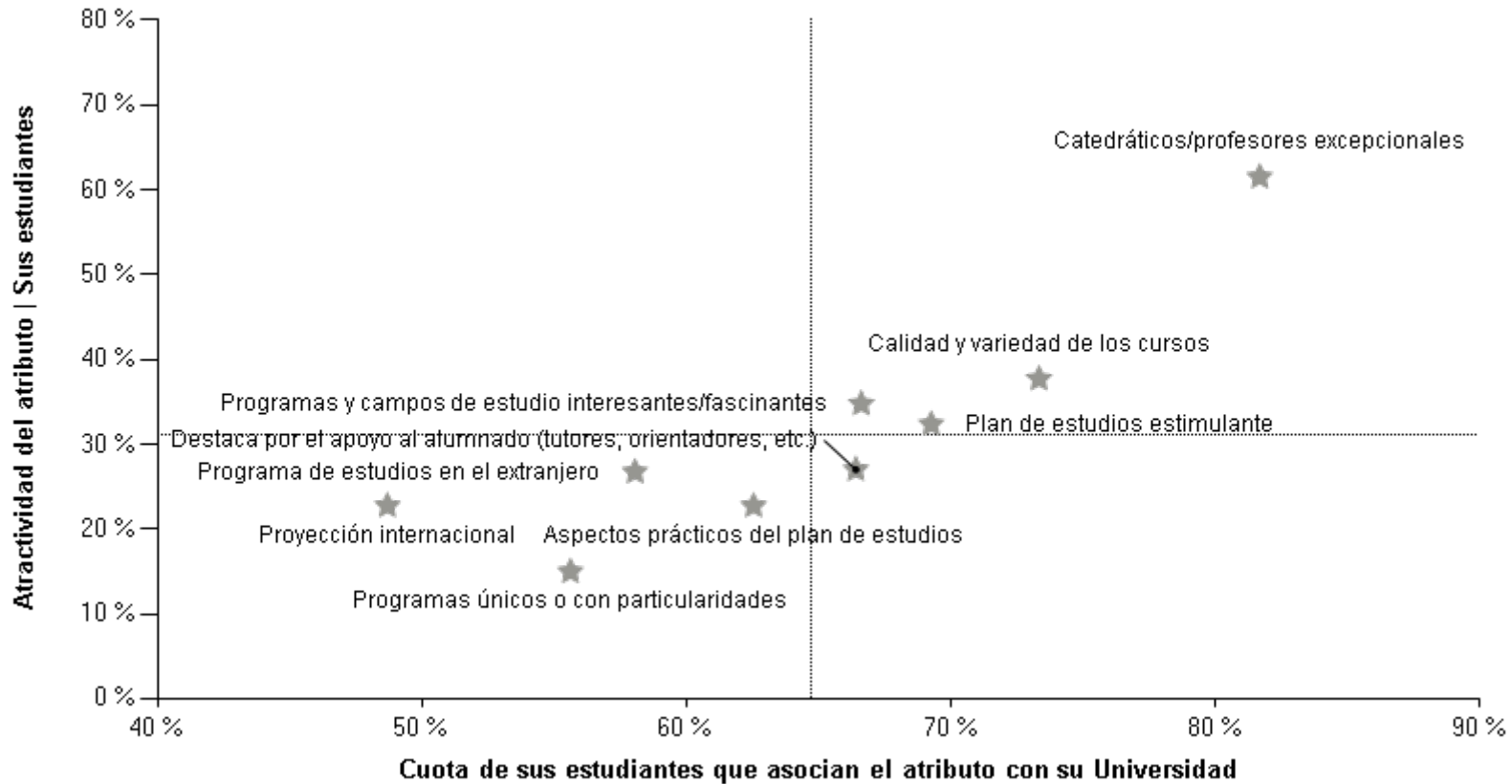
ESTUDIANTES UAM



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

Oferta Educativa | Atractividad vs. Asociaciones

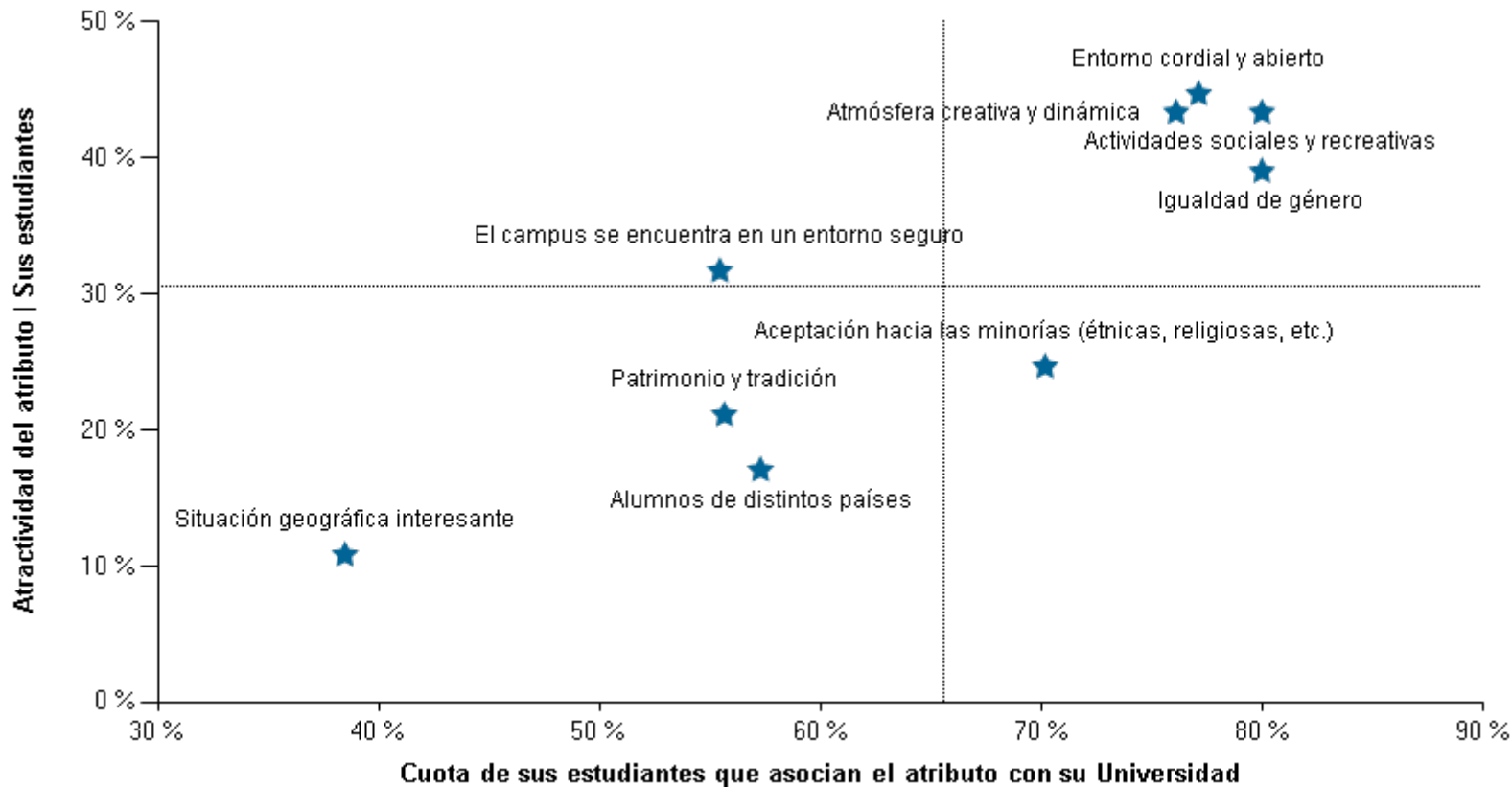
ESTUDIANTES UAM



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

Cultura y Vida de los Alumnos | Atractividad vs. Asociaciones

ESTUDIANTES UAM



- ¿Cuál de las siguientes características asocia con cada facultad o universidad? *Por favor seleccione todas las alternativas que considere conveniente.*
- ¿Cuáles de estas características considera más atractivas? (Máx. 3)

Oportunidades de Empleo y Proyección | Atractividad vs. Asociaciones

ESTUDIANTES UAM



- ¿Cuál de las siguientes características asocia con cada facultad o universidad? *Por favor seleccione todas las alternativas que considere conveniente.*
- ¿Cuáles de estas características considera más atractivas? (Máx. 3)

Universidad Autónoma Metropolitana | Identidad Interna vs. Imagen Externa

A continuación encontrará las asociaciones más frecuentes dentro de cada clave que sus estudiantes y los estudiantes atraídos asocian con la Universidad Autónoma Metropolitana.

IDENTIDAD INTERNA



PRESTIGIO E IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD

1. Prestigio
2. Bajo costo (alojamiento, colegiaturas, gastos de alimentación, etc.)
3. Muy bien valorada en su campo



OFERTA EDUCATIVA

1. Catedráticos/profesores excepcionales
2. Calidad y variedad de los cursos
3. Plan de estudios estimulante



CULTURA Y VIDA DE LOS ALUMNOS

1. Actividades sociales y recreativas
1. Igualdad de género
3. Entorno cordial y abierto



OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y PROYECCIÓN

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

IMAGEN EXTERNA 71



PRESTIGIO E IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD

1. Prestigio
2. Muy bien valorada en su campo
3. Éxito de los graduados



OFERTA EDUCATIVA

1. Catedráticos/profesores excepcionales
2. Programas y campos de estudio interesantes/fascinantes
3. Calidad y variedad de los cursos



CULTURA Y VIDA DE LOS ALUMNOS

1. Atmósfera creativa y dinámica
1. Igualdad de género
3. Actividades sociales y recreativas



OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y PROYECCIÓN

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

Las principales asociaciones con la Universidad Autónoma Metropolitana

ESTUDIANTES UAM



• ¿Cuál es la primera palabra que le viene a la mente cuando piensa en el centro educativo en el que cursa sus estudios?



- Estas son respuestas escritas por estudiantes.
- Pueden producirse errores de ortografía.

Las principales asociaciones con la Universidad Autónoma Metropolitana

ESTUDIANTES DE OTRAS IES QUE LOS ATRAJO LA UAM

71

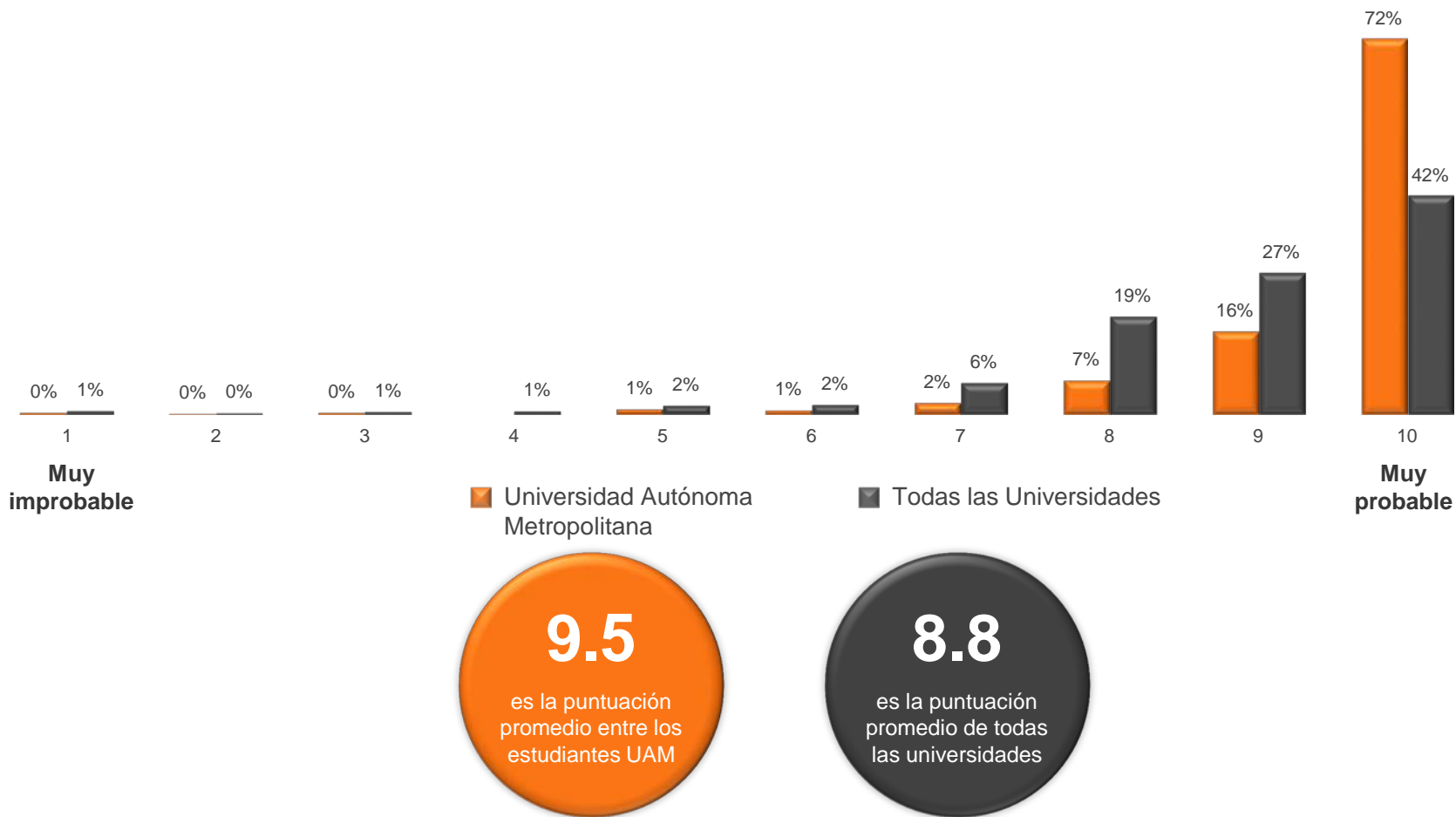


• ¿Cuál es la primera palabra que le viene a la mente cuando piensa en el centro educativo que prefiere?



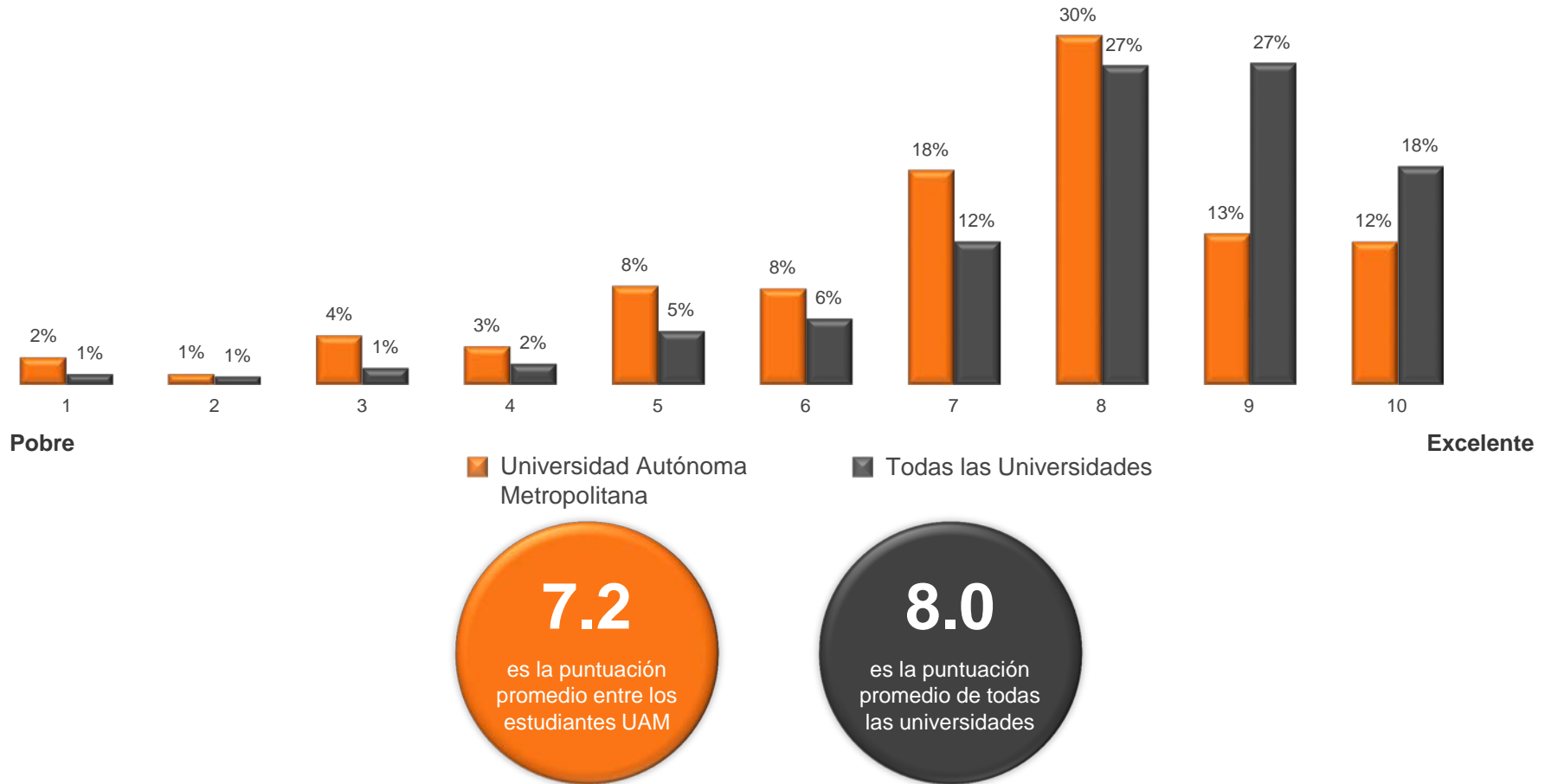
- Estas son respuestas escritas por estudiantes.
- Pueden producirse errores de ortografía.
- *Los estudiantes atraídos son encuestados que respondieron que si pudieran comenzar sus estudios de nuevo elegirían su universidad.

¿Recomendarían sus estudiantes a la Universidad Autónoma Metropolitana a un amigo o miembro de la familia?



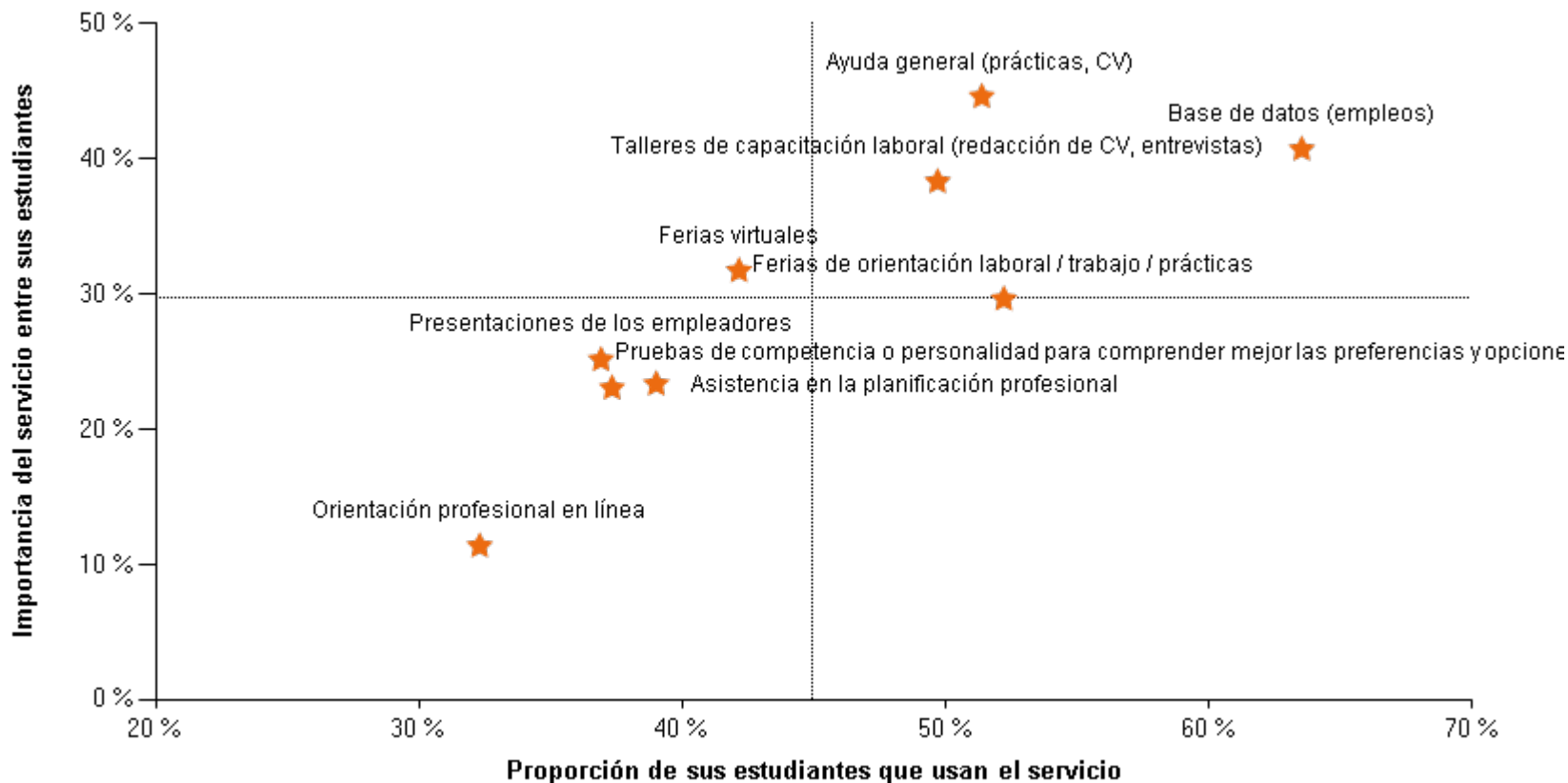
• ¿Qué probabilidades habría de que recomiende su facultad o universidad a un amigo o miembro de su familia?

Clasificación de los servicios de orientación laboral



• ¿Cómo calificaría los servicios de orientación laboral que ofrece su centro educativo?

Evaluación de los servicios de orientación laboral que ofrece Universidad Autónoma Metropolitana



- ¿Cuál de estos servicios de orientación laboral ha utilizado en su institución educativa? *Por favor seleccione tantos servicios como estime convenientes.*
- ¿Cuáles de estas características considera más atractivas? (Máx. 3)

¿Están los estudiantes informados de todos los servicios de orientación laboral que ustedes proporcionan?



• ¿Conoce/utiliza los siguientes servicios de orientación profesional prestados por su universidad?

Segunda sección

EVALUACIÓN DEL PERFIL PROFESIONAL



El estado del mercado de talento Mexicano, 2014

METAS DE DESARROLLO PROFESIONAL

Balance vida/carrera y seguridad en el trabajo dominan, pero **ser emprendedor o creativo** también es bien posicionado en México.

ATRIBUTOS COMO EMPLEADOR

- ✓ Oportunidades de liderazgo
- ✓ Entrenamiento profesional y desarrollo
- ✓ Buenas referencias
- ✓ Líderes que apoyan
- ✓ Oportunidades de viajes internacionales
- ✓ Un ambiente creativo
- ✓ Ingresos futuros elevados

- ✗ Interacción con clientes
- ✗ Variedad de tareas
- ✗ Control sobre mis horas de trabajo

ATRACTIVIDAD DE LA INDUSTRIA



Software y Servicios Computacionales

Ganando terreno con todas las áreas de estudio



Bancaria

Ganancias con administrativos y en humanidades, pero pérdidas en otros grupos



Bienes de consumo de Rápido Movimiento

Descenso con todo tipo de estudiantes



Automotriz

Descenso general

- ✓ Buenas referencias
- ✓ Ambiente creativo
- ✓ Éxito en el mercado
- ✓ Innovación

- ✓ Entrenamiento profesional y desarrollo
- ✓ Buenas referencias
- ✓ Oportunidades de liderazgo
- ✓ Fortaleza financiera

- ✓ Buenas referencias
- ✓ Entrenamiento profesional y desarrollo
- ✓ Ingresos futuros elevados

- ✓ Oportunidades de viajes
- ✓ Buenas referencias
- ✓ Prestigio

Expectativa de salario mensual

Universidad
Autónoma
Metropolitana

12,414 MXN



Todas las
Universidades de
México

14,437 MXN



- ¿Cuál es su expectativa de salario antes de impuestos (excluyendo las comisiones y bonos) en su primer empleo después de graduarse?

Expectativa de salario mensual | Diferencia de género

Universidad Autónoma Metropolitana



11,688 MXN



13,181 MXN



- ¿Cuál es su expectativa de salario antes de impuestos (excluyendo las comisiones y bonos) en su primer empleo después de graduarse?
- ¿Cuál es su género?

Expectativa de salario mensual | Diferencia de género

Todas las Universidades



13,648 MXN



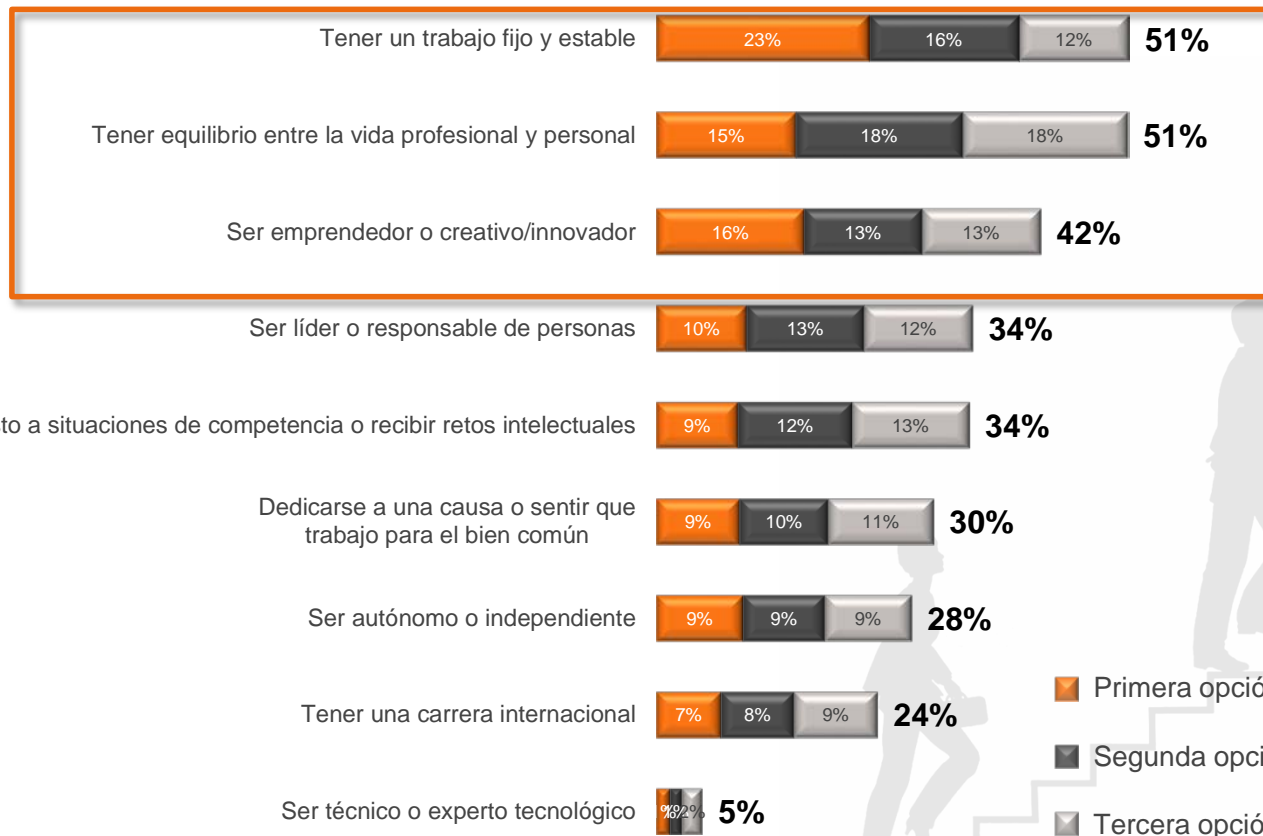
15,794 MXN



- ¿Cuál es su expectativa de salario antes de impuestos (excluyendo las comisiones y bonos) en su primer empleo después de graduarse?
- ¿Cuál es su género?

Objetivos profesionales

Universidad Autónoma Metropolitana



- Primera opción
- Segunda opción
- Tercera opción



• A continuación se muestra una lista de 9 objetivos profesionales. ¿Cuáles son los más importantes para usted? Por favor seleccione por orden de preferencia, donde "1" es el más importante.



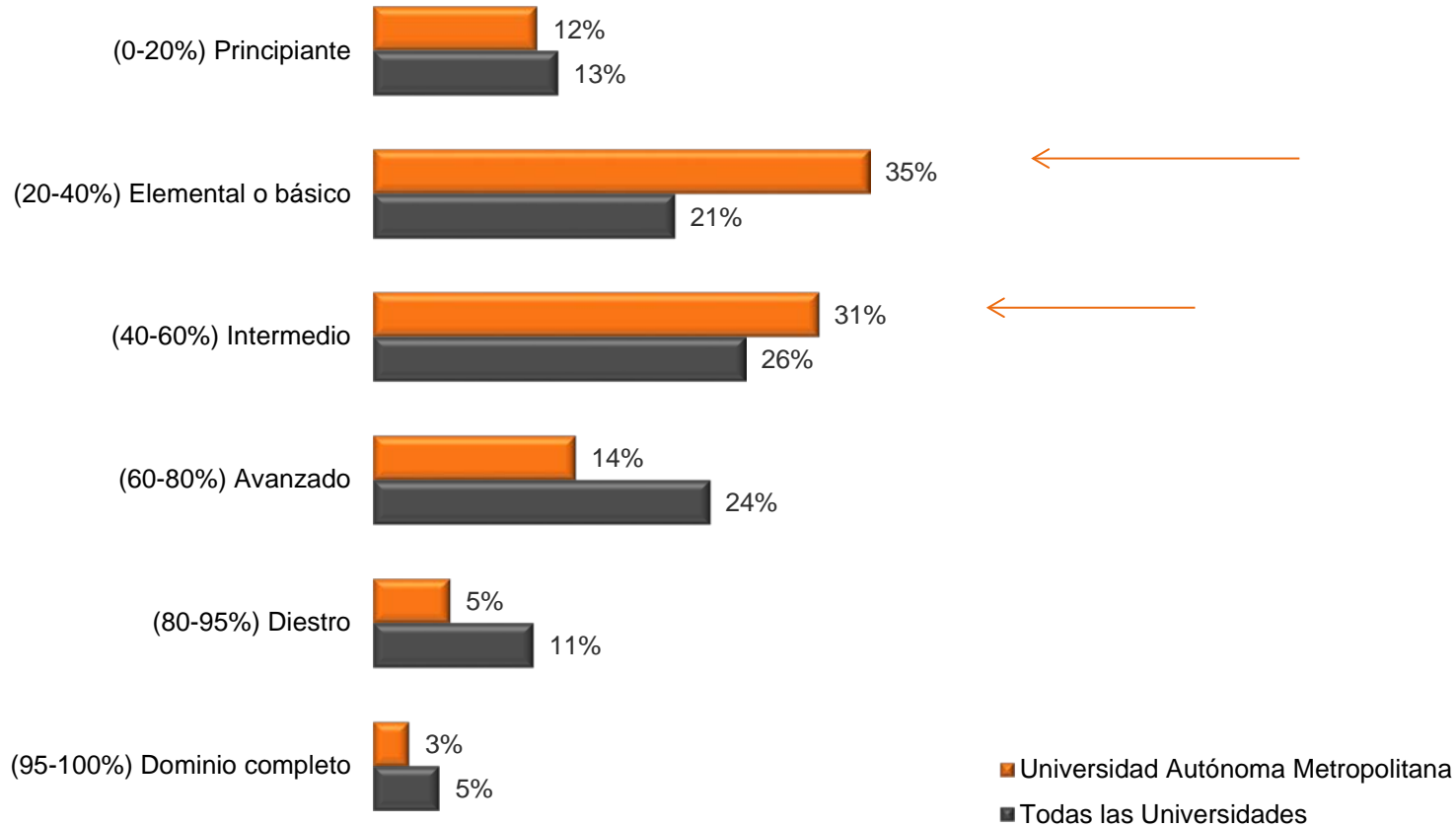
• “Objetivos Profesionales” se refieren a lo que quieren los estudiantes en su empleo a largo plazo, mientras que “atributos” se refieren a las cosas que buscan los estudiantes de su primer empleador.

Las industrias más preferidas(1-10)



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

Dominio de inglés



• ¿Cómo evaluaría su nivel de fluidez en el idioma inglés?



Las claves del atractivo del empleador de Universum

REPUTACION E IMAGEN DEL EMPLEADOR

Las características del empleador como organización

- Productos y servicios atractivos y emocionantes
- Responsabilidad social corporativa
- Desarrollo sostenible del medio ambiente
- Estándares éticos
- Compañía en crecimiento / emprendedora
- Fortaleza financiera
- Innovación
- Líderes que inspiren
- Éxito en el mercado
- Prestigio



CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO

El contenido y las demandas del trabajo, incluyendo las oportunidades de formación que ofrece

- Retos laborales
- Interacción con clientes
- Control sobre mis horas de trabajo
- Condiciones laborales flexibles
- Alto nivel de responsabilidad
- Oportunidades de viajes / traslados al extranjero
- Formación y desarrollo profesional
- Empleo seguro
- Trabajo en equipo
- Variedad de tareas



GENTE Y CULTURA

El entorno social y las características del lugar de trabajo

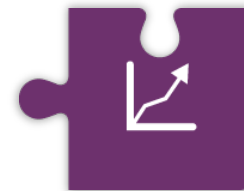
- Un ambiente de trabajo dinámico y creativo
- Un ambiente de trabajo amigable
- Aceptación hacia las minorías (étnicas, religiosas, etc.)
- Permite incluir mis intereses personales en mi horario
- Interacción con colegas y clientes internacionales
- Líderes que apoyarán mi desarrollo
- Reconocimiento del rendimiento (meritocracia)
- Emplea sólo los mejores talentos
- Respeto por sus empleados
- Igualdad de género



REMUNERACIÓN Y OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO

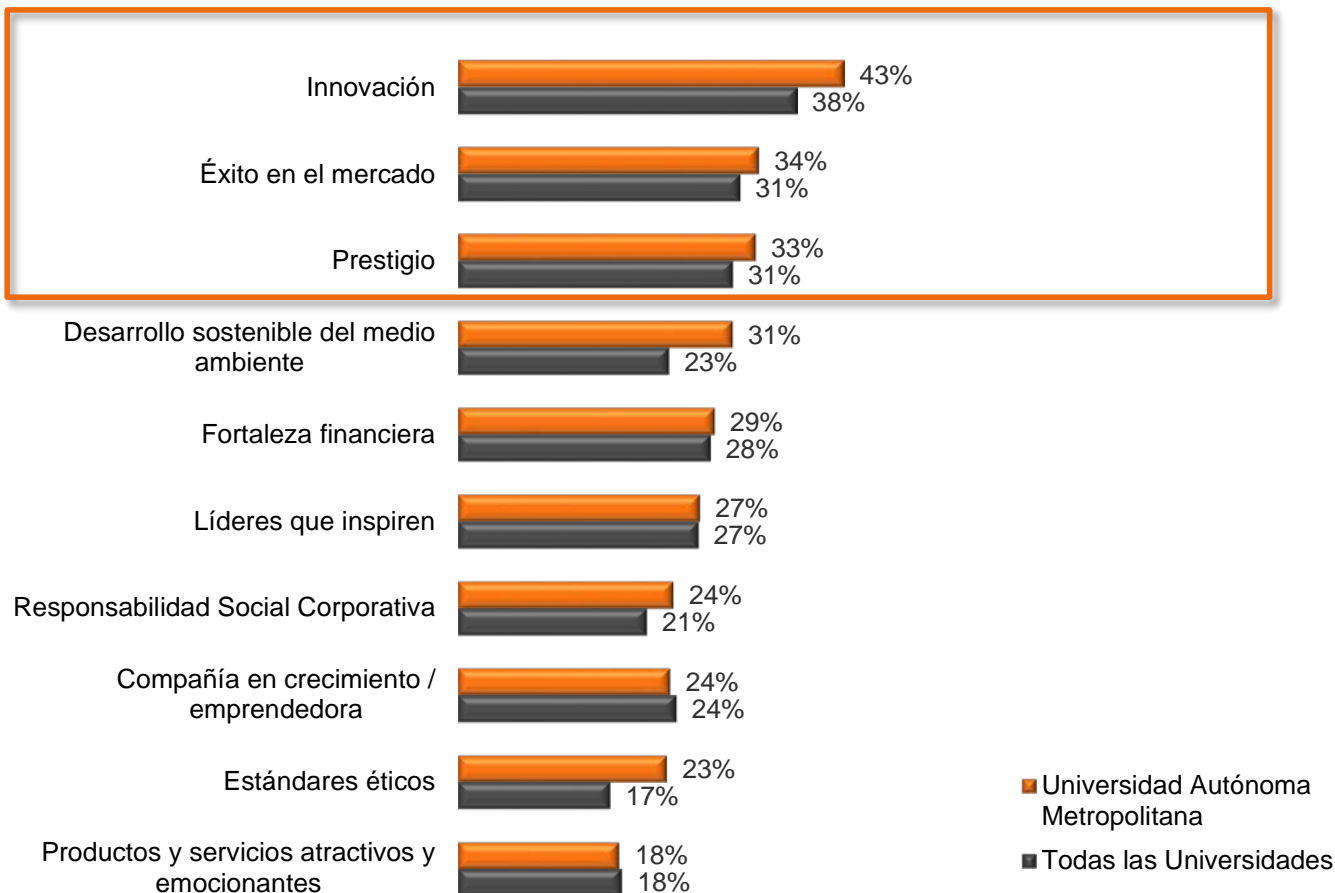
La compensación económica y otros beneficios, tanto presentes como futuros

- Plan de carrera claro
- Salario base competitivo
- Beneficios competitivos
- Buena referencia para el futuro profesional
- Ingresos futuros elevados
- Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo
- Pago/compensación por horas extras
- Bono por rendimiento
- Rápido avance en la compañía
- Patrocinio de estudios futuros



• Este marco ha sido desarrollado por Universum y está basado en investigaciones extensivas en el ámbito de RH, grupos focales y comunicación con clientes y estudiantes.

Reputación e imagen del empleador | Atributos atractivos



• ¿Cómo calificaría la importancia relativa de dichos aspectos a la hora de elegir su Empleador Ideal? Divida 100 puntos entre las alternativas en función de su importancia. La suma total de todas debe ser 100. ¿Qué atributos percibe como más atractivos? (máx. 3)

Características del trabajo | Atributos atractivos



• ¿Cómo calificaría la importancia relativa de dichos aspectos a la hora de elegir su Empleador Ideal? Divida 100 puntos entre las alternativas en función de su importancia. La suma total de todas debe ser 100. ¿Qué atributos percibe como más atractivos? (máx. 3)

Gente y Cultura | Atributos atractivos



- ¿Cómo calificaría la importancia relativa de dichos aspectos a la hora de elegir su Empleador Ideal? Divida 100 puntos entre las alternativas en función de su importancia. La suma total de todas debe ser 100. ¿Qué atributos percibe como más atractivos? (máx. 3)



Remuneración y oportunidades de crecimiento | Atributos atractivos



• ¿Cómo calificaría la importancia relativa de dichos aspectos a la hora de elegir su Empleador Ideal? Divida 100 puntos entre las alternativas en función de su importancia. La suma total de todas debe ser 100. ¿Qué atributos percibe como más atractivos? (máx. 3)

Las 10 preferencias más importantes para los estudiantes

Universidad Autónoma Metropolitana


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


Todas las Universidades

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

 Prestigio e Imagen del Empleador

 Características del Trabajo

 Gente y Cultura

 Remuneración y Oportunidades de Crecimiento



• ¿Cómo calificaría la importancia relativa de dichos aspectos a la hora de elegir su Empleador Ideal? Divida 100 puntos entre las alternativas en función de su importancia. La suma total de todas debe ser 100. ¿Qué atributos percibe como más atractivos? (máx. 3)



Esta tabla muestra los más atractivos de los 40 atributos, tomando en cuenta la importancia general de las categorías entre los estudiantes. Este análisis ofrece una vista resumida de 360 grados de lo que influye en el atractivo del empleador.

Tercera sección



3

EVALUACIÓN DEL EMPLEADOR

Los Rankings de Universum



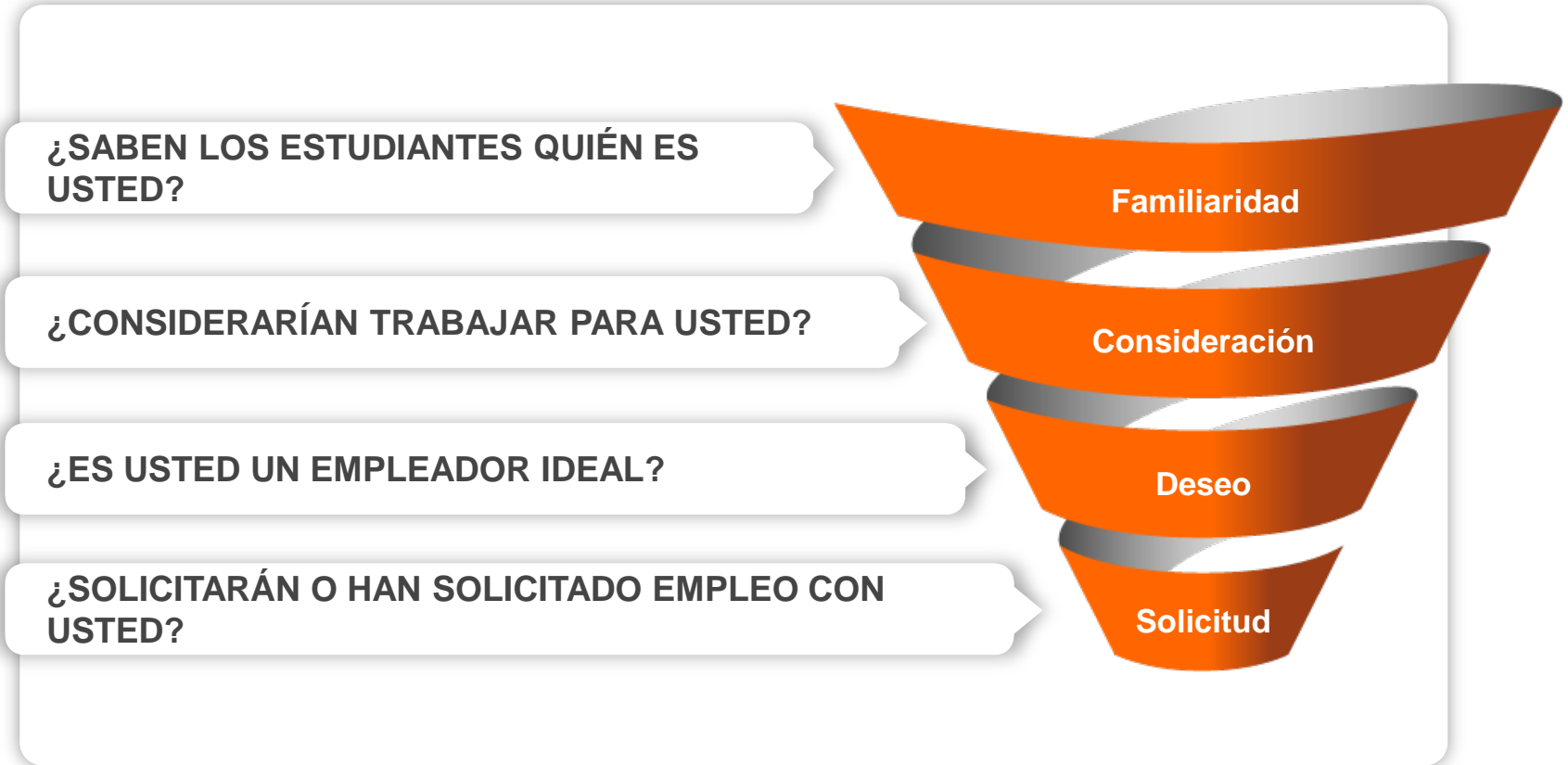
“A continuación encontrará una lista de los principales empleadores de su país. ¿Para cuál de estos empleadores consideraría trabajar?”

“Seleccione 5 empleadores de la siguiente lista para los cuales más le gustaría trabajar; es decir, sus 5 empleadores ideales.”

“¿Ha solicitado o va a solicitar empleo en alguna de estas empresas/organizaciones?”

! Por razones de diseño, el nombre del empleador se puede acortar en este reporte.

El Embudo de reclutamiento de Universum



Los empleadores más atractivos para los estudiantes

Universidad Autónoma Metropolitana | Ciencias Sociales

1. Pemex (31.53%)
2. Banamex (25.23%)
3. Grupo Carso (18.92%)
4. Aeroméxico (17.12%)
4. Grupo Bimbo (17.12%)
6. BBVA Bancomer (16.22%)
7. Telmex (15.32%)
8. CFE - Comisión Federal de Electricidad (14.41%)
9. Inbursa (12.61%)
10. The Coca-Cola Company (11.71%)

Todas las Universidades | Ciencias Empresariales/Comercio

1. Pemex (14.49%)
2. Google (11.43%)
3. The Coca-Cola Company (11.00%)
4. CFE - Comisión Federal de Electricidad (9.85%)
5. Coca-Cola FEMSA (9.64%)
6. Aeroméxico (9.16%)
7. Grupo Bimbo (9.06%)
8. Banamex (8.53%)
9. BBVA Bancomer (8.03%)
10. Grupo Modelo (7.48%)



• Por favor, seleccione cinco empleadores de la siguiente lista para los cuáles le gustaría más trabajar- sus cinco empleadores ideales.

Los empleadores más atractivos para los estudiantes

Universidad Autónoma Metropolitana | Ingeniería/TI

1. Pemex (26.71%)
2. CFE - Comisión Federal de Electricidad (16.25%)
3. Grupo Modelo (14.44%)
4. Grupo Bimbo (12.27%)
5. Procter & Gamble (P&G) (11.19%)
6. Bayer (10.83%)
6. Google (10.83%)
8. Cemex (10.47%)
9. Nestlé (10.11%)
10. Microsoft (9.39%)

Todas las Universidades | Ingeniería/TI

1. Pemex (18.64%)
2. CFE - Comisión Federal de Electricidad (13.45%)
3. Google (13.37%)
4. Microsoft (12.37%)
5. Volkswagen Group (incl. Porsche, SEAT) (8.23%)
6. Audi (8.20%)
7. Cemex (7.68%)
8. IBM (6.56%)
9. Ford Motor Company (6.24%)
10. Samsung (5.99%)



• Por favor, seleccione cinco empleadores de la siguiente lista para los cuáles le gustaría más trabajar- sus cinco empleadores ideales.

Los empleadores más atractivos para los estudiantes

Universidad Autónoma Metropolitana | Ciencias Naturales

1. Pemex (27.87%)
2. Bayer (21.31%)
3. Grupo Bimbo (16.39%)
3. Monsanto (16.39%)
3. Nestlé (16.39%)
3. Pfizer (16.39%)
3. Sigma Alimentos (16.39%)
8. Roche (14.75%)
9. Google (13.11%)
10. CFE - Comisión Federal de Electricidad (11.48%)

Todas las Universidades | Ciencias Naturales

1. Pemex (17.78%)
2. Bayer (12.95%)
3. DOW Química (11.92%)
4. Nestlé (9.62%)
5. Pfizer (9.42%)
6. CFE - Comisión Federal de Electricidad (9.28%)
7. Grupo Bimbo (8.64%)
8. L'Oréal Group (7.79%)
9. Google (7.12%)
10. Monsanto (6.53%)



• Por favor, seleccione cinco empleadores de la siguiente lista para los cuáles le gustaría más trabajar- sus cinco empleadores ideales.

Los empleadores más atractivos para los estudiantes

Universidad Autónoma Metropolitana | Humanidades/Arte

1. Pemex (29.73%)
2. Google (24.92%)
3. CFE - Comisión Federal de Electricidad (15.92%)
4. Grupo Carso (15.02%)
4. TV Azteca (15.02%)
6. Aeroméxico (13.21%)
7. Microsoft (12.91%)
8. Televisa (12.61%)
9. Facebook (10.51%)
10. Banamex (9.01%)

Todas las Universidades | Humanidades/Arte/Educación/Derecho

1. Google (20.01%)
2. Pemex (19.87%)
3. Televisa (15.47%)
4. CFE - Comisión Federal de Electricidad (12.63%)
5. The Coca-Cola Company (11.80%)
6. TV Azteca (11.57%)
7. Aeroméxico (10.49%)
8. Microsoft (10.47%)
9. Facebook (9.64%)
10. Coca-Cola FEMSA (9.27%)



• Por favor, seleccione cinco empleadores de la siguiente lista para los cuáles le gustaría más trabajar- sus cinco empleadores ideales.

Los empleadores más atractivos para los estudiantes

Universidad Autónoma Metropolitana | Ciencias de la Salud

1. Bayer (35.59%)
2. Pfizer (32.20%)
3. Nestlé (28.81%)
4. Roche (24.58%)
5. Pemex (22.88%)
6. Sigma Alimentos (16.10%)
7. Merck (14.41%)
8. Colgate Palmolive (13.56%)
9. Johnson & Johnson (12.71%)
10. Danone (11.86%)

Todas las Universidades | Ciencias de la Salud

1. Bayer (21.52%)
2. Pemex (20.25%)
3. Pfizer (17.94%)
4. Nestlé (15.70%)
5. Roche (9.51%)
6. MetLife (9.38%)
7. Sigma Alimentos (8.92%)
8. The Coca-Cola Company (8.41%)
9. Grupo Bimbo (8.40%)
10. Google (7.55%)



• Por favor, seleccione cinco empleadores de la siguiente lista para los cuáles le gustaría más trabajar- sus cinco empleadores ideales.

Cuarta sección

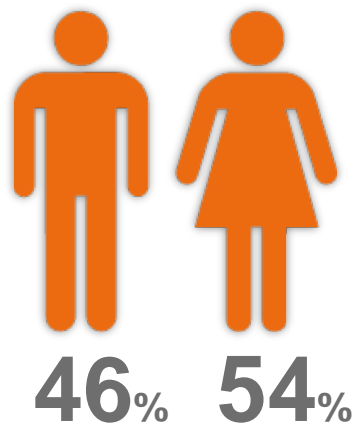
RESUMEN EJECUTIVO

4



El perfil y el resumen de las preferencias de los estudiantes

Universidad Autónoma Metropolitana

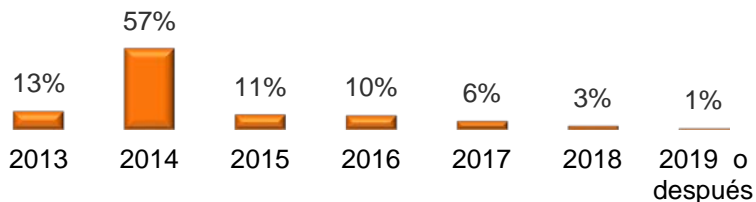


Los 3 principales perfiles profesionales

- Líder
- Emprendedor
- Idealista



Año de graduación:



Los 3 canales de comunicación más utilizados:

- Sitios Web de empresas
- Publicidad en televisión
- Bolsas de trabajo



Las 3 principales industrias:

- Sector público y agencias gubernamentales
- Instituciones educativas y científicas
- Organizaciones no gubernamentales (ONG) / organizaciones no lucrativas (ONL)



Los 5 atributos más atractivos:

- Formación y desarrollo profesional (Características del trabajo)
- Oportunidades de alcanzar puestos de liderazgo (Remuneración y oportunidades de crecimiento)
- Empleo seguro (Características del trabajo)
- Buena referencia para el futuro profesional (Remuneración y oportunidades de crecimiento)
- Salario base competitivo (Remuneración y oportunidades de crecimiento)

Las 3 principales metas de carrera:

-
- Tener un trabajo fijo y estable
 - Tener equilibrio entre la vida profesional y personal
 - Ser emprendedor o creativo/innovador

Resumen de la percepción de marca de la Universidad (1/2)

ASOCIACIONES EN BASE A LAS CLAVES DEL ATRACTIVO DE LA UNIVERSIDAD DE UNIVERSUM

Prestigio e imagen de la Universidad

- 1. Prestigio
- 2. Bajo costo (alojamiento, colegiaturas, gastos de alimentación, etc.)
- 3. Muy bien valorada en su campo



Oferta educativa

- 1. Catedráticos/profesores excepcionales
- 2. Calidad y variedad de los cursos
- 3. Plan de estudios estimulante



Cultura y vida universitaria

- 1. Actividades sociales y recreativas
- 1. Igualdad de género
- 3. Entorno cordial y abierto



Oportunidades de empleo y proyección

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



ASOCIACIONES CON LA UNIVERSIDAD



Resumen de la percepción de marca de la Universidad(2/2)

Continúe comunicando

PRESTIGIO E IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD

- ✓ Prestigio
- ✓ Muy bien valorada en su campo
- ✓ Éxito de los graduados



OFERTA EDUCATIVA

- ✓ Plan de estudios estimulante
- ✓ Catedráticos/profesores excepcionales
- ✓ Calidad y variedad de los cursos



CULTURA Y VIDA UNIVERSITARIA

- ✓ Igualdad de género
- ✓ Entorno cordial y abierto
- ✓ Atmósfera creativa y dinámica
- ✓ Actividades sociales y recreativas



OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y PROYECCIÓN

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



Puntaje promedio de recomendación de la universidad:

Universidad Autónoma Metropolitana

9.5

Todas las Universidades

8.8

Porcentaje de estudiantes que elegirían estudiar en su universidad actual si pudieran hacer la elección de nuevo:

Universidad Autónoma Metropolitana

76%

Todas las Universidades

70%



ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y ELABORACIÓN DEL REPORTE:

Juan Manuel Figueroa Bolaños
Global Outsourcing Manager
UNIVERSUM

APLICACIÓN DE LA ENCUESTA Y REVISIÓN DE CONTENIDO:

Iskra Elisa Yurugi López
Edgar Adolfo Suárez Sánchez
Oficina de Egresados y Bolsa de Trabajo
RECTORÍA GENERAL - UAM