



Estudio de opinión de empleadores sobre el desempeño laboral de egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia (ICEA)



SISTEMA INSTITUCIONAL
DE EVALUACIÓN
UAEH

Pachuca de Soto, Hgo., septiembre del 2018

AUTORES:

Bezies Cruz Patricia

Pérez Enzastiga José Antonio

González Mociños Nancy

Elizalde Lora Leticia

Olvera Larios Brenda Ivonne

López Cruz María de los Ángeles

Ordaz Monroy Adriana Anabel

Ángeles Guerrero Aidé

González Macías Daniela

Ortiz Ramón Josefina

Alonso Cano Anaid

Callado Pérez Jennifer

Apoyo Técnico:

Aguilera Coiffier Ma. de la Luz

Hernández Gómez Ayme

©Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Abasolo 600, Col. Centro, Pachuca, Hgo. México. CP 42000
Prohibida la reproducción parcial o total de esta obra sin el consentimiento
escrito de la UAEH.
Registro Público del Derecho de Autor 03-2014-062511300000-01
Título de registro de marca 1556919 “Sistema Institucional de evaluación UAEH”

DIRECTORIO



Mtro. Adolfo Pontigo Loyola
Rector

Dr. Saúl Agustín Sosa Castelán
Secretario General

Dra. Patricia Bezies Cruz
Directora General de Evaluación

Dirección General de Evaluación

Estudio de opinión de empleadores sobre el desempeño
laboral de egresados de la UAEH, 2018.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	6
1. GENERALIDADES	7
1.1 Tipo y sector de las empresas o instituciones encuestadas.....	7
1.2 Tamaño de la empresa	8
1.3 Importancia dada por los empleadores a la institución de egreso de los profesionistas que contrata	8
1.4 Análisis de las empresas o instituciones empleadoras de la UAEH	9
1.5 Áreas de desempeño laboral de los egresados.....	9
1.6 Prestatarios de servicio social y prácticas profesionales	10
2. SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN	12
2.1 El proceso de reclutamiento	12
2.2 Requisitos para la contratación de profesionistas	12
2.3 Principales debilidades de los egresados para la contratación.....	14
3. GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES	15
3.1 Satisfacción general de los empleadores con los egresados de la UAEH	15
3.2 Prestigio de la UAEH.....	16
3.3 Formación específica requerida por las empresas en apoyo a la labor productiva que desempeñan.....	16

INTRODUCCIÓN

El presente documento es el informe final del Estudio de Opinión de Empleadores sobre el desempeño laboral de los egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia del Instituto de Ciencias Económico Administrativas (ICEA) que se oferta en la UAEH, el cual fue realizado mediante una encuesta aplicada por la Dirección General de Evaluación en 2018, con ello la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo continúa con la realización de estudios de empleadores cuyo antecedente inmediato es el *Estudio de opinión de empleadores sobre el desempeño laboral de egresados de la UAEH* realizado en 2015 y en 2008 y el *Estudio del mercado ocupacional del Estado de Hidalgo*, en el año 2004, ambos por la Dirección General de Planeación.

A través de este documento se identificaron las necesidades más demandadas a los profesionistas que laboran en las empresas ubicadas en el Estado de Hidalgo, así como el grado de satisfacción que los empleadores tienen con los egresados de la UAEH, específicamente con la Licenciatura en Mercadotecnia, con el propósito de conocer las fortalezas y debilidades en la formación de sus egresados, de esta manera se plantearon dos interrogantes a las que se busca dar respuesta: ¿cuáles son los principales criterios y aspectos valorados y utilizados con mayor regularidad en el proceso de selección y reclutamiento de profesionistas universitarios desde la perspectiva de los empleadores? y ¿cuál es la opinión que tienen los empleadores del Estado de Hidalgo respecto al desempeño profesional de los egresados de la UAEH?.

El cuestionario actual se aplicó a 4 empresas que tienen al menos un egresado de esta casa de estudios, que en algún momento los tuvieron laborando con ellos o bien que cuentan con prestadores de servicio social o prácticas profesionales.

1. GENERALIDADES

Como primer paso del análisis se tiene una descripción detallada de las características principales de las empresas e instituciones que participaron en el estudio, especificando el sector laboral y la actividad al que pertenecen, identificando así el tipo de empresas que mayormente captan egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia.

1.1 Tipo y sector de las empresas o instituciones encuestadas

Se puede observar en la tabla 1.1 que 3 empresas corresponden al sector privado y una al sector público.

Tipo de la empresa o Institución	Frecuencia	Porcentaje
Pública	1	25.0
Privada	3	75.0
Total	4	100.0

Tabla 1.1. Identificación del tipo de empresa o institución

El sector de servicios es el predominante para la generación de empleos de los Licenciados en Mercadotecnia con el 75.0%, como se muestra en la tabla 1.2.

Sector de la empresa o Institución	Frecuencia	Porcentaje
Servicios	3	75.0
Comercio	1	25.0
Total	4	100.0

Tabla 1.2 Porcentajes por sector de las empresas o instituciones estudiadas

La tabla 1.3 muestra el tipo de actividad que realizan las empresas encuestadas, el 75.0% realizan actividades en el educación y el 25.0% en agencias automotrices, que realiza dentro del sector de servicios y comercio respectivamente.

Sector	Actividad	Frecuencia	Porcentaje
Servicios	Educación	3	75.0
Comercio	Agencias Automotrices	1	25.0
Total		4	100.0

Tabla 1.3 Actividades de las empresas estudiadas

1.2 Tamaño de la empresa

La clasificación de las empresas de acuerdo a su tamaño es la siguiente: micro, pequeña, mediana y grande; analizando la tabla 1.4 se tiene que las empresas que captan a los egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia de la UAEH corresponden a empresas mediana, pequeña y microempresa.

Tamaño	Frecuencia	Porcentaje
Micro	1	25.0
Pequeña	1	25.0
Mediana	2	50.0
Total	4	100.0

Tabla 1.4 Porcentaje de las empresas encuestadas por tamaño

En la tabla 1.5 se observa la clasificación de las empresas por su tamaño y por la actividad económica que realizan.

Tamaño de la empresa	Actividad	Frecuencia	Porcentaje
Micro	Educación	1	25.0
Pequeña	Educación	1	25.0
Mediana	Educación	1	25.0
	Agencias automotrices	1	25.0
Total		4	100.0

Tabla 1.5 Actividades económicas según su tamaño

1.3 Importancia dada por los empleadores a la institución de egreso de los profesionistas que contrata

La institución de egreso es uno de los factores importantes que consideran los empleadores como criterio de contratación, la tabla 1.6 muestra que para el 50.0% de los empleadores es muy importante este factor y para el 25.0% es poco importante.

	Frecuencia	Porcentaje
Poco importante	1	25.0
Muy importante	3	75.0
Total	4	100.0

Tabla 1.6 Nivel de importancia de los empleadores a la Institución en donde se formaron los egresados que contratan

1.4 Análisis de las empresas o instituciones empleadoras de la UAEH

En la tabla 1.7 se observa que en las 4 empresas que fueron encuestadas hay 16 empleados que son egresados de la UAEH.

		Número de empleados
Número de Empresas	1	1
	1	3
	1	5
	1	7
Total	4	16

Tabla 1.7 Cantidad de empleados de las empresas o instituciones encuestadas

En la tabla 1.8 se enlistan otras Instituciones de Educación Superior (IES) de la cual son contratados los profesionistas empleados en las empresas o instituciones encuestadas.

IES	Frecuencia	Porcentaje
Centro Hidalguense de Estudios Superiores (CENHIES)	1	25.0
Centro Universitario Continental-CUC	1	25.0
Tecnológico	1	25.0
Universidad Politécnica de Pachuca (UPP)	1	25.0
Total	4	100.0

Tabla 1.8 Otras IES de procedencia de los profesionistas que son contratados en la empresa o institución

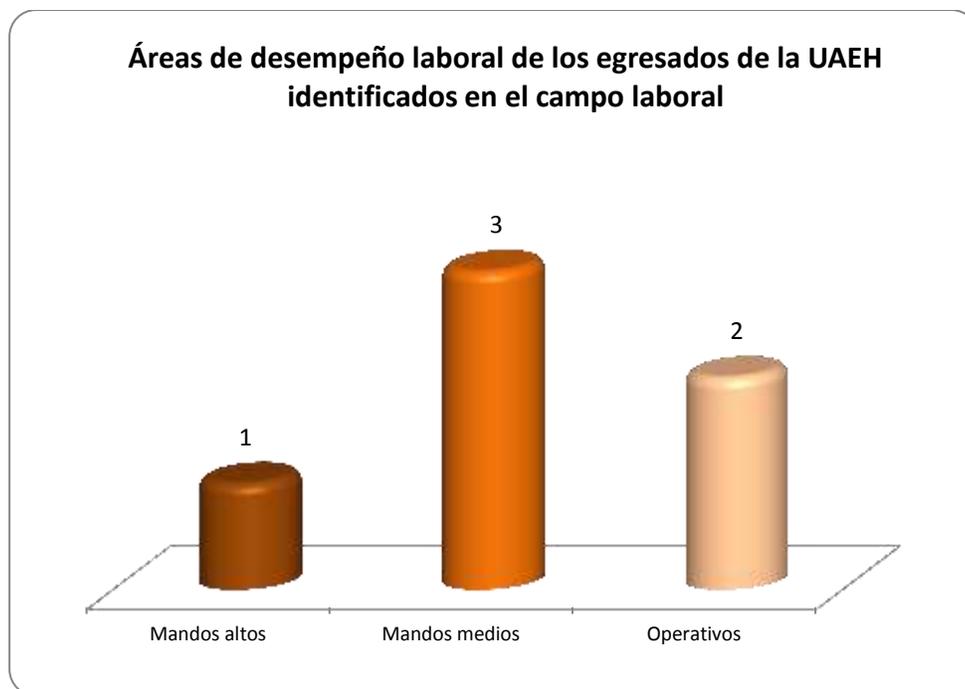
En la tabla 1.9 se enlistan las Instituciones de Educación Superior (IES) de la cual los empleadores consideran que son los mejores egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia.

IES	Frecuencia	Porcentaje
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH)	4	100.0

Tabla 1.9 IES con los mejores egresados de la carrera

1.5 Áreas de desempeño laboral de los egresados

En la gráfica 1.1 muestra que en las empresas encuestadas los egresados son contratados principalmente como mandos medios, esto para tres empleadores.



Gráfica 1.1 Área de desempeño de los profesionistas

En la tabla 1.10. se indica el tipo de contratación que les ofrecen en las empresas encuestadas, siendo por proyecto en el 50.0%, y asalariados o de honorarios con 25.0% en cada caso.

	Frecuencia	Porcentaje
Asalariado	1	25.0
Honorarios	1	25.0
Por proyecto	2	50.0
Total	4	100.0

Tabla 1.10 Tipo de contrato que ofrece la empresa o institución

1.6 Prestatarios de servicio social y prácticas profesionales

En este apartado de la encuesta se monitorea lo referente a los prestatarios de servicio social y los que realizan sus prácticas profesionales con el objetivo de determinar el grado de satisfacción de los empleadores con los egresados de la Institución, además de que con estas actividades se mantiene un vínculo directo con los empleadores.

A continuación se muestra que los 4 empleadores encuestados actualmente cuentan con 11 estudiantes de la UAEH realizando su servicio social (tabla 1.11).

Prestatarios	Empleadores	Número total de prestatarios
0	1	0
2	1	2
3	1	3
6	1	6
Total	4	11

Tabla 1.11 Número de empleadores con prestatarios de servicio social

En la tabla 1.12. se observa que los empleadores encuestados actualmente cuentan con 10 estudiantes realizando prácticas profesionales.

Estudiantes	Empleadores	Número total de estudiantes
0	1	0
1	1	1
4	1	4
5	1	5
Total	4	10

Tabla 1.12 Número de empleadores con estudiantes de prácticas profesionales

Al preguntarles si tienen previsto continuar contratando egresados de la UAEH de esta carrera, el 100.0% de los empleadores respondió afirmativamente (tabla 1.13).

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	4	100.0

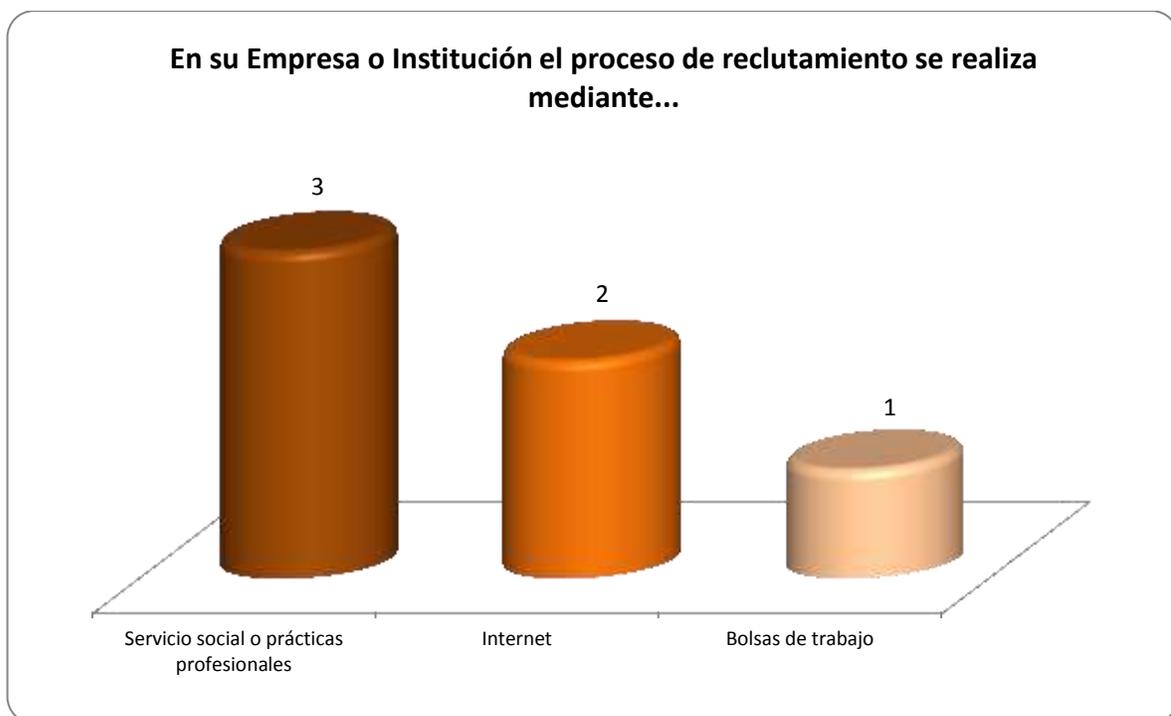
Tabla 1.13 Porcentaje de empleadores que contratarían egresados de la UAEH

2. SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN

Es importante conocer las necesidades que tienen los empleadores y poder identificar cómo realizan la selección de su personal, es por ello que en esta sección se observan elementos como: medios de reclutamiento más utilizados y los aspectos más significativos que influyen en la contratación.

2.1 El proceso de reclutamiento

A continuación en la gráfica 2.1 tenemos 3 opciones que se utilizan como indicadores para observar los medios más frecuentes de reclutamiento. Se observa que **el servicio social o prácticas profesionales** son los medios que se usan principalmente para ingresar a una empresa, lo cual se identificó con 3 empleadores; por otro lado, para dos empleadores se utiliza el internet y para uno las bolsas de trabajo como medio de reclutamiento.



Gráfica 2.1 Medios de reclutamiento más utilizados por los empleadores y sus frecuencias de uso

2.2 Requisitos para la contratación de profesionistas

Dos de los requisitos de mayor importancia para los empleadores al momento de la contratación son el título profesional y la experiencia profesional. El grado de importancia que tiene el título profesional del egresado como requisito para la contratación se muestra en la tabla 2.1, donde para el 50.0% de los empleadores es muy importante.

	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	2	50.0
Medianamente importante	1	25.0
Poco importante	1	25.0
Total	4	100.0

Tabla 2.1 Grado de importancia del título profesional

Asimismo, el grado de importancia que tiene la experiencia laboral del egresado como requisito para la contratación se muestra en la tabla 2.2, donde para el 50.0% de los empleadores es muy importante.

	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	2	50.0
Medianamente importante	2	50.0
Total	4	100.0

Tabla 2.2 Grado de importancia de la experiencia laboral

Otros requisitos importantes que requieren para determinar la contratación de los egresados se muestran en la gráfica 2.2, las actitudes y valores son los aspectos más representativos en 3 casos.



Gráfica 2.2 Requisitos más importantes para determinar la contratación

2.3 Principales debilidades de los egresados para la contratación

En este apartado se analiza qué tan determinantes pueden ser algunas debilidades del profesionista para no ser contratado.

En la gráfica 2.3 se observa que las debilidades consideradas como las más importantes son: poca experiencia profesional, falta de conocimientos específicos, escasa habilidad para la comunicación oral y escrita y egresados poco propositivos, esto considerado por dos empleadores en cada caso; también la imagen personal inadecuada, poca responsabilidad y escaso manejo de idiomas, es considerado para un empleador respectivamente.



Gráfica 2.3 Principales debilidades de los egresados al momento de la contratación

3. GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES

El grado de satisfacción de los empleadores respecto a las capacidades adquiridas por los egresados de la UAEH durante su formación es un indicador muy importante para la universidad, ya que muestra si la formación académica que adquirió el egresado fue óptima para su inserción en el mercado laboral, o en caso contrario, en qué aspectos tendría que hacerse una mejora, qué capacidades o habilidades es necesario que el egresado tenga que reforzar durante sus estudios y así mejorar la satisfacción de los empleadores.

3.1 Satisfacción general de los empleadores con los egresados de la UAEH

Para el 75.0% de los empleadores encuestados la formación de los egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia es considerada como excelente, lo cual se muestra en la tabla 3.1.

	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	3	75.0
Buena	1	25.0
Total	4	100.0

Tabla 3.1 Satisfacción con la formación de los egresados

Respecto al desempeño laboral de los egresados, el grado de satisfacción para el 75.0% de los empleadores encuestados es excelente y para el 25.0% es bueno, lo cual se observa en la tabla 3.2.

	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	3	75.0
Bueno	1	25.0
Total	4	100.0

Tabla 3.2 Satisfacción con el desempeño laboral de los egresados

En la gráfica 3.1 se observan las diferentes capacidades de los profesionistas y el grado de satisfacción que tienen los empleadores respecto a ellas, apreciándose que tres empleadores tienen un alto grado de satisfacción en cuanto a la puesta en práctica de los conocimientos de su disciplina, al ritmo de aprendizaje durante su desempeño laboral, responsabilidad en su desempeño profesional, valores personales y profesionales en el desempeño del trabajo, capacidad de rendir bajo presión y capacidad de innovación y creatividad, esto entre lo más sobresaliente.

Debido a lo anterior, se observa que en la mayoría de los aspectos mencionados, para los empleadores el grado de satisfacción que tienen con respecto a los egresados de la UAEH se encuentra en una escala alta.



Gráfica 3.1 Frecuencias y grado de satisfacción asignados por los empleadores

3.2 Prestigio de la UAEH

Para la UAEH es de vital importancia conocer la opinión de los empleadores con respecto al prestigio de la institución. Es importante destacar que el 75.0% de los empleadores lo calificaron como excelente, como se muestra en la tabla 3.3.

	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	3	75.0
Bueno	1	25.0
Total	4	100.0

Tabla 3.3 Frecuencias de prestigio de la UAEH

3.3 Formación específica requerida por las empresas en apoyo a la labor productiva que desempeñan

De forma general se preguntó a los empleadores qué formación específica requieren como empresa/institución en apoyo a la labor productiva que desempeñan, en la tabla 3.4 se observa que

se requiere la licenciatura en Robótica o formación referente a ventas, esto para un empleador respectivamente.

	Frecuencia	Porcentaje
Robótica	1	25.0
Ventas	1	25.0
No respondió	2	50.0
Total	4	100.0

Tabla 3.4 Formación que requiere como empresa/institución en apoyo a la labor productiva

De acuerdo a la carrera evaluada por los empleadores, se les preguntó cuánto consideraban que la UAEH debe cambiar su programa de estudios para que sus egresados sigan siendo competitivos los próximos cinco años, lo cual se muestra en la tabla 3.5.

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	1	25.0
Regular	2	50.0
Poco	1	25.0
Total	4	100.0

Tabla 3.5 Grado en que debe cambiar la UAEH su programa de estudios los próximos cinco años

Los empleadores mencionaron algunas sugerencias para mejorar la preparación de nuestros futuros profesionistas, lo cual se indica en la tabla 3.6.

	Frecuencia	Porcentaje
Mejorar la imagen profesional/ejecutiva	1	25.0
No respondió	3	75.0
Total	4	100.0

Tabla 3.6 Sugerencias para mejorar la preparación de nuestros futuros profesionistas