



Universidad Juárez del Estado de Durango Investigación de Talento Universum 2022

Reporte

Estudiantes Ingeniería / TI

El presente documento constituye una investigación aplicada a problemas de estudiantes de nivel licenciatura de diversas áreas de conocimiento en la Universidad Juárez del Estado de Durango, en donde se trabajó de manera conjunta con la empresa de origen Sueco denominada Universum del grupo Step Stone líder en bolsa de trabajo a nivel mundial desde 1998.





Directorio

M.A. Rubén Solís Ríos

Rector



M.C. Julio Gerardo Lozoya Vélez

Secretario General

Dr. Emilio Piz Rosas

Director de Vinculación Institucional

Responsable

M.C. Héctor Flores Santillán

Coordinador de Vinculación Laboral en la Dirección de Vinculación Institucional

Colaboradores Dirección de Vinculación Institucional

Dra. María Teresita Miranda Rodríguez
M.D. Yazmin Elizabeth Vanoye Torres
M.A.A.D. Daisy Virginia Rivas Govea
Ing. Daniel Hiram García Valdez
M.D. Yazmin Elizabeth Vanoye Torres
L.P. Beatriz Adriana Niebla Rodríguez
L.D. Ernesto Augusto Amador Herrera

Colaboradores Seguimiento Egresados

Dra. Olga Elena Centeno Quiñones - FADER y CIPOL

M.C. María Esther Ríos Vega – FAZ

Mtra. Giovana Agüero López – FCCFyD

Mtro. Ricardo Morales Corral – FECA

Dr. Víctor Hugo Gerardo Guadiana González – FAMEN

Mtro. Fernando Martínez Espinoza - FICA Mtro. José Benjamín Cedillo Acosta - FMVZ

C.P. María de los Ángeles Maturino Carrera – FCQ





Presentación



La Dirección de Vinculación Institucional dando el cumplimiento a lo establecido por el Rector M.A. Rubén Solís Ríos, en el Plan de Desarrollo Institucional 2018-2024 de la Universidad Juárez del Estado de Durango, se trabajó en colaboración con la empresa internacional Universum del grupo Step Stone, presenta en este 2022 la "Investigación de Talentos" realizada a la comunidad estudiantil de esta máxima Casa de Estudios.

Este estudio permite conocer de los estudiantes cual es la percepción de nuestra universidad como marca, la opinión sobre algunos servicios como la orientación profesional, bolsa de trabajo, emprendimiento, su perfil de carrera, las expectativas salariales, los empleadores sugeridos y la verificación del currículum vitae y los canales de comunicación que prefieren tener con su institución.

Lo relevante del estudio 2022 es que permite analizar datos con una comparación del después de la pandemia por el virus SARS-CoV-2 (COVID-19), en el que se aprecian las nuevas oportunidades por las habilidades adquiridas en la comunidad académica ante el confinamiento que se vivió en nuestro país del 19 de marzo de 2020 al 30 de agosto de 2021 en que de manera voluntaria se dio el regreso a las aulas.

La clasificación de estudiantes según su perfil:

Go-Gatter.- 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.- 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.- 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.

Change-Maker.- mantienen una fuerte orientación hacia 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.- 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.

Este estudio se realizó recabando información por medio del instrumento CareerTest de Universum aplicado en línea, durante un período de tiempo de noviembre de 2021 a abril de 2022, participando a nivel nacional en el área de Ingeniería y Tecnologías de la Información 13,173 estudiantes de los cuales 208 pertenecen a la UJED. Así mismo en algunas gráficas se contemplan en este estudio los 222 estudiantes de la UJED del área de la salud que participaron en el estudio de Universum 2021 para mostrar comparativo.

El estudio Universum comprende seis reportes: Reporte general de todos los estudiantes de la UJED, Reporte del área de Ingeniería y Tecnologías de Información, Reporte del área de Ciencias Naturales, Reporte del área de Ciencias Empresariales y Comercio, Reporte del área de Humanidades, Arte, Educación y Derecho, y Reporte del área de Ingeniería y Tecnologías de Información.

Con este estudio lograremos comprender de nuestros estudiantes sus expectativas dentro de nuestra institución así como sus aspiraciones profesionales en un mercado laboral.







- 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







- L. 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







- 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





LIDIVACE LID

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.



































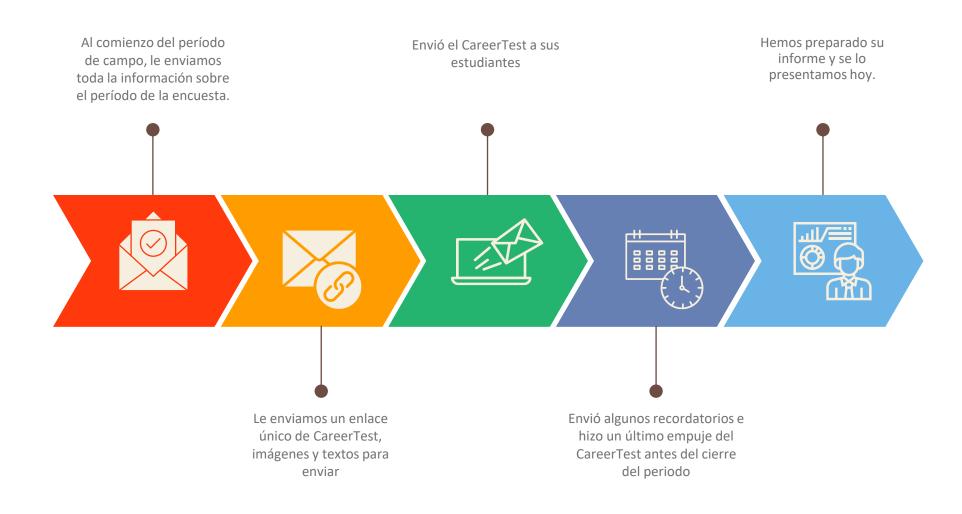








¡Gracias por trabajar con nosotros este año!







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.



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





Clientes 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/



































































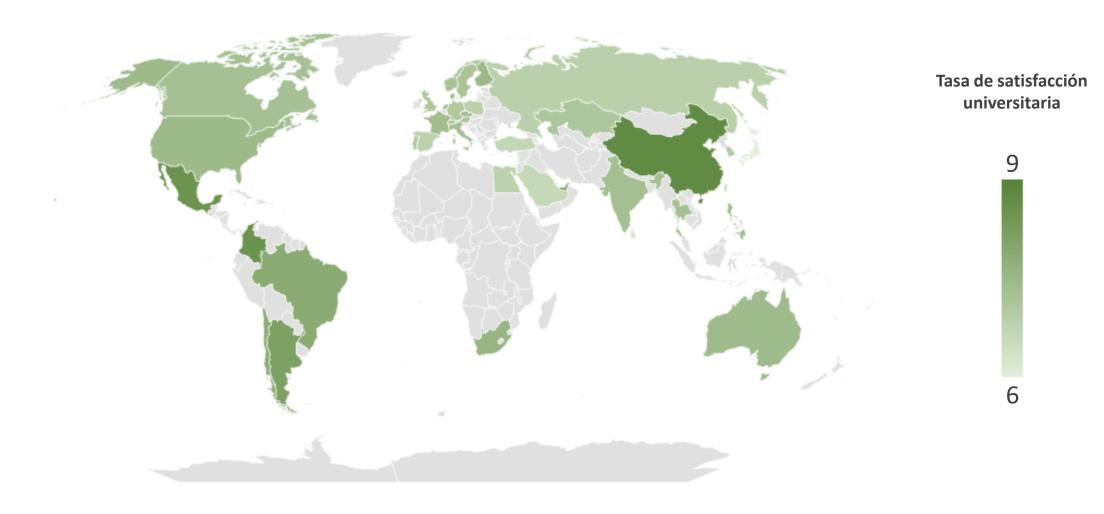








Tasa global de satisfacción universitaria 2021







Este reporte le ayuda a ...



COMPRENDER A SUS ESTUDIANTES

- Sumérjase en las preferencias de carrera y comunicación de sus estudiantes.
- 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

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



DESARROLLAR A PARTIR DE COMPARACIONE S

- Compare diferentes grupos de estudiantes internamente, así como con otros estudiantes a nivel nacional e internacional.
- 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.







- 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

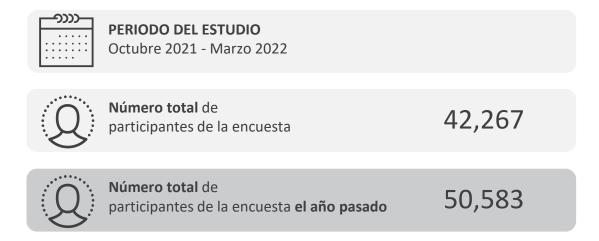
EL CUESTIONARIO

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





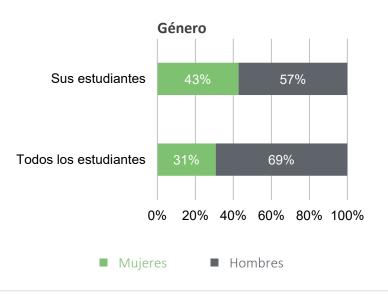
NÚMERO DE PARTICIPANTES EN ESTE REPORTE

Sus estudiantes	208
Todos los estudiantes	13,173
Sus estudiantes el año pasado	222





Perfil demográfico del talento cubierto en este informe



Áreas de estudio más comunes	Sus estudiantes	Todos los estudiantes
Ingeniería Agronómica	84	438
Arquitectura	52	939
Ingeniería Civil	25	883
Ingeniería Forestal	19	94
Ingeniería Ambiental	14	543

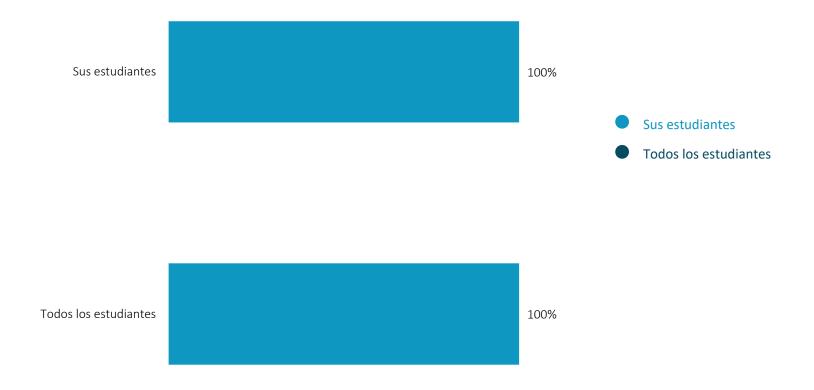
Edad	Sus estudiantes	Todos los estudiantes
16 - 19 años	12%	22%
20 - 21 años	50%	35%
22 - 23 años	22%	26%
24 - 25 años	7%	9%
26 - 29 años	6%	5%
30 - 39 años	4%	2%

Años hasta graduación	Sus estudiantes	Todos los estudiantes
1 años	21%	25%
2 años	25%	24%
3 años	35%	22%
4 años	18%	17%
5 años	0%	8%





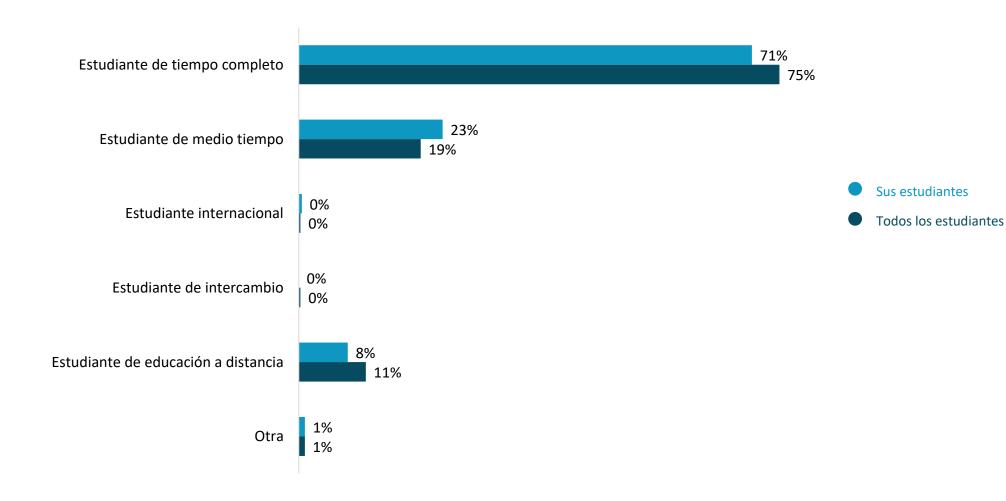
Grados







¿Qué tipos de estudiantes tiene?









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.



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.



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.



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:

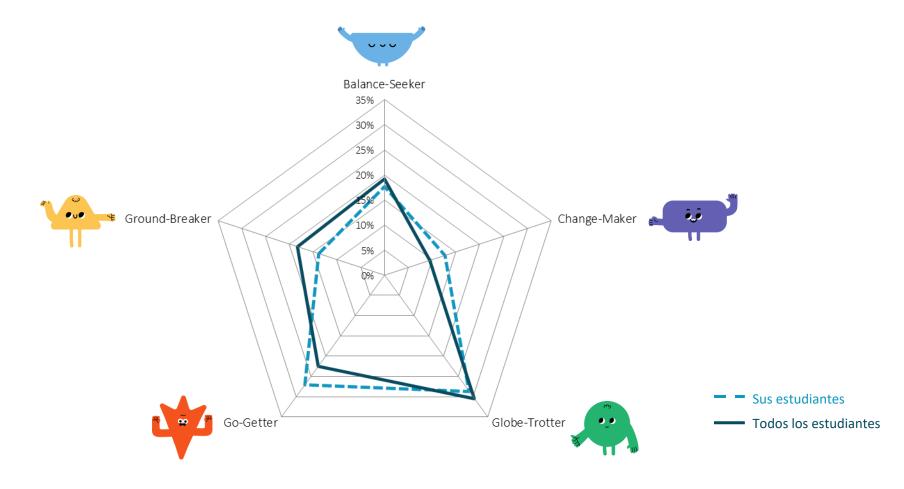
Sus estudiantes

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

TIPOS DE CARRERA DOMINANTES:

Todos los estudiantes

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





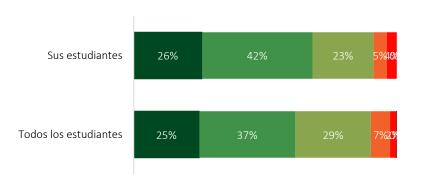


Evaluación de habilidades blandas de sus estudiantes (1/2)

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







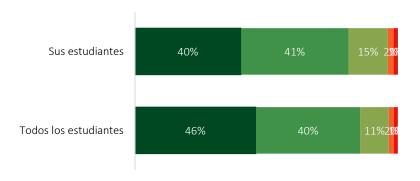
[¿]En qué medida estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones?





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

Me resulta fácil aprender nuevas habilidades.



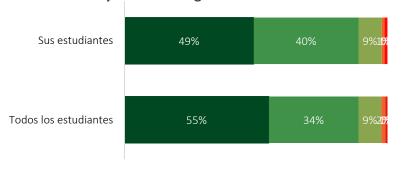
Me gusta el cambio frecuente



Tiendo a tomar iniciativas para que las cosas sucedan.



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



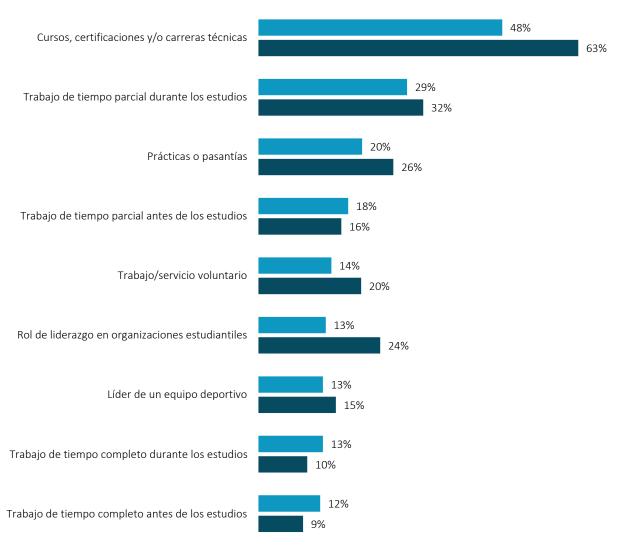








Experiencia práctica (1/2)



Sus estudiantes

Todos los estudiantes

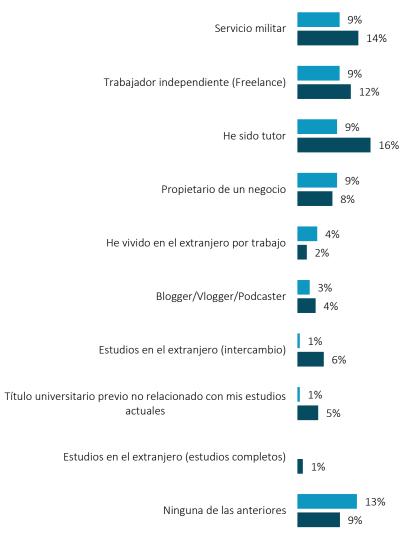


¿Cuál de las siguientes experiencias tienes? (Seleccione tantos como corresponda).





Experiencia práctica (2/2)



- Sus estudiantes
- Todos los estudiantes





- 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?







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.

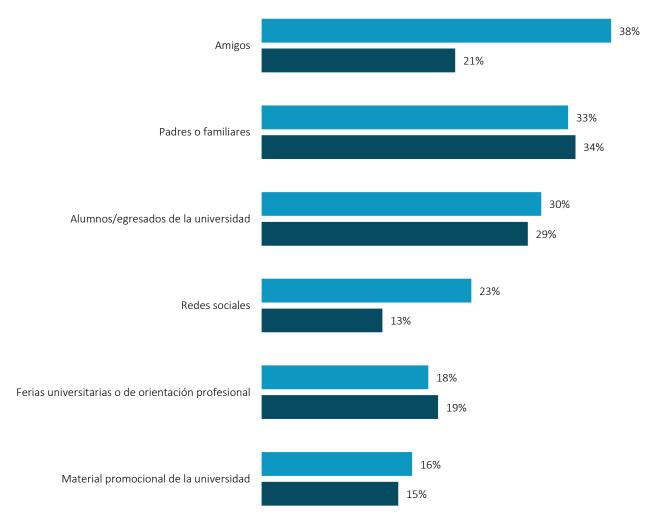


Sus estudiantes

Todos los estudiantes



Factores influyentes en la decisión de dónde estudiar

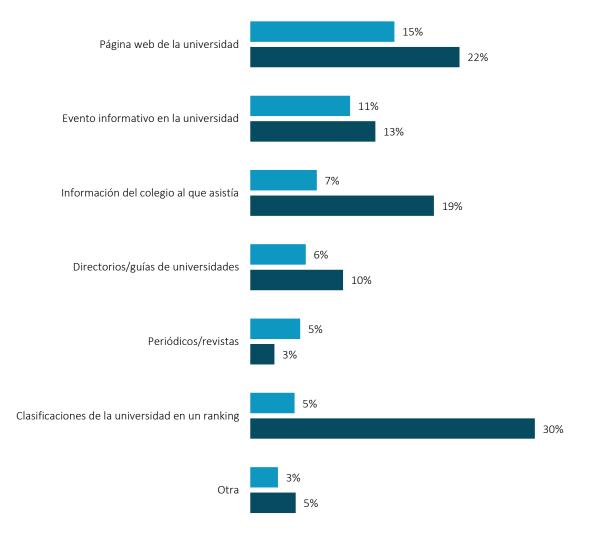








Factores de influencia menos importantes para la selección de tu universidad





Todos los estudiantes



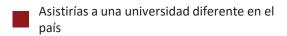






¿Volverían los estudiantes a elegir su universidad?



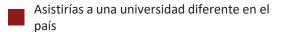






Buscarías empleo en lugar de ir a la universidad







Asistirías a la misma universidad

Buscarías empleo en lugar de ir a la universidad





¿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 Autónoma Agraria Antonio Narro (UAAAN) (22%)
- 3. Tec de Monterrey, Campus Laguna (7%)
- 4. Tec de Monterrey, Campus Monterrey (4%)
- 4. Universidad Autónoma Chapingo (UACh) (4%)
- 4. Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC) (4%)
- 4. Universidad Autónoma de La Laguna (UAL) (4%)
- 4. Universidad de Guadalajara (UDG) (4%)
- 4. Universidad del Valle de México (UVM) (4%)
- 4. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Ciudad Universitaria (4%)
- 11. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) (2%)

¿DÓNDE SON ESTAS UNIVERSIDADES MÁS FUERTES QUE TU?

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

- Amplia gama de actividades extracurriculares
- Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero
- Programas de alta calidad
- Buena referencia para la trayectoria profesional y/o educativa
- Estudios económicamente asequibles



- 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/cafeterías
- 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.

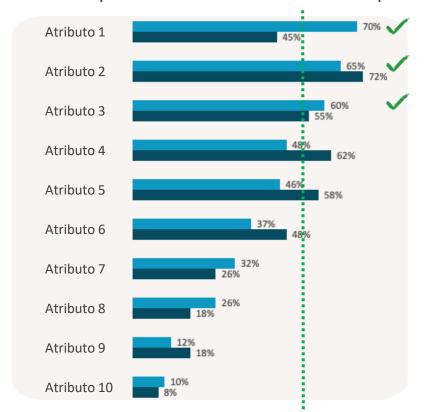






Certificado de Reconocimiento Universum

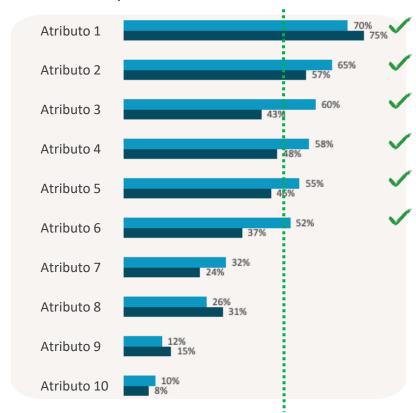
Una certificación requiere un mínimo de 5 atributos para ser asociados en más del 50% por sus estudiantes





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







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







Los 10 atributos principales que los sus estudiantes asocian con usted



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





Las mayores variaciones de 2021 a 2022 - Importancia







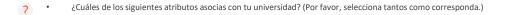




Las mayores variaciones de 2021 a 2022 - Asociación











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

CULTURA

2022:

- 1. Un ambiente dinámico y creativo
- 2. Estudios económicamente asequibles
- 3. Compromiso institucional por la diversidad e inclusión

2021:

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

EMPLEABILIDAD

2022:

- 1. Buenas oportunidades de empleo
- 1. Enfoque en desarrollo profesional
- 3. Apoya y desarrolla el emprendimiento

2021:

- 1. Enfoque en desarrollo profesional
- 2. Buenas oportunidades de empleo
- 3. Fuertes lazos con la industria

OFERTA EDUCATIVA

2022:

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

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







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

Sus estudiantes

REPUTACIÓN

2022:

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

2021:

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

CULTURA

2022:

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

2021:

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

EMPLEABILIDAD

2022:

- 1. Enfoque en desarrollo profesional
- 2. Apoya y desarrolla la innovación
- 3. Apoya y desarrolla el emprendimiento

2021:

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

OFERTA EDUCATIVA

2022:

- 1. Disponibilidad de espacio de estudio
- 2. Enseña habilidades relevantes
- 2. Fácil acceso a los materiales de estudio

- 1. Disponibilidad de espacio de estudio
- 2. Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero
- 3. Ambiente estimulante de aprendizaje







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. Estudios económicamente asequibles
- 3. Ambiente seguro en el campus

EMPLEABILIDAD

2022:

- 1. Buenas oportunidades de empleo
- 2. Enfoque en desarrollo profesional
- 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

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







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

Todos los estudiantes

REPUTACIÓN

2022:

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

2021:

- 1. Éxito de los egresados
- 2. Excelencia educativa
- 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. Estudios económicamente asequibles
- 3. Ambiente seguro en el campus

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
- 2. Enfoque en desarrollo profesional
- 3. Apoya y desarrolla la innovación

OFERTA EDUCATIVA

2022:

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

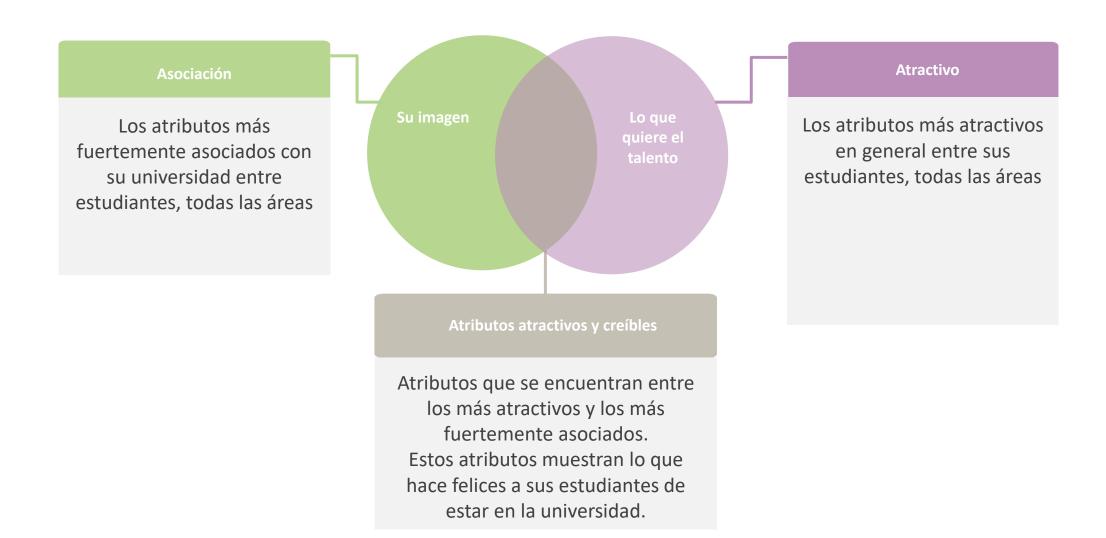
- 1. Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero
- 2. Variedad de cursos
- 3. Fácil acceso a los materiales de estudio







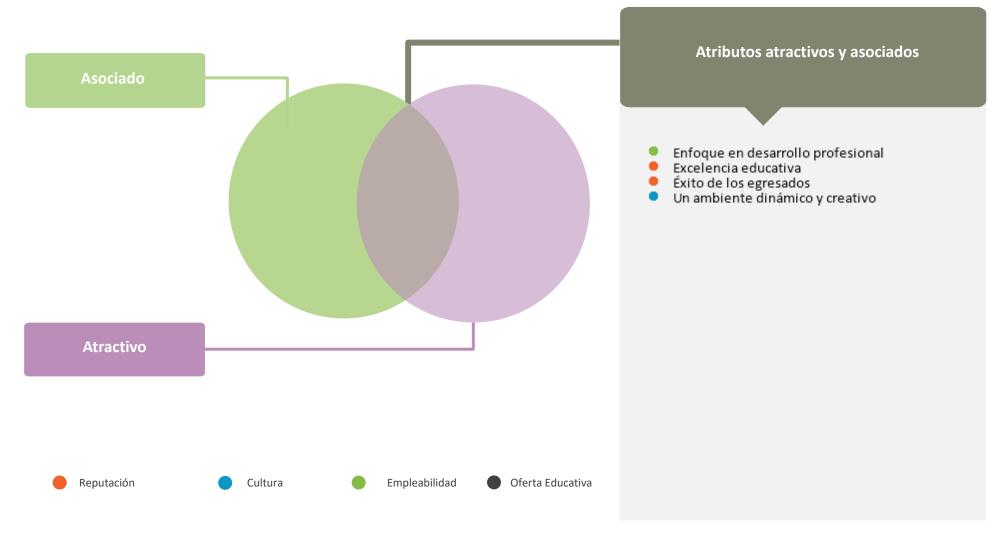
Las siguientes diapositivas presentan un análisis consolidado de los 40 atributos del Marco de Atributos del Atractivo de la Universidad







¿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.





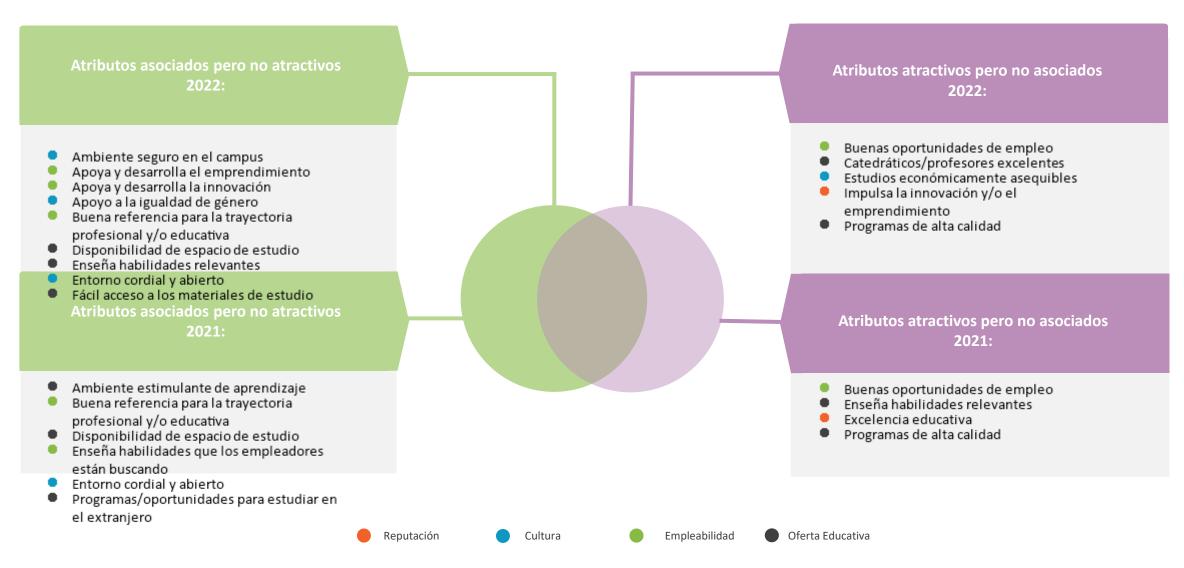
¿Son estos atributos diferenciadores para usted?







¿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

	Posición de clasificación	
Attributes	Mujeres	Hombre
Ambiente estimulante de aprendizaje	8	27
Apoyo a la igualdad de género	7	26
Disponibilidad de espacio de estudio	22	31
Entorno cordial y abierto	9	18
Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero	18	27

Misma importancia

	Posición de clasificación	
Attributes	Mujeres	Hombre
Alumnos de distintos países	36	36

Más atractivo para hombres

	Posición de clasificación	
Attributes	Mujeres	Hombre
Ubicación atractiva	37	10
Enseña habilidades relevantes	25	11
Fuertes lazos con la industria	29	15
Egresados en posiciones de liderazgo	26	14
Variedad de cursos	34	23









Diferencias por género en la percepción de marca universitaria

Más asociado por mujeres

	Posición de clasificación	
Attributes	Mujeres	Hombre
Fácil acceso a los materiales de estudio	8	21
Impulsa cambios en la sociedad	11	23
Escuela objetivo para empleadores en mi campo	17	28
Proporción adecuada de profesor/alumno	16	27
Programas/oportunidades para estudiar en el extranjero	23	32

Misma asociación

	Posición de clasificación	
Attributes	Mujeres	Hombre
Fuertes lazos con la industria	24	24

Más asociado por hombres

	Posición de clasificación	
Attributes	Mujeres	Hombre
Enseña habilidades que los empleadores están buscando	30	13
Enseña habilidades relevantes	21	5
Egresados en posiciones de liderazgo	29	17
Ubicación atractiva	26	15
Ambiente estimulante de aprendizaje	18	9





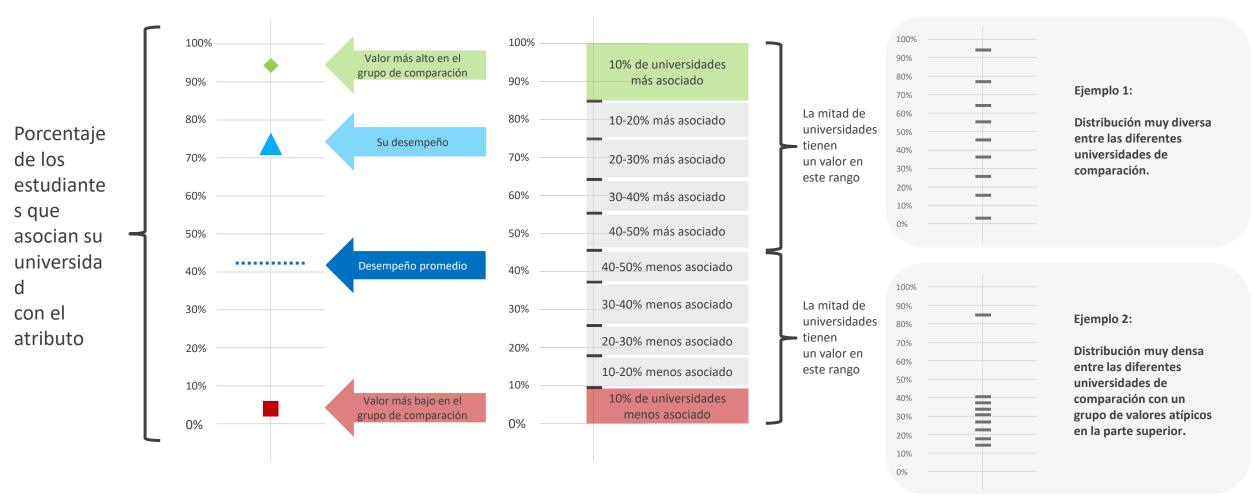






Comparación de competidores

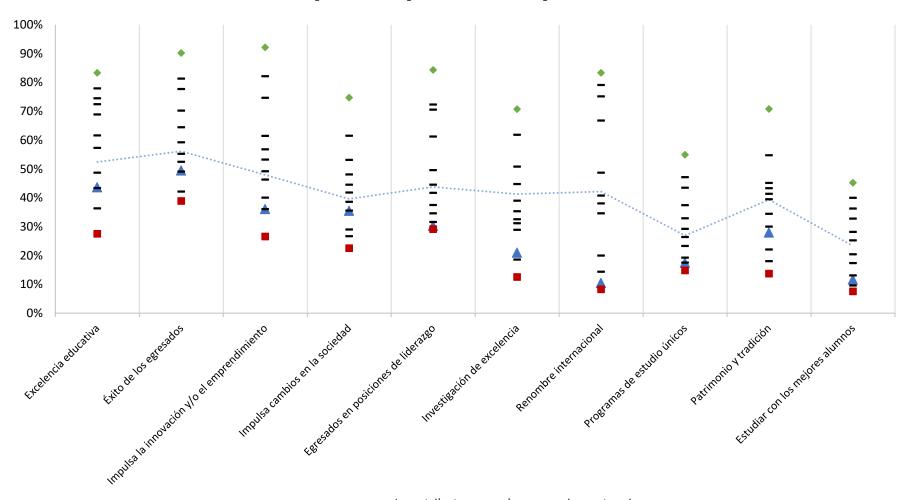
Comprender lo que piensan sus estudiantes sobre su universidad al comparar sus calificaciones con un contexto más amplio







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



Los atributos se ordenan por importancia



Sus estudiantes

··· Promedio

10-20% más asociado

20-30% más asociado

30-40% más asociado

40-50% más asociado

40-50% menos asociado

30-40% menos asociado

20-30% menos asociado

— 10-20% menos asociado

— 10% menos fuerte

Mínimo

Máximo

[?]

[¿]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).

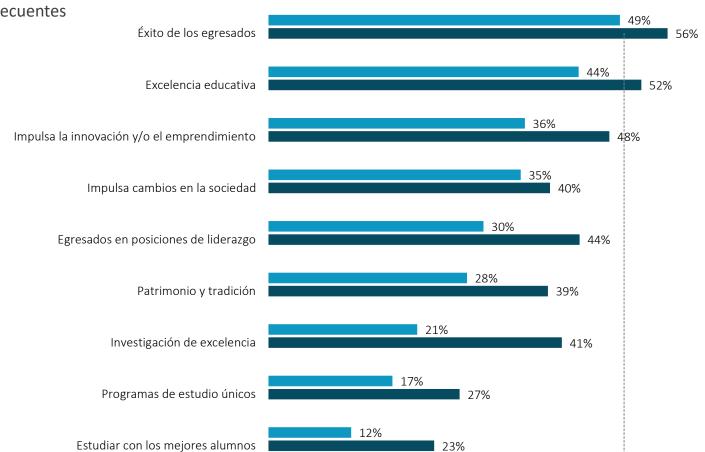
[¿]Cuáles de estos son más importantes para usted? (Seleccione un máximo de 3 alternativas).





Reputación

Asociaciones más frecuentes



10%



- Sus estudiantes
- Todos los estudiantes

La línea representa 50%



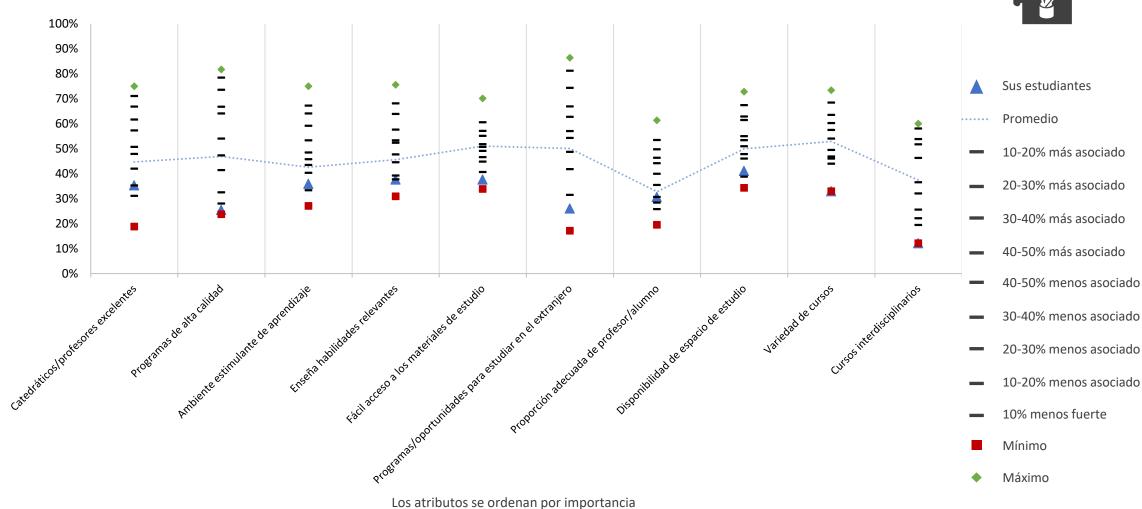
[¿]Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)

Renombre internacional





¿Cuál es su posición con respecto a la oferta?



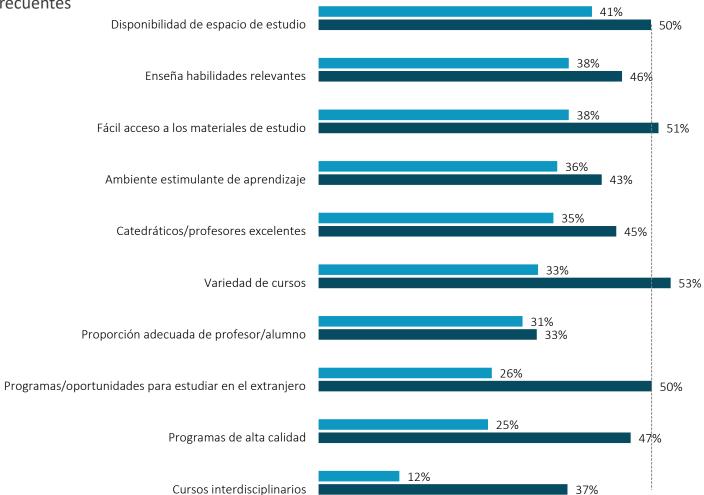
- ¿A qué colegio o universidad asistes? / ¿En qué facultad o universidad obtuvo su título académico más alto?
- ¿Cuál de los siguientes atributos asocia con su facultad o universidad? (Seleccione tantos como corresponda).
- ¿Cuáles de estos son más importantes para usted? (Seleccione un máximo de 3 alternativas).





Oferta Educativa

Asociaciones más frecuentes





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

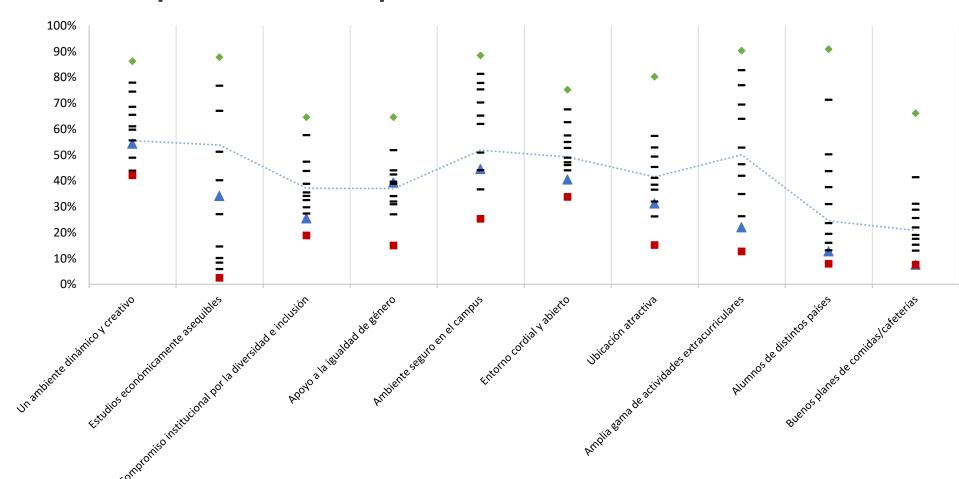


¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)





¿Cuál es su posición con respecto a la cultura?



Los atributos se ordenan por importancia

- ¿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).





Promedio

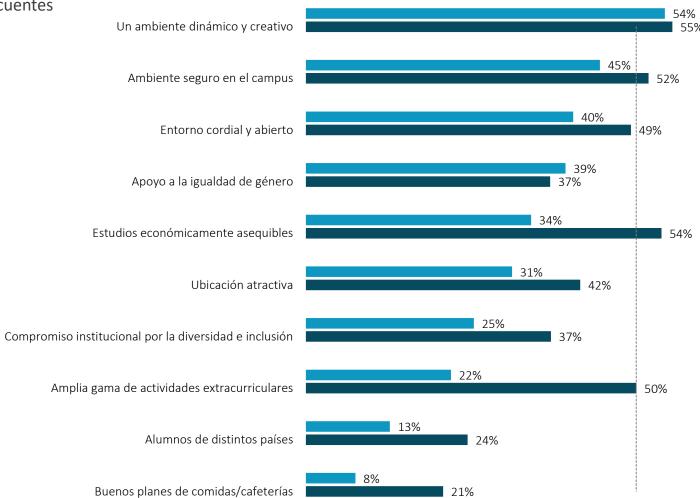
- 10-20% más asociado
- 20-30% más asociado
- 30-40% más asociado
- 40-50% más asociado
- 40-50% menos asociado
- 30-40% menos asociado
- 20-30% menos asociado
- 10-20% menos asociado
- 10% menos fuerte
- Mínimo
- Máximo





Cultura

Asociaciones más frecuentes





- Sus estudiantes
- Todos los estudiantes

La línea representa 50%

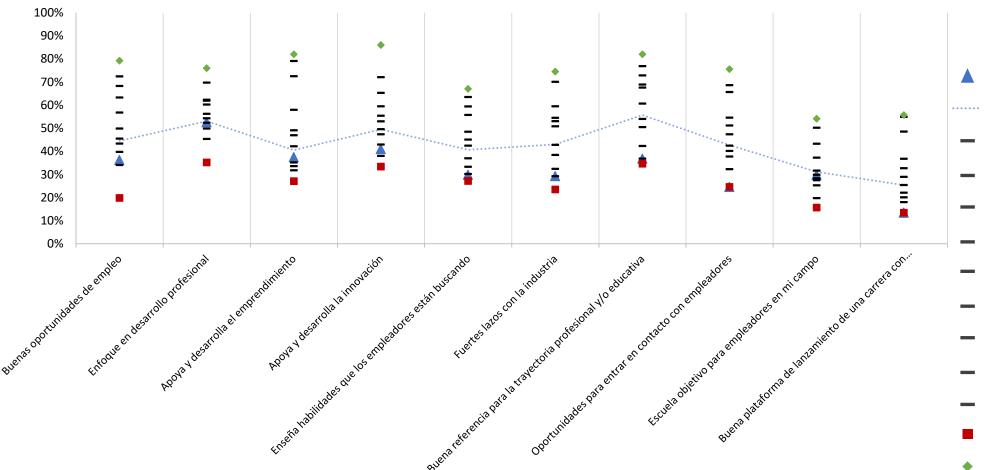


¿Cuáles de los siguientes atributos asocias con tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)





¿Cuál es su posición con respecto a la empleabilidad?



Los atributos se ordenan por importancia

- ¿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).



Sus estudiantes

Promedio

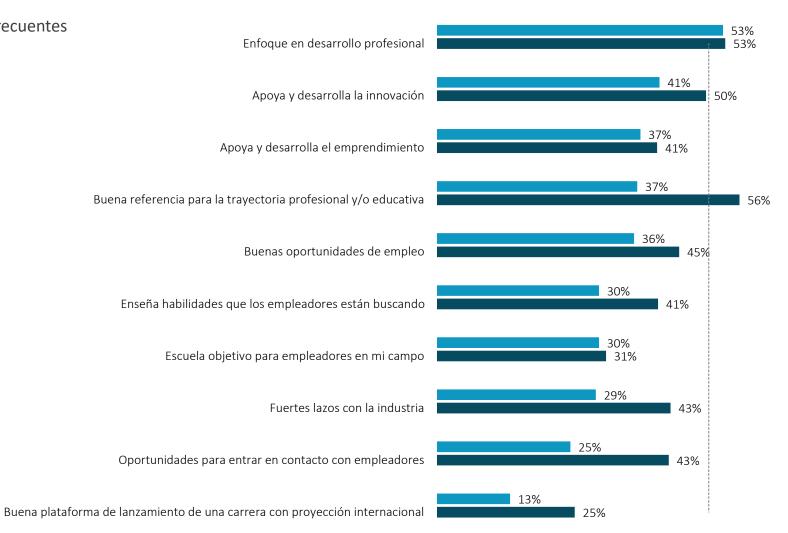
- 10-20% más asociado
- 20-30% más asociado
- 30-40% más asociado
- 40-50% más asociado
- 40-50% menos asociado
- 30-40% menos asociado
- 20-30% menos asociado
- 10-20% menos asociado
- 10% menos fuerte
- Mínimo
- Máximo





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?

Reputación

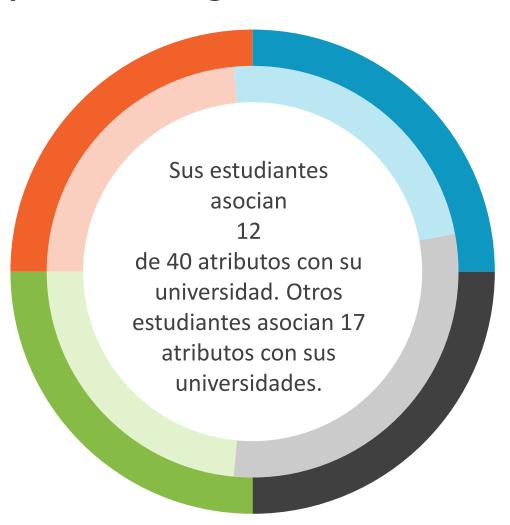


3 atributos

Empleabilidad



3 atributos



Cultura



3 atributos

Oferta Educativa



3 atributos



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

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

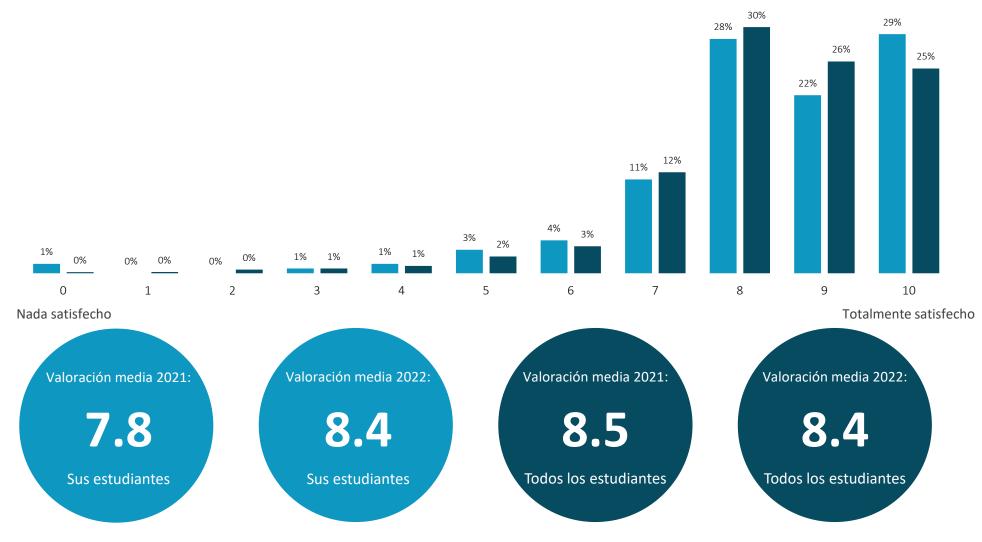
El círculo externo muestra datos de Sus estudiantes

El círculo interno muestra datos de Todos los estudiantes.





Satisfacción de la universidad



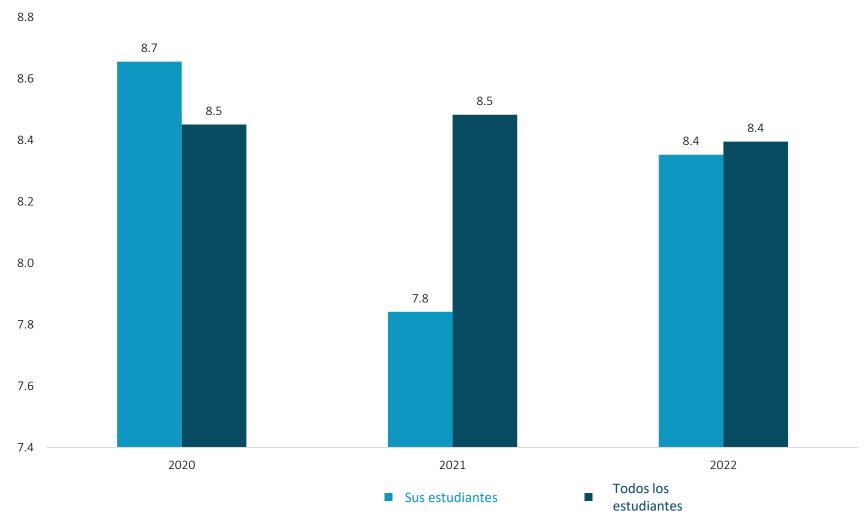


¿Qué tan satisfecho estás/estabas con tu universidad?





Satisfacción con la universidad en el tiempo

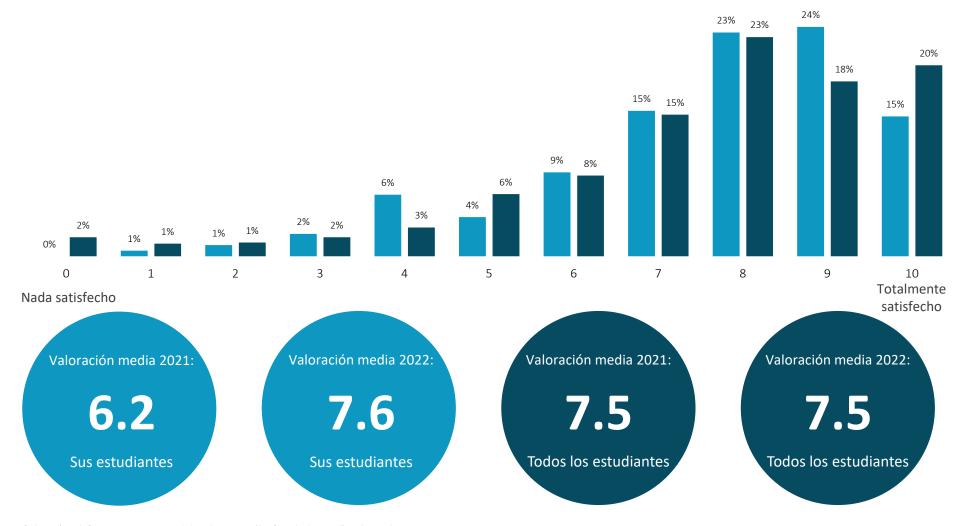


^{• ¿}Qué tan satisfecho estás/estabas con tu universidad?





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.

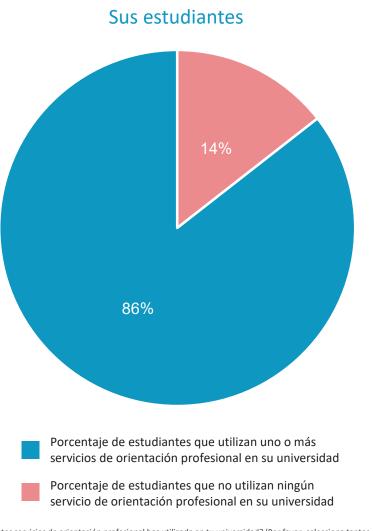
Le ayudará a enfocarse tácticamente en los servicios de carrera que tienen mayor demanda y son los más efectivos para su talento.

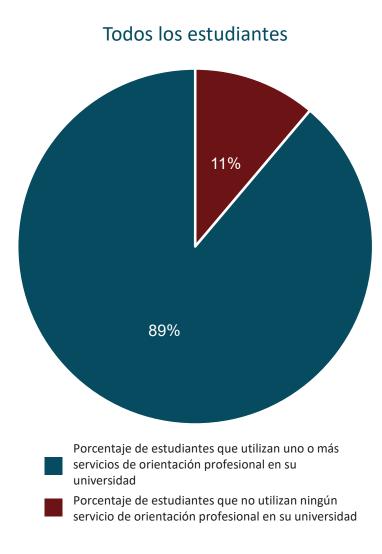






Uso general de los servicios de orientación profesional

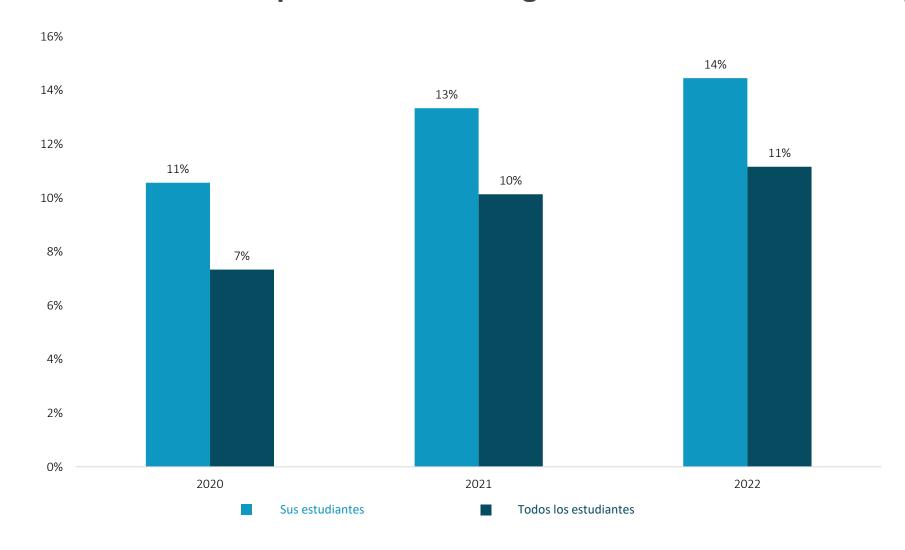








% de estudiantes que no utilizan ningún servicio de orientación profesional



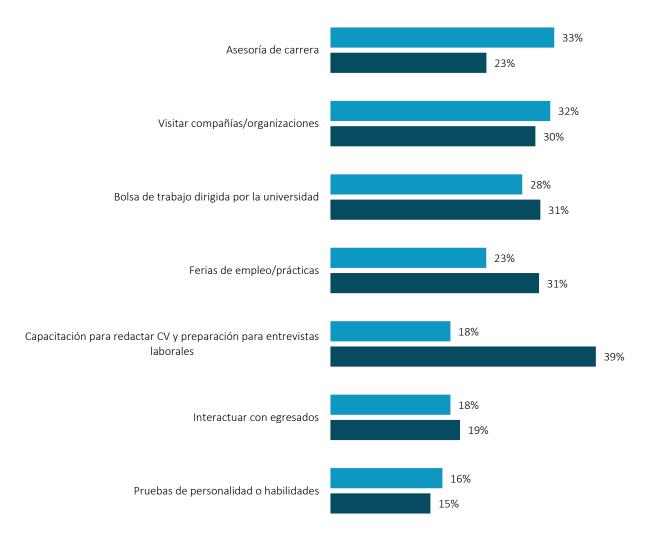
[?]

[¿]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)



Sus estudiantes

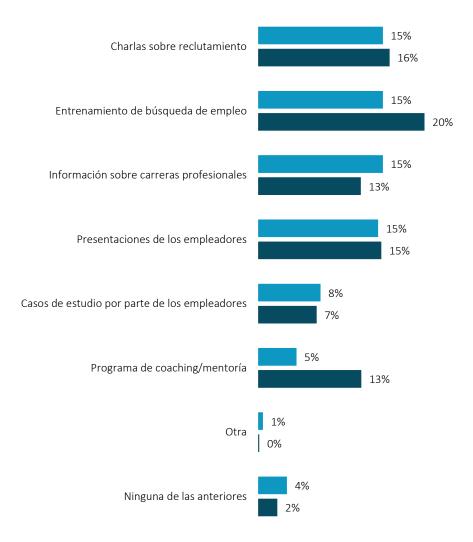
Todos los estudiantes

¿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)



Sus estudiantes

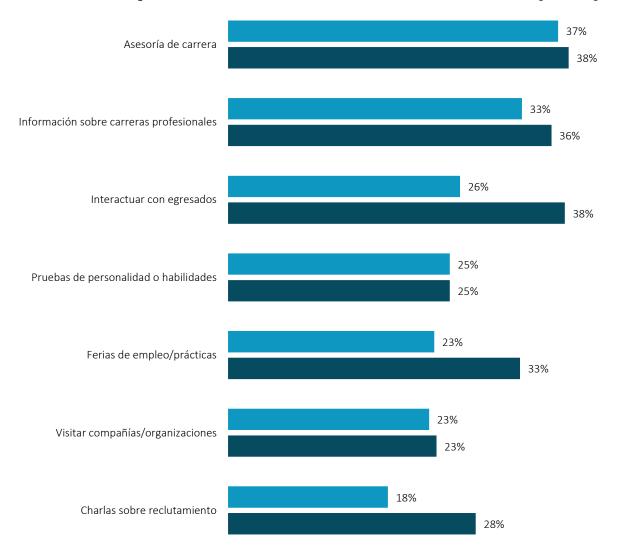
Todos los estudiantes

¿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)



Sus estudiantes

Todos los estudiantes

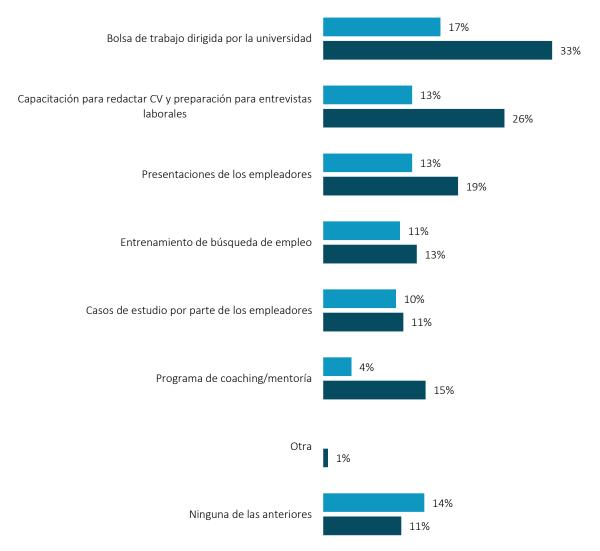


[¿]Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional has utilizado en tu universidad? (Por favor, selecciona tantos como corresponda.)





Los servicios profesionales más utilizados (2/2)



Sus estudiantes

Todos los estudiantes



[¿]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





Todos los estudiantes



19? (Seleccione tantos como corresponda).









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

Sus estudiantes

- 1. Ferias de empleo/prácticas 23% (17%)
- 2. Entrenamiento de búsqueda de empleo 11% (6%)
- 3. Presentaciones de los empleadores 13% (9%)

- 1. Programa de coaching/mentoría 4% (7%)
- 2. Interactuar con egresados 26% (32%)
- 3. Visitar compañías/organizaciones 23% (35%)

Todos los estudiantes

- Bolsa de trabajo dirigida por la universidad 33% (31%)
- 2. Interactuar con egresados 38% (37%)
- 3. Programa de coaching/mentoría 15% (14%)

- 1. Información sobre carreras profesionales 36% (38%)
- 2. Ferias de empleo/prácticas 33% (38%)
- 3. Visitar compañías/organizaciones 23% (29%)



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





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

Importancia de los servicios de orientación profesional

Servicios de orientación profesional importantes que sus estudiantes usan menos

Demanda existente

Servicios de orientación profesional importantes que sus estudiantes usan más

Historias de éxito

Servicios de orientación profesional menos importantes para sus estudiantes, que ellos usan menos

No requieren acciones

Servicios de orientación profesional menos importante que sus estudiantes utilizan más

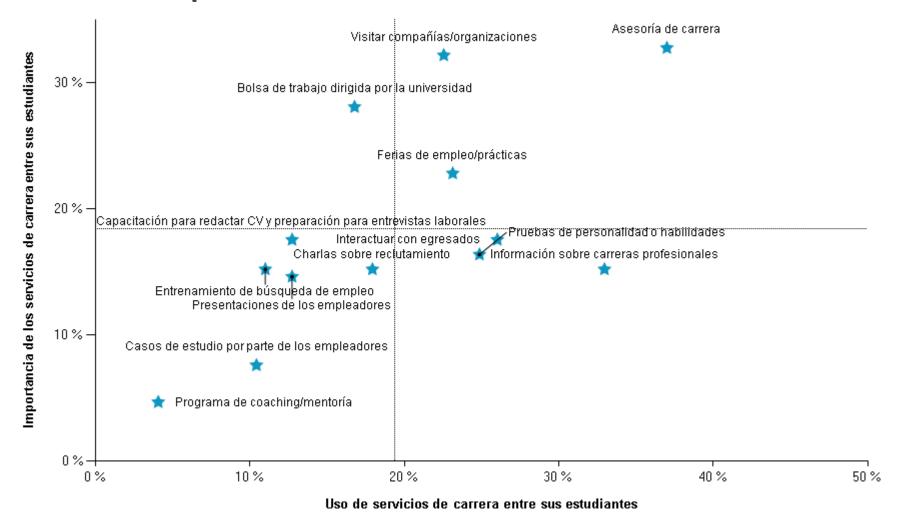
Servicios que hacen parte de la expectativa básica estudiantil

Uso de los servicios de orientación profesional entre sus estudiantes





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

Asesoría de carrera

Visitar compañías/organizaciones

Bolsa de trabajo dirigida por la universidad



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



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

Asesoría de carrera Información sobre carreras profesionales Interactuar con egresados



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

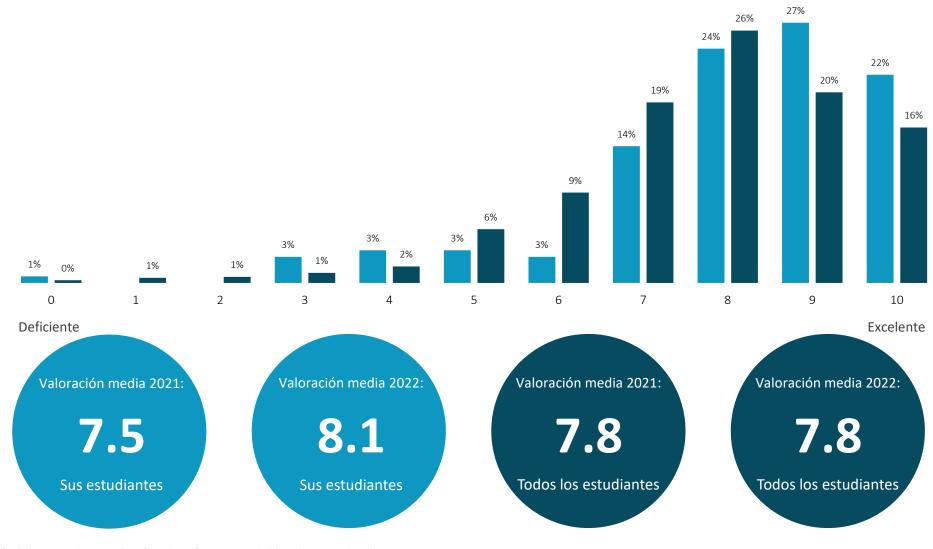


- ¿Cuáles de estos servicios de orientación profesional te resulta más útil? (Por favor selecciona un máximo de 3 alternativas.)
- ¿Cuáles de los siguientes servicios de orientación profesional has utilizado en tu universidad? Por favor, selecciona tantos como corresponda





Satisfacción con los servicios de orientación profesional



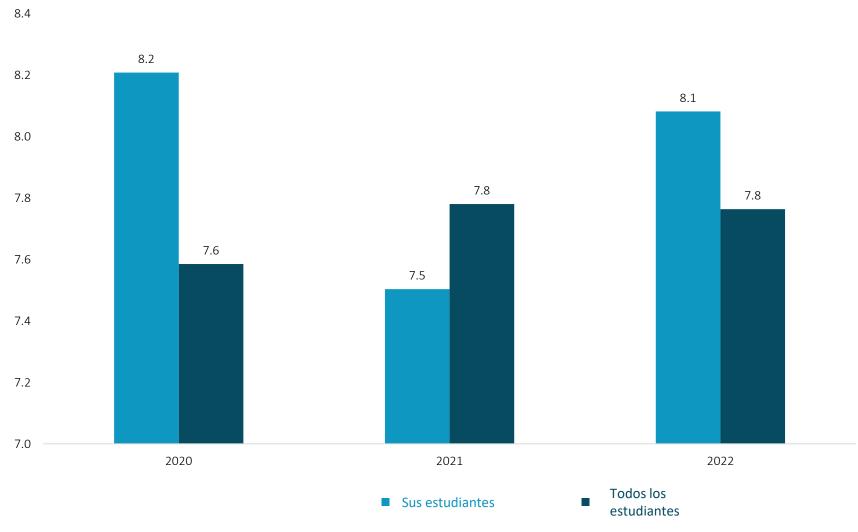


[¿]Cómo calificarías los servicios de orientación profesional que ofrece tu universidad? (0 - Pobre, 10 - Excelente)





Satisfacción de servicios de orientación profesional a lo largo del tiempo

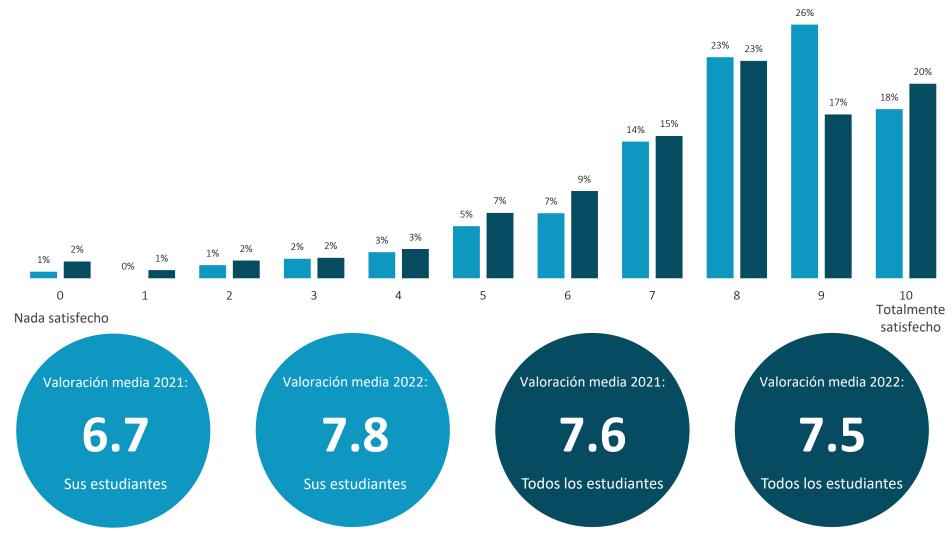


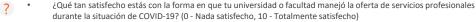
^{? ¿}Cómo calificarías los servicios de orientación profesional que ofrece tu universidad? (0 - Pobre, 10 - Excelente)





Satisfacción con los servicios de orientación profesional durante COVID-19





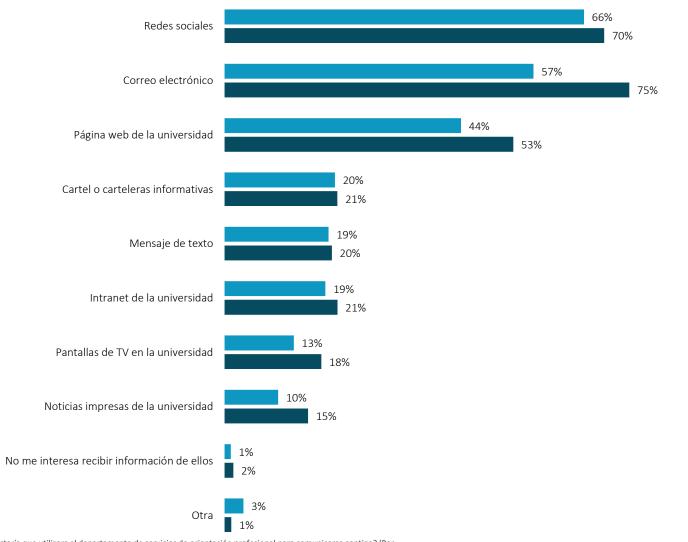


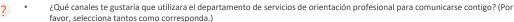
Sus estudiantes

Todos los estudiantes



Canales de comunicación recomendados para obtener información sobre servicios profesionales











- 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.

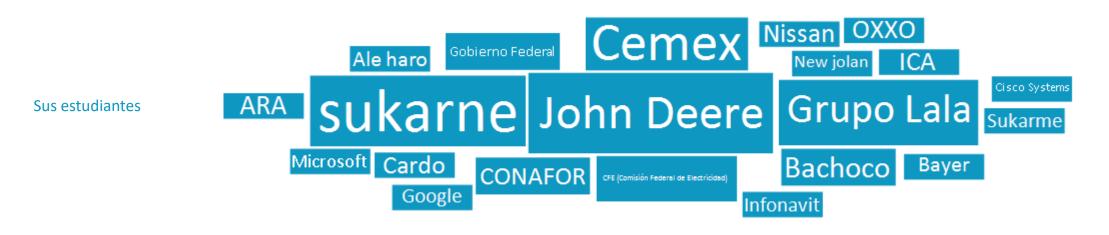
Además, educará a los empleadores sobre las plataformas que deben usar para interactuar con su talento.



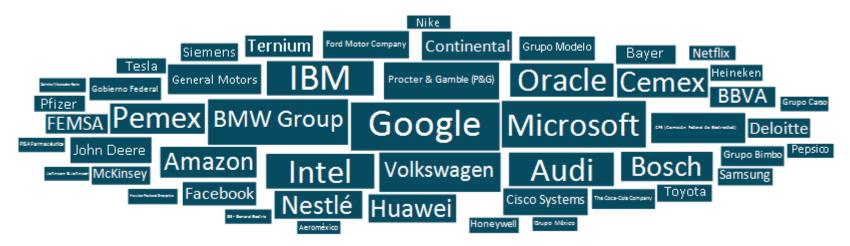




Mejores actividades de reclutamiento



Todos los estudiantes





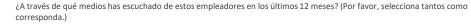


Canales de comunicación - Top 15



- Sus estudiantes
- Todos los estudiantes

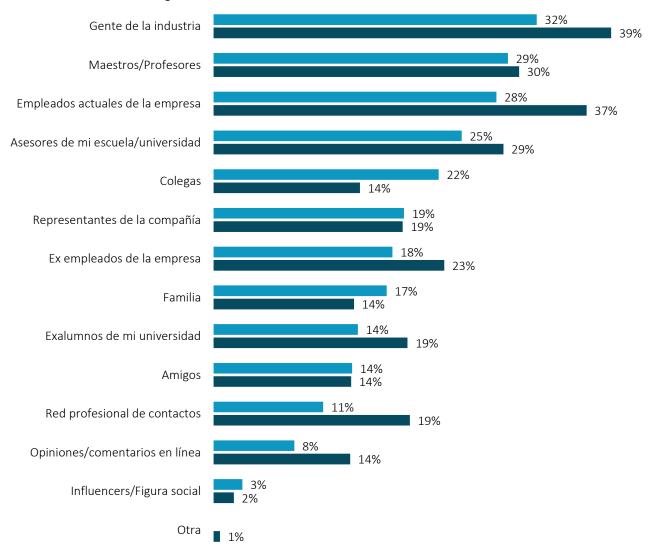






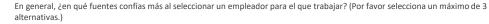


Fuentes en las que confían los estudiantes al seleccionar un empleador



Todos los estudiantes



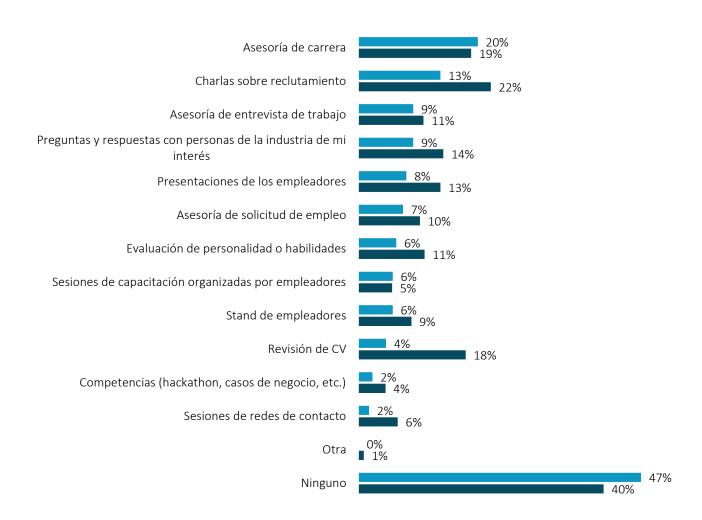


Sus estudiantes





Participación en actividades de ferias de empleo



- Sus estudiantes
- Todos los estudiantes

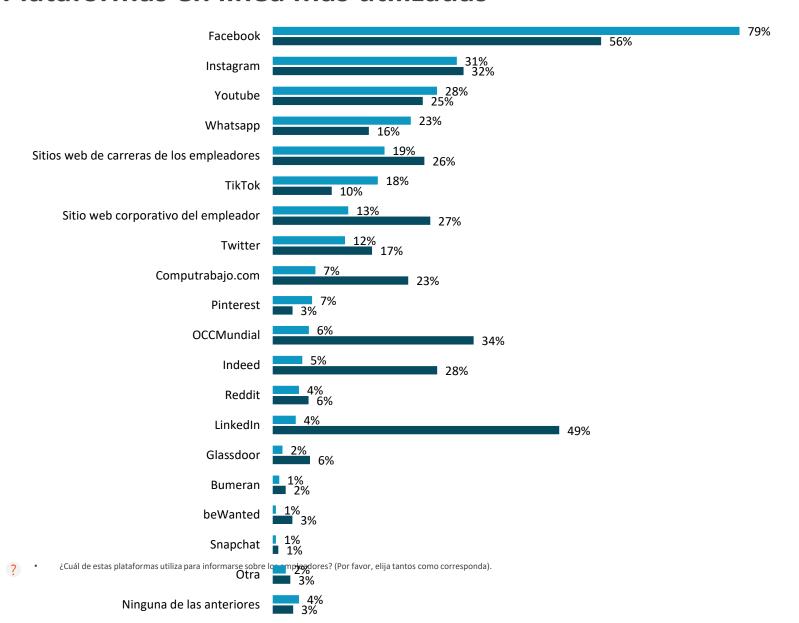








Plataformas en línea más utilizadas

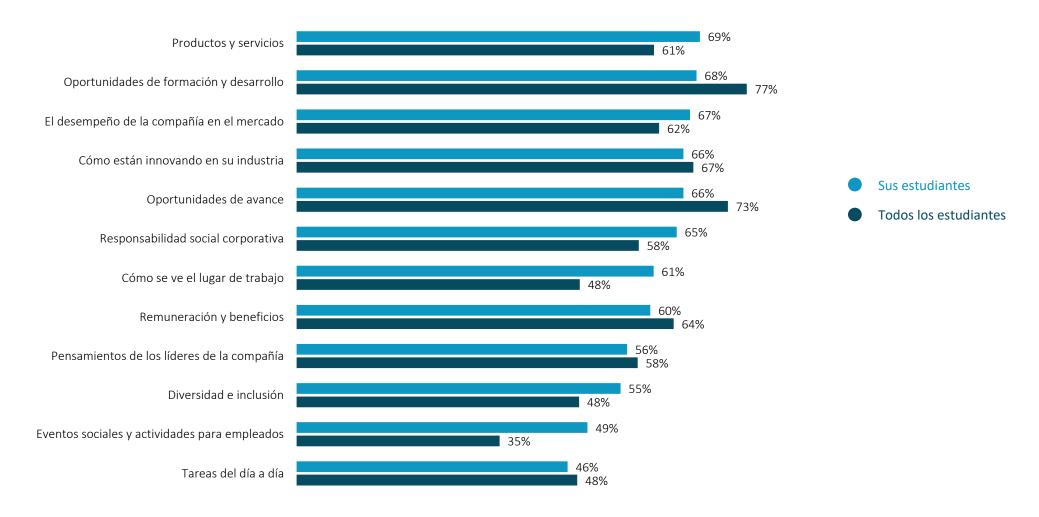


- Sus estudiantes
- Todos los estudiantes





Temas importantes para enfocarse al publicar en canales en línea







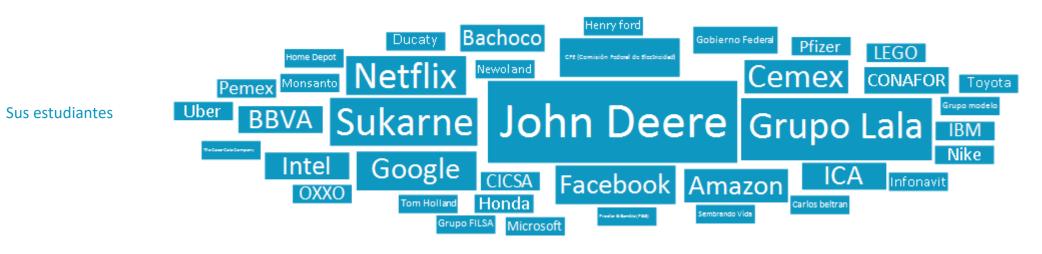


En este gráfico se muestra el porcentaje de encuestados que respondieron Muy importante e Importante en una escala de 4 puntos que va de Muy importante a Nada importante.

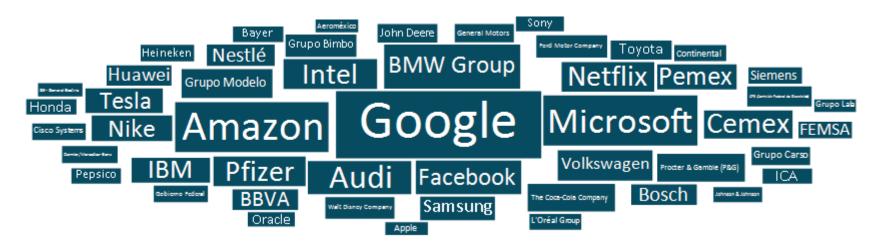




Empleadores con la presencia más impresionante en redes sociales



Todos los estudiantes



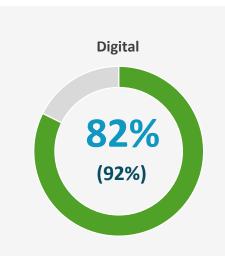


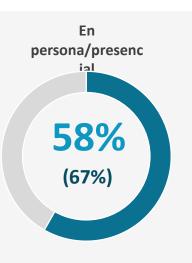


Resumen de comunicación

4.7

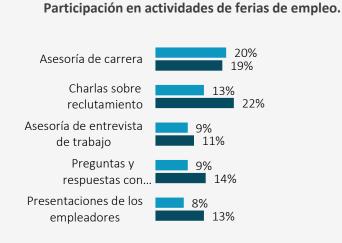
es la cantidad de canales que usa Sus estudiantes en promedio para obtener información sobre los empleadores (en comparación con 6.2 por Todos los estudiantes)

















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.

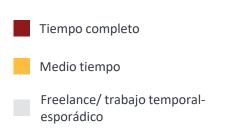




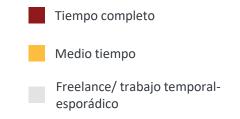


Tipo de empleo preferido





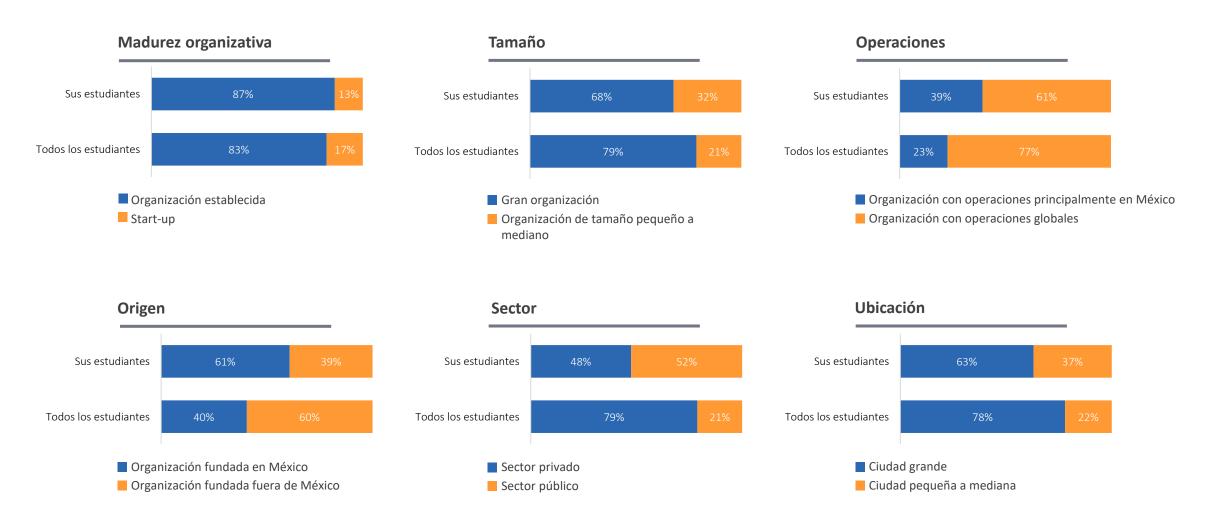








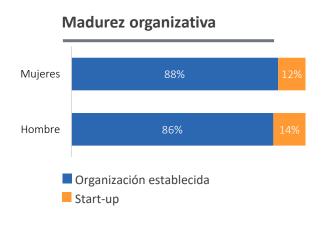
Preferencias de tipo de organización | Sus estudiantes frente a Todos los estudiantes

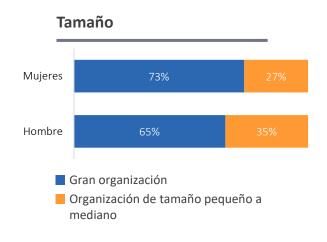




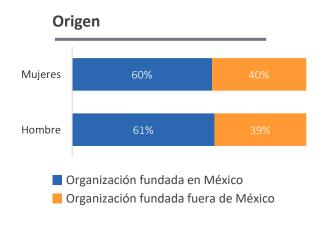


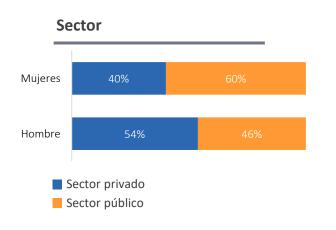
Preferencias de tipo de organización | Comparación de género | Sus estudiantes

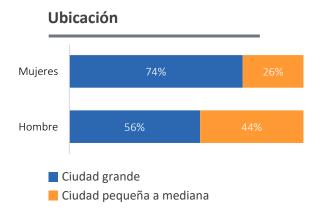
















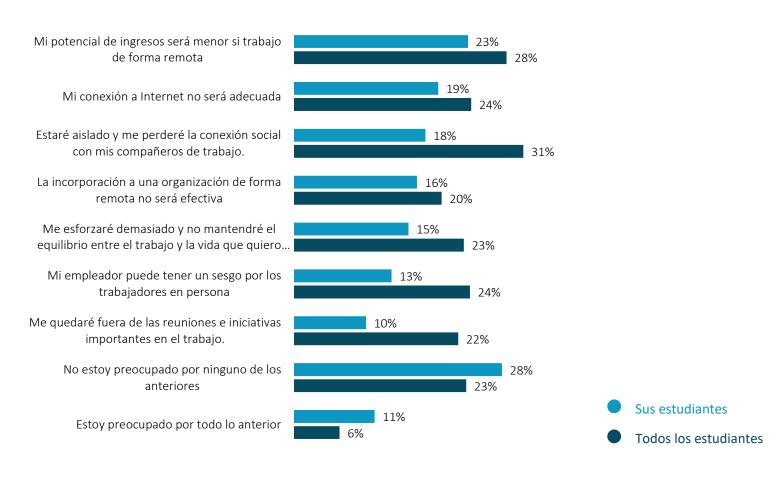
Las opiniones de sus estudiantes sobre el trabajo remoto

87%

de sus estudiantes **están interesados** en oportunidades de trabajo remoto (en comparación con 88% de todos los estudiantes)

13%

de sus estudiantes **no están interesados** en oportunidades de trabajo remoto (en comparación con 12% de todos los estudiantes)







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



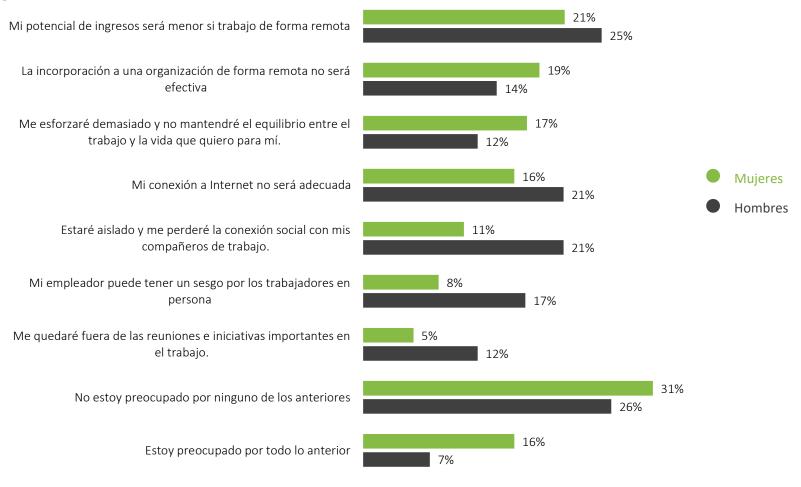
Los datos representan las opiniones de todos los encuestados, tanto interesados como no interesados en oportunidades de trabajo remoto.





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

Sus estudiantes



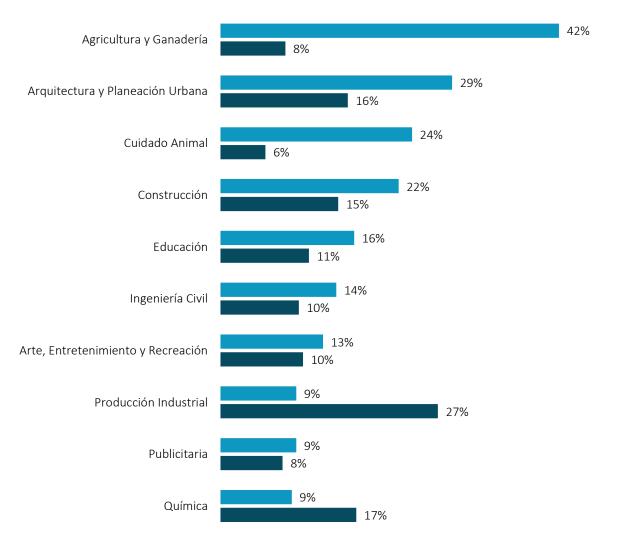








Las industrias preferidas de Sus estudiantes



Sus estudiantes

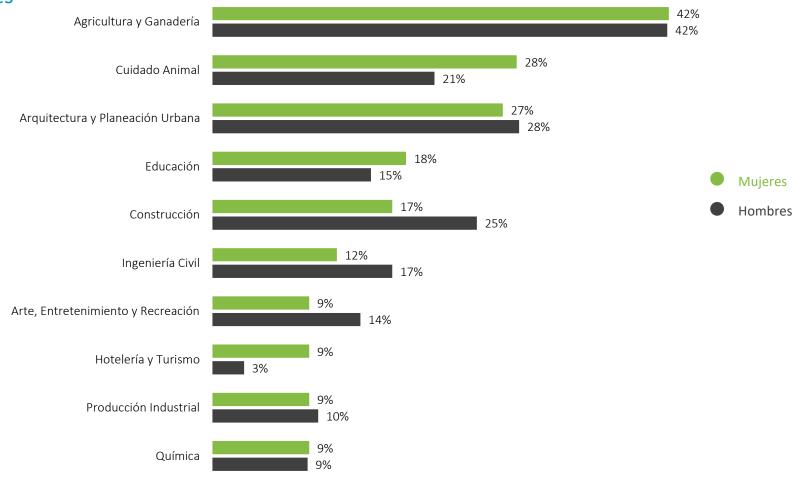
Todos los estudiantes





Las industrias preferidas de Sus estudiantes - Comparación de géneros

Sus estudiantes







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

Salario mensual esperado (MXN)



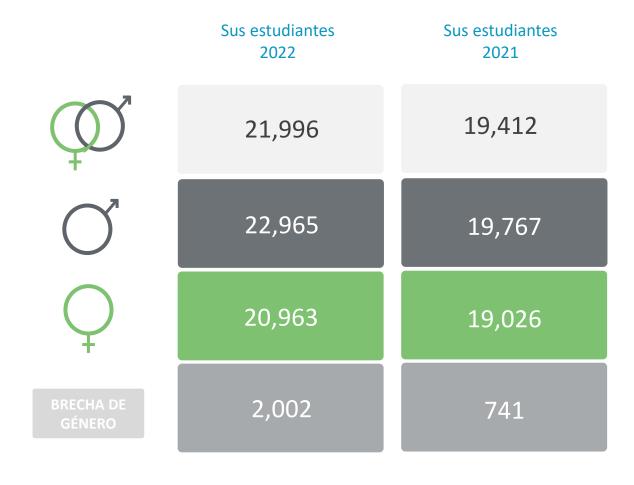
 [¿]Qué salario espera ganar en su primer trabajo de tiempo completo después de graduarse? (Proporcione un salario antes de impuestos, excluyendo comisiones y bonificaciones).





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

Salario mensual esperado (MXN)



 [¿]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

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





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. Innovación
- 2. Éxito en el mercado
- 3. Liderazgo inspirador



GENTE Y CULTURA

- 1. Líderes que apoyarán mi desarrollo
- 2. Respeta a su gente
- 3. Un entorno de trabajo creativo y dinámico

REMUNERACIÓN Y OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO

- 1. Buena referencia para el futuro profesional
- 2. Ruta clara para el crecimiento profesional
- 3. Oportunidades de liderazgo

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO

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







Los 10 atributos más importantes

Sus estudiantes **Todos los estudiantes** 1. Empleo estable 1. Formación y desarrollo profesional 2. Formación y desarrollo profesional 2. Empleo estable 3. Buena referencia para el futuro profesional 3. Innovación 4. Innovación 4. Ingresos futuros elevados 5. Ruta clara para el crecimiento profesional 5. Salario base competitivo 6. Oportunidades de liderazgo 6. Buena referencia para el futuro profesional 7. Éxito en el mercado 7. Ruta clara para el crecimiento profesional 8. Liderazgo inspirador 8. Oportunidades de viajes/traslados al extranjero 9. Líderes que apoyarán mi desarrollo 9. Líderes que apoyarán mi desarrollo 10. Respeta a su gente 10. Fomenta el equilibrio entre la vida personal y profesional Imagen y Reputación del Empleador Gente y Cultura Remuneración y Oportunidades de Crecimiento 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.)

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





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

		Sus estudiantes			Todos los estudiantes				
	Clasificación		2022 2021			Clasificación		2021	
e de		8 Liderazgo inspirador	42%	30%		17 Condiciones laborales flexibles	31%	25%	
ecient		21 Apoyo a la igualdad de género	27%	16%		10 Fomenta el equilibrio entre la vida personal y profesional	42%	37%	
en cre		10 Respeta a su gente	41%	33%		18 Estándares éticos	28%	24%	
Por orden creciente de importancia		35 Bono por rendimiento	16%	10%		2 Empleo estable	58%	55%	
⊒. ⊆		15 Oportunidades para hacer un impacto personal	35%	31%		22 Beneficios competitivos	26%	23%	
	Clasificación								
	Cla	sificación	2022	2021	C	Clasificación	2022	2021	
de	Cla	asificación 31 Estándares éticos		2021 24%	C	24 Interacción con colegas y clientes internacionales	_	2021 27%	
iente de	Cla		19%	24%			25%		
lecreciente de	Cla	31 Estándares éticos	19% 13%	24% 19%		24 Interacción con colegas y clientes internacionales	25% 46%	27%	
rden decreciente de tancia	Cla	31 Estándares éticos 39 Productos y servicios atractivos/emocionantes	19% 13% 26%	24% 19%		24 Interacción con colegas y clientes internacionales6 Buena referencia para el futuro profesional	25% 46%	27% 48% 24%	
Por orden decreciente de importancia	Cla	31 Estándares éticos39 Productos y servicios atractivos/emocionantes22 Interacción con colegas y clientes internacionales	19% 13% 26% 30%	24% 19% 31%		 24 Interacción con colegas y clientes internacionales 6 Buena referencia para el futuro profesional 27 Alto nivel de responsabilidad 	25% 46% 21% 12%	27% 48% 24% 15%	
Por orden decreciente de importancia	Cla	31 Estándares éticos39 Productos y servicios atractivos/emocionantes22 Interacción con colegas y clientes internacionales19 Salario base competitivo	19% 13% 26% 30% 57%	24% 19% 31% 38%		 24 Interacción con colegas y clientes internacionales 6 Buena referencia para el futuro profesional 27 Alto nivel de responsabilidad 39 Recluta solo el mejor talento 	25% 46% 21% 12%	27% 48% 24% 15%	

103

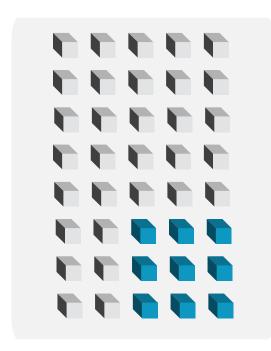




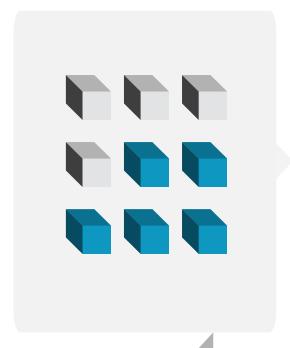
El Ranking de Universum

LISTADO COMPLETO DE LAS COMPAÑIAS

(121 empleadores dentro de cada campo de estudio principal)



RANKING DE EMPLEADORES CONSIDERADOS (todas las que correspondan)

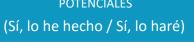


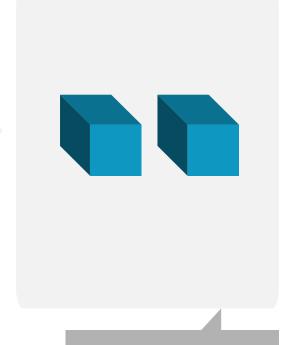
"A continuación se muestra una

RANKING DE EMPLEADOR IDEAL (máximo cinco empleadores)



"Ahora selecciona los cinco (5) empleadores para los que más te **RANKING DE SOLICITANTES** POTENCIALES







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





Ranking de Empleador Considerado | Principales 20

Sus estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cam	nbio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio	
John Deere	1	41.36%	1	1	Netflix	11	16.23%	1	17
Gobierno Federal	2	37.70%	1	1	Nestlé	12	14.66%	1	-1
Grupo Lala	3	31.41%	1	-2	Amazon	13	14.14%	1	6
Pemex	4	22.51%	1	1	Grupo Bimbo	13	14.14%	1	-3
Cemex	5	20.42%	1	2	Aeroméxico	15	13.09%	1	-1
Google	6	19.37%	1	10	Nike	16	12.57%	1	30
Caterpillar	7	18.85%	1	2	The Home Depot	16	12.57%	1	15
CFE (Comisión Federal de Electricidad)	8	18.32%	1	-2	The Coca-Cola Company	18	12.04%	1	-10
Microsoft	9	17.28%	1	8	Toyota	18	12.04%	1	8
Bachoco	10	16.75%	1	-6	Grupo Modelo	20	11.52%	1	-9

Todos los estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio		Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio	
Google	1	38.71%	\Rightarrow	0	BMW Group	11	30.43%	$\hat{\mathbf{T}}$	-2
Microsoft	2	38.60%	1	1	Honda	12	30.35%	1	-1
Volkswagen	3	37.13%	1	-1	Ford Motor Company	13	29.81%	$\hat{\mathbf{T}}$	-1
Pemex	4	36.13%	\Rightarrow	0	CFE (Comisión Federal de Electricidad)	14	29.07%	1	-1
Amazon	5	35.44%	1	3	Grupo Bimbo	15	27.97%	1	4
Samsung	6	34.61%	\Rightarrow	0	Sony	16	27.85%	\Rightarrow	0
Audi	7	33.77%	1	-2	Mazda	17	27.43%	$\hat{\mathbf{T}}$	-2
Toyota	8	33.27%	1	-1	Netflix	18	27.11%	1	5
General Motors	9	30.59%	1	1	Intel	19	27.08%	$\hat{\mathbf{T}}$	-2
The Coca-Cola Company	10	30.55%	1	4	Grupo Modelo	20	26.13%	\Rightarrow	0

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





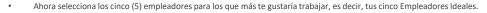
Ranking de Empleador Ideal | 20 Principales

Sus estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cam	nbio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	i Cambio	
John Deere	1	32.63%	1	2	Amazon	11	6.84%	1	14
Gobierno Federal	2	28.42%	\Rightarrow	0	Netflix	11	6.84%	1	8
Grupo Lala	3	23.68%	1	-2	Nestlé	13	6.32%	\uparrow	-2
Pemex	4	17.37%	1	2	The Coca-Cola Company	13	6.32%	1	-1
Cemex	5	14.21%	1	-1	Grupo Bimbo	15	5.79%	$\frac{1}{\sqrt{1}}$	-8
CFE (Comisión Federal de Electricidad)	6	13.68%	1	-1	Empresas ICA	16	4.74%	1	-2
Bachoco	7	12.63%	1	1	Walt Disney Company	16	4.74%	1	1
Caterpillar	7	12.63%	1	2	Aeroméxico	18	4.21%	1	-4
Google	9	11.05%	1	10	Bayer	18	4.21%	1	4
Microsoft	10	10.00%	1	3	Intel	18	4.21%	1	34

Todos los estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cam	ıbio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio	
Google	1	20.78%	\Rightarrow	0	Intel	11	8.91%	\Rightarrow	0
Microsoft	2	18.56%	\Rightarrow	0	Samsung	12	8.57%	1	3
Pemex	3	17.88%	\Rightarrow	0	Ford Motor Company	13	8.30%	\Rightarrow	0
Amazon	4	13.90%	1	3	General Motors	14	8.16%	1	-2
CFE (Comisión Federal de Electricidad)	5	13.28%	\Rightarrow	0	Toyota	15	7.59%	1	2
Gobierno Federal	6	11.81%	1	2	The Coca-Cola Company	16	7.44%	1	2
Audi	7	11.79%	$\frac{1}{\sqrt{1}}$	-3	Grupo Modelo	17	7.35%	1	-1
Volkswagen	8	11.77%	1	-2	IBM	18	7.08%	1	-4
BMW Group	9	10.46%	\Rightarrow	0	Pfizer	19	7.01%	1	5
Cemex	10	9.22%	\Rightarrow	0	Facebook	20	6.99%	1	5







Ranking de Empleador Ideal | Comparación de los 20 principales

Ingeniería/TI

		Sus estudiant	es			Todos los estudiantes			
Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	· I (amnio I		Difference	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cam	ibio
John Deere	1	32.63%	↑	2	-41	42	4.08%	1	2
Gobierno Federal	2	28.42%	\Rightarrow	0	-4	6	11.81%	1	2
Grupo Lala	3	23.68%	1	-2	-44	47	3.29%	1	3
Pemex	4	17.37%	1	2	1	3	17.88%	\Rightarrow	0
Cemex	5	14.21%	1	-1	-5	10	9.22%	\Rightarrow	0
CFE (Comisión Federal de Electricidad)	6	13.68%		-1	1	5	13.28%	\Rightarrow	0
Bachoco	7	12.63%	1	1	-64	71	1.42%	1	10
Caterpillar	7	12.63%	1	2	-18	25	5.75%	1	8
Google	9	11.05%	1	10	8	1	20.78%	\Rightarrow	0
Microsoft	10	10.00%	1	3	8	2	18.56%	\Rightarrow	0
Amazon	11	6.84%	1	14	7	4	13.90%	1	3
Netflix	11	6.84%	1	8	-10	21	6.96%	\Rightarrow	0
Nestlé	13	6.32%	•	-2	-15	28	5.49%	1	-2
The Coca-Cola Company	13	6.32%	1	-1	-3	16	7.44%	1	2
Grupo Bimbo	15	5.79%	•	-8	-7	22	6.67%	\Rightarrow	0
Empresas ICA	16	4.74%	1	-2	-37	53	2.58%	↓	-5
Walt Disney Company	16	4.74%	1	1	-13	29	5.46%	1	-1
Aeroméxico	18	4.21%	1	-4	-5	23	6.36%	↓	-4
Bayer	18	4.21%	1	4	-27	45	3.97%	₽	-3
Intel	18	4.21%	1	34	7	11	8.91%	\Rightarrow	0

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 | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cam	nbio	Empleador	Ranking 2022	2022 Porcentaje 2022		nbio
John Deere	1	11.48%	1	5	Walmart	9	2.46%	1	13
Gobierno Federal	2	10.66%	\Rightarrow	0	Aeroméxico	12	1.64%	1	10
CFE (Comisión Federal de Electricidad)	3	8.20%		0	Bachoco	12	1.64%	1	-3
Grupo Lala	3	8.20%	1	-2	BBVA	12	1.64%	Nuev	-
Cemex	5	5.74%	1	2	General Motors	12	1.64%	างน๊ยง	-
Pemex	5	5.74%	1	2	Google	12	1.64%	1	1
Caterpillar	7	3.28%	1	2	Grupo México	12	1.64%	1	10
Microsoft	7	3.28%	1	6	Halliburton	12	1.64%	Nuev	-
Amazon	9	2.46%	ivuev	-	Honda	12	1.64%	1	1
BMW Group	9	2.46%	1	13	Nestlé	12	1.64%	1	-1

Todos los estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cam	bio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Cambio	
Google	1	4.67%	\Rightarrow	0	Grupo Modelo	11	2.11%	\Rightarrow	0
Pemex	2	4.29%	\Rightarrow	0	Ford Motor Company	12	1.92%	1	1
Microsoft	3	4.21%	1	2	Intel	13	1.87%	1	2
Volkswagen	4	3.29%	1	-1	General Motors	14	1.81%	1	-2
CFE (Comisión Federal de Electricidad)	5	3.26%	1	1	The Coca-Cola Company	15	1.60%	1	4
Audi	6	3.23%	1	-2	Pfizer	16	1.57%	1	9
Amazon	7	2.80%	1	1	Toyota	17	1.56%	\Rightarrow	0
Gobierno Federal	8	2.79%	1	1	Samsung	18	1.56%	1	10
BMW Group	9	2.72%	1	-2	Grupo Bimbo	19	1.53%	1	1
Cemex	10	2.14%	\Rightarrow	0	IBM	20	1.52%	1	-6









- 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





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

EXPECTATIVA SALARIAL



22,965 MXN



20,963 MXN

PERFILES DE **CARRERA DOMINANTES**

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

CANALES DE COMUNICACIÓN DE LOS **SERVICIOS DE CARRERA**

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



Percepción de Marca de la Universidad

- El controlador más asociado: Todos los impulsores están igualmente asociados
- Principal competidor local: Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro (UAAAN)
- 44% de sus estudiantes volverían a estudiar en su universidad
- Satisfacción con la universidad: 8.4 (0.5)



SERVICIOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL

- 86% de sus estudiantes utilizan sus servicios de orientación profesional
- Servicios profesionales importantes que sus estudiantes utilizan menos: Bolsa de trabajo dirigida por la universidad
- Satisfacción con los servicios de orientación profesional: 8.1 (0.6)



- Las mujeres esperan 9% menos salario que los hombres
- Sus estudiantes prefieren: Empresas Nacionales
- estable









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

57% 🖁 🖁 43% **Sus estudiantes Principales Perfiles Principales experiencias Profesionales** 1. Cursos, certificaciones y/o Globe-Trotter carreras técnicas 2. Go-Getter 2. Trabajo de tiempo parcial 3. Balance-Seeker durante los estudios 3. Prácticas o pasantías **Expectativa salarial mensual** Atributos más importantes 1. Un ambiente dinámico y creativo 21,996 2. Excelencia educativa 3. Éxito de los egresados MXN 4. Catedráticos/profesores excelentes 5. Buenas oportunidades de empleo **Atributos menos importantes Industrias preferidas** 36. Alumnos de distintos países 1. Agricultura y Ganadería Arquitectura y Planeación Urbana 37. Patrimonio y tradición 3. Cuidado Animal 38. Estudiar con los mejores alumnos 39. Cursos interdisciplinarios 40. Buenos planes de comidas/cafeterías

69% **Todos los estudiantes Principales Perfiles Principales experiencias Profesionales** 1. Cursos, certificaciones y/o 1. Globe-Trotter carreras técnicas Go-Getter 2. Trabajo de tiempo parcial 3. Balance-Seeker durante los estudios 3. Prácticas o pasantías Atributos más importantes **Expectativa salarial mensual** 1. Programas de alta calidad 23,148 2. Excelencia educativa 3. Éxito de los egresados MXN 4. Un ambiente dinámico y creativo 5. Estudios económicamente asequibles **Atributos menos importantes Industrias preferidas** 36. Disponibilidad de espacio de estudio 1. Automotriz 2. Software de Computadoras y 37. Alumnos de distintos países Tecnología 38. Estudiar con los mejores alumnos 3. Producción Industrial 39. Patrimonio y tradición 40. Buenos planes de comidas/cafeterías



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?

Su asociación promedio

Grado de atractivo entre grupo objetivo Áreas importantes en las que la universidad tiene una baja calificación

considere si es necesario adaptar la comunicación

Áreas menos importantes en las que la universidad tiene baja calificación

monitoree/no requiere acciones

Áreas importantes en las que la universidad tiene una alta calificación

continúe la comunicación

Áreas menos importantes en las que la universidad tiene una alta calificación

mantenga como están

Importancia promedio de los atributos

Atributos que sus estudiantes asocian con su universidad



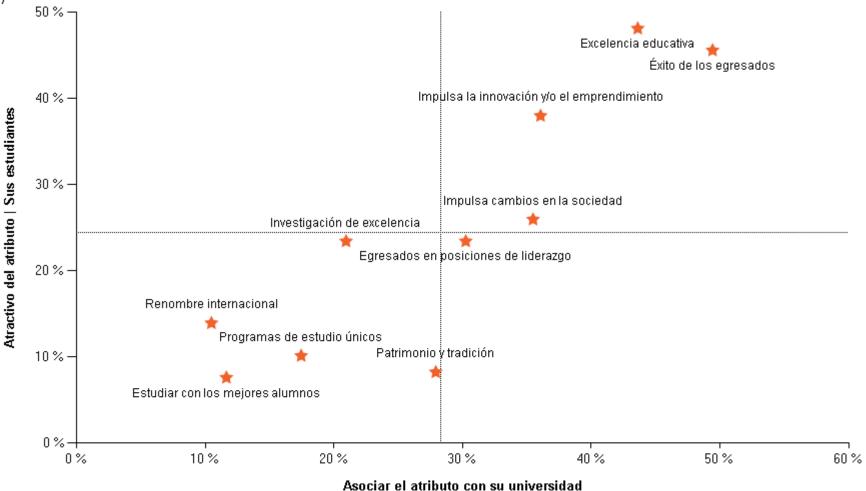


Reputación

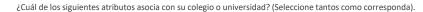
Atractivo frente a Asociación con Universidad Juárez del Estado de

Durango (UJED)





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





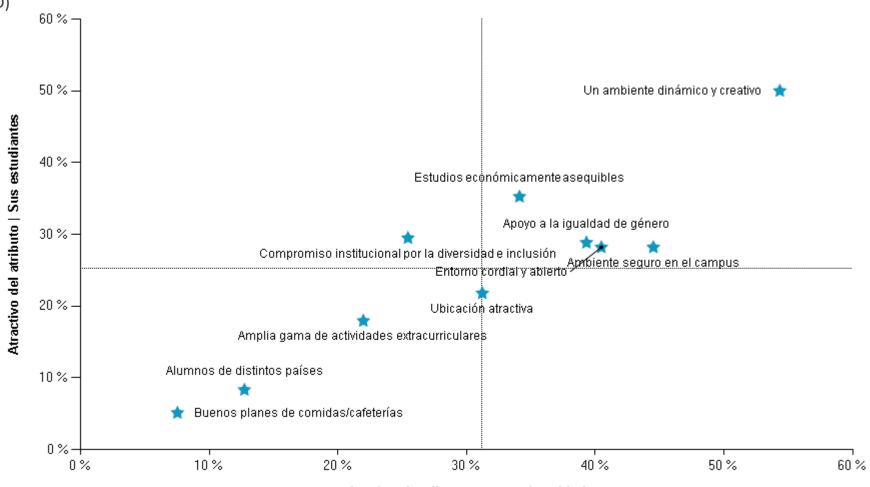


Cultura

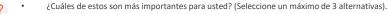
Atractivo frente a Asociación con Universidad Juárez del Estado de

Durango (UJED)





Asociar el atributo con su universidad



[¿]Cuál de los siguientes atributos asocia con su colegio o universidad? (Seleccione tantos como corresponda).



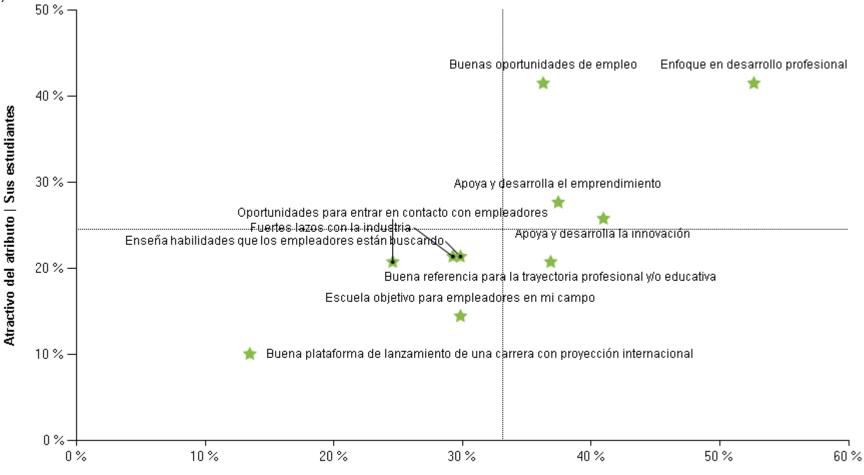


Empleabilidad

Atractivo frente a Asociación con Universidad Juárez del Estado de

Durango (UJED)





Asociar el atributo con su universidad

 [¿]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).



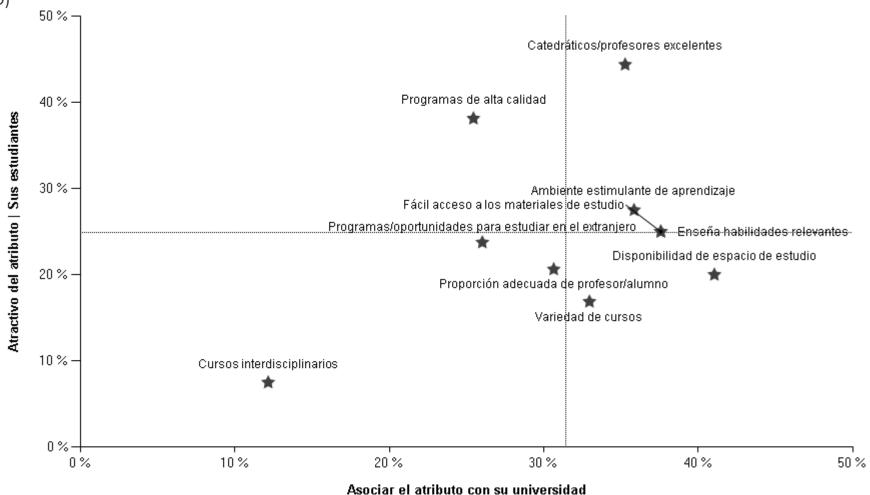


Oferta Educativa

Atractivo frente a Asociación con Universidad Juárez del Estado de

Durango (UJED)





• ¿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).





Sus estudiantes: Ingeniería (1/1)

Área de estudio	Sus estudiantes	Área de estudio	Sus estudiantes
Ingeniería Agronómica	43%	Ingeniería Geológica	2%
Arquitectura	26%	Diseño Industrial	1%
Ingeniería Civil	13%	Ingeniería Eléctrica/Electrónica	1%
Ingeniería Forestal	10%	Ingeniería Mecánica	1%
Ingeniería Ambiental	7%	Ingeniería Biomédica	1%
Ingeniería de Materiales/Tecnología de Materiales	4%	Ingeniería Comercial	1%
Ingeniería Química	4%	Ingeniería en Gestión Empresarial	1%
Ingeniería en Diseño	3%	Ingeniería Industrial	1%
Bioingeniería/Tecnología Biológica	2%	Ingeniería o Ciencias en Sistemas/Sistemas Computacionales	1%
Ingeniería en Informática	2%	Ingeniería Petrolera	1%
Ingeniería Minera	2%	Ingeniería Sanitaria	1%
Ingeniería de Alimentos	2%	Otra (Ingeniería)	3%
Ingeniería Física	2%		





Todos los estudiantes: Ingeniería (1/2)

Área de estudio	Todos los estudiantes	Área de estudio	Todos los estudiantes
Ingeniería Industrial	17%	Ingeniería Ambiental	5%
Ingeniería Química	12%	Bioingeniería/Tecnología Biológica	4%
Ingeniería Eléctrica/Electrónica	11%	Ingeniería en Informática	4%
Ingeniería Mecánica	11%	Diseño Industrial	4%
Mecatrónica	10%	Ingeniería Biomédica	4%
Ingeniería Civil	9%	Ingeniería Agronómica	4%
Arquitectura	8%	Ingeniería de Alimentos	4%
Ingeniería o Ciencias en Sistemas/Sistemas Computacionales	6%	Ingeniería en Automática y Electrónica Industrial	4%
Ingeniería Automotriz	5%	Ingeniería Aeronáutica/Aeroespacial	3%





Todos los estudiantes: Ingeniería (2/2)

Área de estudio	Todos los estudiantes	Área de estudio	Todos los estudiantes
Ingeniería de Materiales/Tecnología de Materiales	3%	Ingeniería Minera	2%
Ingeniería en Diseño	3%	Ingeniería Geológica	1%
Ingeniería Energética	3%	Ingeniería en Información y Control de Gestión	1%
Ingeniería en Gestión Empresarial	3%	Ingeniería Comercial	1%
Ingeniería en Telecomunicaciones	3%	Ingeniería Forestal	1%
Tecnología de Procesos	2%	Ingeniería Sanitaria	1%
Ingeniería en Transporte	2%	Ingeniería Textil	0%
Ingeniería Física	2%	Ingeniería Marítima	0%
Ingeniería Petrolera	2%	Otra (Ingeniería)	7%





Todos los estudiantes: TI (1/1)

Área de estudio	Todos los estudiantes	Área de estudio	Todos los estudiantes
Ingeniería de Software	55%	Inteligencia Artificial	22%
Ciencias Computacionales	44%	Análisis y Diseño de Sistemas de Negocios	16%
Sistemas de Información	37%	Sistemas Informáticos de Negocios	12%
Redes/Telecomunicaciones	31%	Sistemas de Negocios en Línea	9%
Seguridad en TI	28%	Publicaciones Electrónicas	6%
Gestión de la Información	25%	Otra (TI)	8%
Data Science	24%		





Ranking de Empleador Considerado | Principales 30

Todos los estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Can	nbio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Car	mbio
Google	1	38.71%	\Rightarrow	0	Sony	16	27.85%	\Rightarrow	0
Microsoft	2	38.60%	1	1	Mazda	17	27.43%	1	-2
Volkswagen	3	37.13%	1	-1	Netflix	18	27.11%	1	5
Pemex	4	36.13%	\Rightarrow	0	Intel	19	27.08%	1	-2
Amazon	5	35.44%	1	3	Grupo Modelo	20	26.13%	\Rightarrow	0
Samsung	6	34.61%	\Rightarrow	0	Huawei	21	25.48%	1	-3
Audi	7	33.77%	1	-2	PepsiCo	22	25.45%	1	8
Toyota	8	33.27%	↓	-1	Aeroméxico	23	25.28%	1	1
General Motors	9	30.59%	1	1	Lenovo	24	25.20%	1	3
The Coca-Cola Company	10	30.55%	1	4	Cemex	25	25.13%	1	-3
BMW Group	11	30.43%	1	-2	Gobierno Federal	26	24.88%	1	-1
Honda	12	30.35%	↓	-1	HEINEKEN	27	24.75%	1	-6
Ford Motor Company	13	29.81%	1	-1	Nestlé	28	24.58%	\Rightarrow	0
CFE (Comisión Federal de Electricidad)	14	29.07%	1	-1	LG	29	24.30%	\Rightarrow	0
Grupo Bimbo	15	27.97%	1	4	BBVA	30	23.88%	1	3





Ranking de Empleador Ideal | 30 principales

Todos los estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Can	nbio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Can	nbio
Google	1	20.78%	\Rightarrow	0	The Coca-Cola Company	16	7.44%	1	2
Microsoft	2	18.56%	\Rightarrow	0	Grupo Modelo	17	7.35%	1	-1
Pemex	3	17.88%	\Rightarrow	0	IBM	18	7.08%	1	-4
Amazon	4	13.90%	1	3	Pfizer	19	7.01%	1	5
CFE (Comisión Federal de Electricidad)	5	13.28%	\Rightarrow	0	Facebook	20	6.99%	1	5
Gobierno Federal	6	11.81%	1	2	Netflix	21	6.96%	\Rightarrow	0
Audi	7	11.79%	1	-3	Grupo Bimbo	22	6.67%	\Rightarrow	0
Volkswagen	8	11.77%	1	-2	Aeroméxico	23	6.36%	1	-4
BMW Group	9	10.46%	\Rightarrow	0	Grupo Carso	24	5.82%	1	6
Cemex	10	9.22%	\Rightarrow	0	Caterpillar	25	5.75%	1	8
Intel	11	8.91%	\Rightarrow	0	Honda	26	5.66%	1	5
Samsung	12	8.57%	1	3	HEINEKEN	27	5.55%	1	-7
Ford Motor Company	13	8.30%	\Rightarrow	0	Nestlé	28	5.49%	1	-2
General Motors	14	8.16%	1	-2	Walt Disney Company	29	5.46%	1	-1
Toyota	15	7.59%	1	2	GE - General Electric	30	5.17%	1	5





Ranking Solicitantes Potenciales | Principales 30

Todos los estudiantes | Ingeniería/TI

Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Can	nbio	Empleador	Ranking 2022	Porcentaje 2022	Can	nbio
Google	1	4.67%	\Rightarrow	0	Pfizer	16	1.57%	1	9
Pemex	2	4.29%	\Rightarrow	0	Toyota	17	1.56%	\Rightarrow	0
Microsoft	3	4.21%	1	2	Samsung	18	1.56%	1	10
Volkswagen	4	3.29%	↓	-1	Grupo Bimbo	19	1.53%	1	1
CFE (Comisión Federal de Electricidad)	5	3.26%	1	1	IBM	20	1.52%	1	-6
Audi	6	3.23%	1	-2	Siemens	21	1.44%	1	2
Amazon	7	2.80%	1	1	BBVA	22	1.43%	1	12
Gobierno Federal	8	2.79%	1	1	HEINEKEN	23	1.41%	1	-7
BMW Group	9	2.72%	1	-2	Grupo Carso	24	1.39%	1	2
Cemex	10	2.14%	\Rightarrow	0	Facebook	25	1.33%	1	14
Grupo Modelo	11	2.11%	\Rightarrow	0	Nestlé	26	1.31%	1	-8
Ford Motor Company	12	1.92%	1	1	Aeroméxico	27	1.30%	1	-3
Intel	13	1.87%	1	2	FEMSA	28	1.27%	1	-1
General Motors	14	1.81%	↓	-2	Bosch	29	1.26%	1	-8
The Coca-Cola Company	15	1.60%	1	4	Caterpillar	30	1.22%	1	16





iGRACIAS!

