



Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo



SISTEMA INSTITUCIONAL
DE EVALUACIÓN

**Estudio de opinión de empleadores
sobre el desempeño laboral de egresados
de la Licenciatura en Mercadotecnia
Instituto de Ciencias Económico Administrativas (ICEA)**

Octubre de 2022

AUTOR:

Dr. José Antonio Pérez Enzastiga

APOYO TÉCNICO:

Lic. Aidé Ángeles Guerrero

©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



Dr. Octavio Castillo Acosta
Rector

Dr. Saúl Agustín Sosa Castelán
Secretario General

Dr. Jesús Israel Monroy Muñoz
Director General de Evaluación

Mtra. Brenda Ivonne Olvera Larios
Subdirectora General de Evaluación

Dirección General de Evaluación

*Estudio de opinión de empleadores sobre el desempeño
laboral de egresados de la UAEH, 2022.*

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN..... 6

1. GENERALIDADES..... 7

 1.1 Tipo y tamaño de las empresas o instituciones encuestadas 7

 1.2 Importancia dada por los empleadores a la institución de egreso de los profesionistas que contrata..... 7

 1.3 Análisis de las empresas o instituciones empleadoras de la UAEH..... 8

 1.4 Áreas de desempeño laboral de los egresados 9

 1.5 Prestatarios de servicio social y prácticas profesionales..... 9

2. SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN 11

 2.1 El proceso de reclutamiento 11

 2.2 Requisitos para la contratación de profesionistas 12

 2.3 Principales debilidades de los egresados para la contratación 12

3. GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES 14

 3.1 Satisfacción general de los empleadores con los egresados de la UAEH 14

 3.2 Prestigio de la UAEH..... 15

 3.3 Formación específica requerida por las empresas en apoyo a la labor productiva que desempeñan..... 16

4. CONCLUSIONES GENERALES 18

INTRODUCCIÓN

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

A través de este documento se identificaron las necesidades más demandadas a los profesionistas que laboran en las empresas ubicadas en diferentes lugares del estado, así como el grado de satisfacción que los empleadores tienen con los egresados de la UAEH, específicamente con el Programa Educativo de Mercadotecnia con el propósito de conocer las fortalezas y debilidades durante su formación, 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 los profesionistas universitarios desde la perspectiva de los empleadores? y ¿cuál es la opinión que tienen los empleadores respecto al desempeño profesional de los egresados de la UAEH?.

El cuestionario actual se aplicó a 11 empresas que tienen al menos un egresado de esta casa de estudios, que en algún momento los tuvieron laborando o bien que cuentan con prestadores de servicio social y/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 a la que pertenecen, identificando el tipo de empresas que mayormente captan egresados de esta Licenciatura.

1.1 Tipo y tamaño de las empresas o instituciones encuestadas

En la Tabla 1.1 se observa que el 81.8% de las empresas que contestaron la encuesta corresponden al sector privado, mientras que 18.2% corresponde al sector público.

Tipo de la empresa o Institución	Frecuencia	Porcentaje
Privado	9	81.8
Público	2	18.2
Total	11	100.0

Tabla 1.1. Identificación del tipo de empresa o institución

De acuerdo con los censos económicos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2019)¹, las empresas se clasifican por su tamaño en: micro, pequeña, mediana y grande. La Tabla 1.2 muestra las empresas que captan mayormente a los egresados de este Programa Educativo.

Tamaño	Frecuencia	Porcentaje
Micro	5	45.4
Pequeña	4	36.4
Mediana	1	9.1
Grande	1	9.1
Total	11	100.0

Tabla 1.2 Frecuencia y porcentaje de las empresas encuestadas por tamaño

1.2 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 1.3 muestra que para el 54.5% es muy importante, mientras que para el 45.5% es medianamente importante.

¹ Micro, pequeña, mediana y gran empresa: estratificación de los establecimientos: Censos Económicos 2019/Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2019). México.

Factor	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	6	54.5
Medianamente importante	5	45.5
Total	11	100.0

Tabla 1.3 Nivel de importancia de la Institución donde se formaron los egresados

1.3 Análisis de las empresas o instituciones empleadoras de la UAEH

En las 11 empresas encuestadas se identificó un total de 26 trabajadores egresados de la UAEH, ver Tabla 1.4.

Número de empleados	Número de Empresas	Número total de empleados
1	4	4
2	2	4
3	2	6
4	3	12
Total	11	26

Tabla 1.4 Cantidad de empleados de las empresas o instituciones encuestadas

En la Tabla 1.5 se enlistan las Instituciones de Educación Superior (IES) que contratan a profesionistas afines o similares por las empresas o instituciones encuestadas.

Otras IES	Frecuencia	Porcentaje
De ninguna	3	27.2
No contestó	2	18.2
Del área de Psicología de la Educación	1	9.1
De la Escuela Superior de Actopan (UAEH)	1	9.1
Instituto Tecnológico Latinoamericano (ITLA)	1	9.1
Instituto Tecnológico Latinoamericano (ITLA) y del Centro Hidalguense de Estudios Superiores (CENHIES)	1	9.1
Instituto de Ciencias Económico Administrativas (ICEA)	1	9.1
Universidad Tecnológica	1	9.1
Total	11	100.0

Tabla 1.5 Otras IES de procedencia de los profesionistas que son contratados en la empresa o institución

En la Tabla 1.6 se muestran las Instituciones de Educación Superior (IES) mencionadas por los empleadores respecto a quienes consideran los mejores egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia.

IES	Frecuencia	Porcentaje
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH)	8	72.7
Centro Universitario Continental (CUC)	1	9.1
Instituto de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)	1	9.1
De Psicología en la Educación	1	9.1
Total	11	100.0

Tabla 1.6 IES con los mejores egresados de la carrera

1.4 Áreas de desempeño laboral de los egresados

La Tabla 1.7 muestra que 45.5% de los egresados son contratados para ocupar puestos de mandos medios, 36.4% como operativos y 18.2% como mandos altos.

Áreas de desempeño	Frecuencia	Porcentaje
Mandos medios	5	45.5
Operativos	4	36.4
Mandos altos	2	18.2
Total	11	100.0

Tabla 1.7 Área de desempeño de los profesionistas

1.5 Prestatarios de Servicio Social y Prácticas Profesionales

En este apartado de la encuesta se monitorea lo referente a los prestatarios de servicio social y aquellos que realizan prácticas profesionales, lo anterior con el propósito de determinar el grado de satisfacción de los empleadores con los egresados de la institución, actividades que nos permiten mantener un vínculo directo con los empleadores.

De los 11 empleadores encuestados 7 mencionaron haber tenido estudiantes de la UAEH realizando su servicio social, ver Tabla 1.8.

Servicio Social	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	63.7
No	4	36.3
Total	11	100.0

Tabla 1.8 Recibió estudiantes para servicio social

De igual forma, en la Tabla 1.9 se observa que 7 de los empleadores encuestados contaron con estudiantes realizando prácticas profesionales.

Prácticas Profesionales	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	63.7
No	4	36.3
Total	11	100.0

Tabla 1.9 Recibió estudiantes para prácticas profesionales

Respecto a si tienen previsto continuar contratando egresados de la UAEH de este programa educativo, 81.8% de los empleadores respondió afirmativamente, ver Tabla 1.10.

Contratar egresados	Frecuencia	Porcentaje
Sí	9	81.8
No	2	18.2
Total	11	100.0

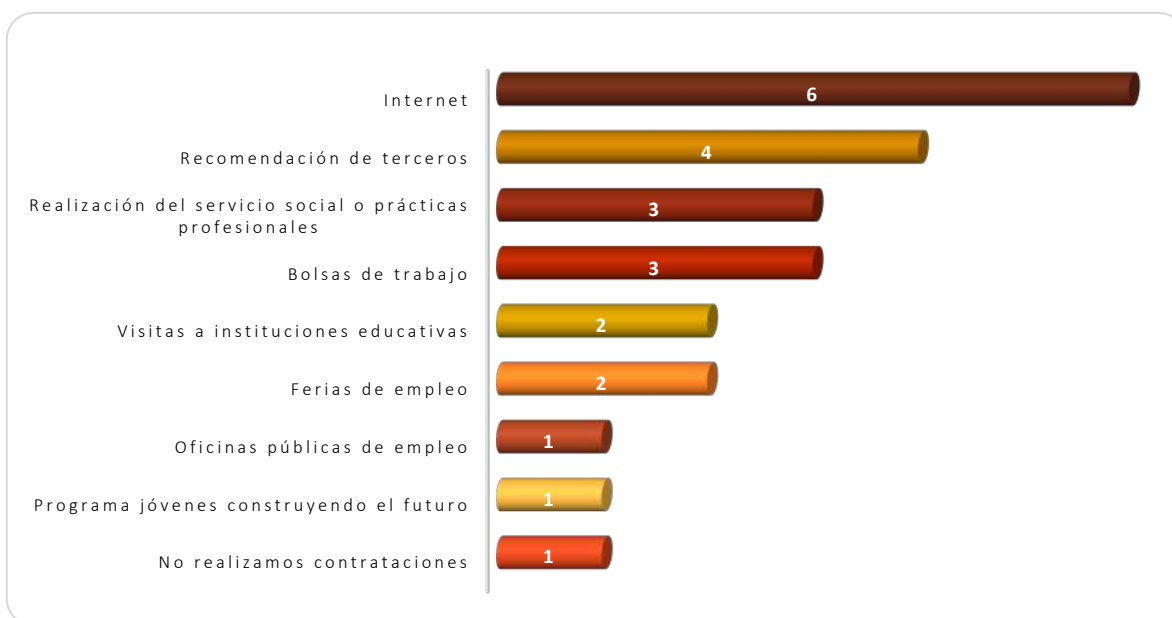
Tabla 1.10 Porcentaje de empleadores que contratarían egresados de la UAEH

2. SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN

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

2.1 El proceso de reclutamiento

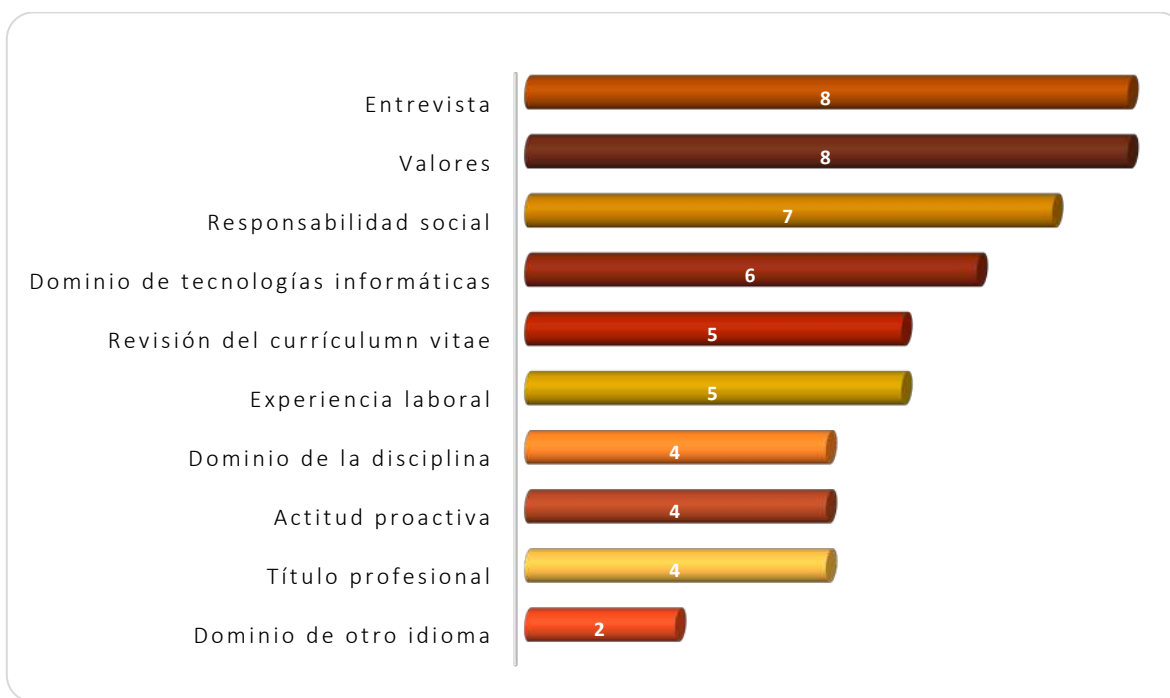
La Gráfica 2.1 muestra los medios de reclutamiento para el proceso de contratación observándose que el mayormente utilizado por los empleadores y/o personal de recursos humanos es a través de internet debido a que 6 de los 11 empleadores así lo manifestaron. 4 lo realizan a través de la recomendación de terceros. 3 empleadores lo efectúan mediante la realización del servicio social o prácticas profesionales, así como la bolsa de trabajo respectivamente. Otros medios de reclutamiento señalados fueron: a través de las visitas a instituciones educativas, las ferias de empleo, las oficinas públicas de empleo y el programa jóvenes construyendo el futuro.



Gráfica 2.1 Medios de reclutamiento más utilizados por los empleadores

2.2 Requisitos para la contratación de profesionistas

Los requisitos que determinan la contratación de los egresados se muestran en la Gráfica 2.2. Observándose que 8 empleadores consideran principalmente el resultado de la entrevista y los valores mostrados por los egresados. 7 empleadores mencionaron la responsabilidad social. Mientras que para 6 empleadores lo más importante es el dominio de las tecnologías informáticas. Otros requisitos indicados fueron: la revisión del currículum vitae, la experiencia laboral, el dominio de la disciplina, la actitud proactiva, el título profesional y el dominio de otro idioma.

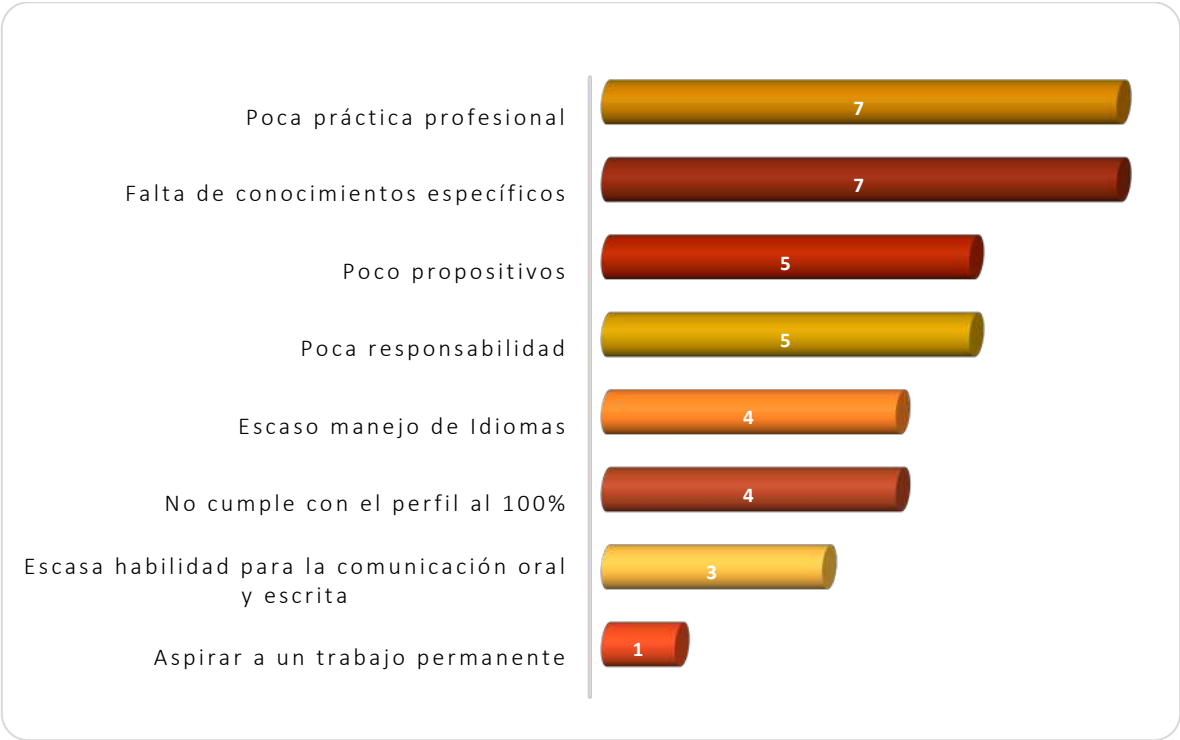


Gráfica 2.2 Requisitos más importantes para determinar la contratación

2.3 Principales debilidades de los egresados para la contratación

En este apartado se analiza las debilidades que determinan la no contratación de los egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia.

La poca práctica profesional y la falta de conocimientos específicos son las áreas de oportunidad más importantes de los egresados de esta licenciatura, lo anterior indicado por 7 empleadores de forma respectiva. Poco propositivos y poca responsabilidad manifestada por 5 empleadores. Otras debilidades señaladas fueron: escaso manejo de idiomas, no cumplir con el perfil al 100%, escasa habilidad para la comunicación oral y escrita y aspirar a un trabajo de forma permanente, ver Gráfica 2.3.



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, debido a 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 realizarse una mejora, así como identificar las capacidades o habilidades necesarias que se deben reforzar en los egresados durante sus estudios y mejorar la satisfacción de los empleadores.

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

Para el 81.8% de los empleadores encuestados, la formación de los egresados es considerada como excelente y buena, ver Tabla 3.1.

Formación de los egresados	Frecuencia	Porcentaje
Buena	7	63.6
Excelente	2	18.2
Regular	2	18.2
Total	11	100.0

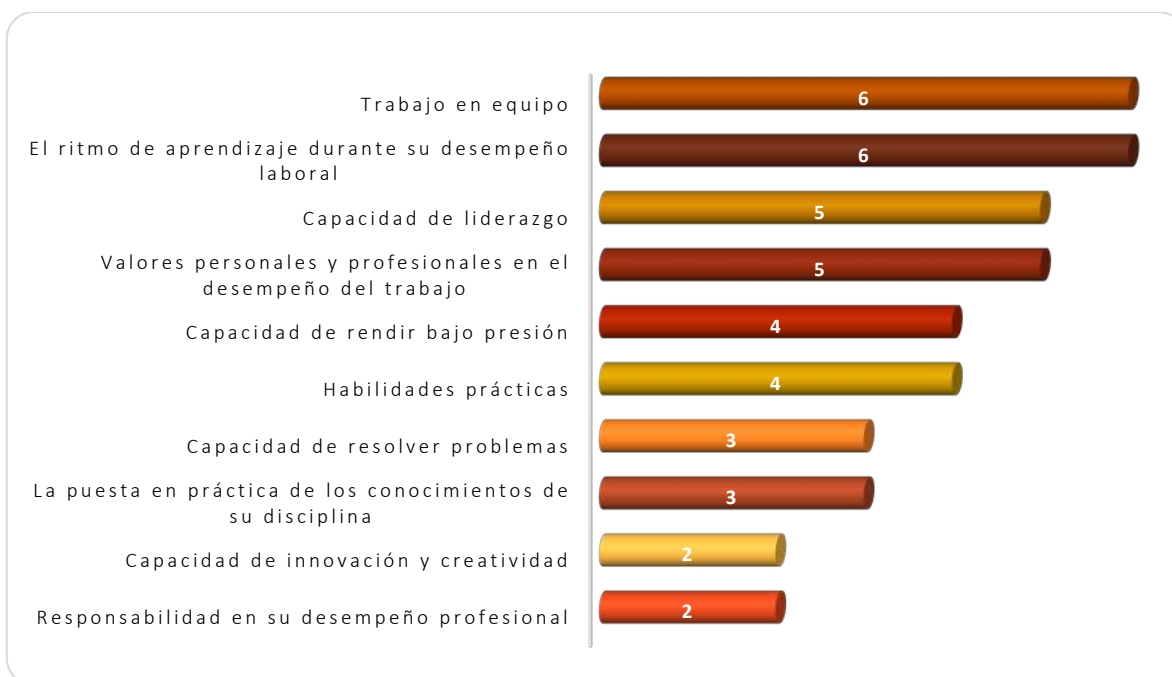
Tabla 3.1 Satisfacción con la formación de los egresados

El 100.0% de los empleadores manifestó encontrarse satisfecho y totalmente satisfecho con el desempeño laboral de los egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia, como se muestra en la Tabla 3.2.

Desempeño laboral	Frecuencia	Porcentaje
Satisfecho	6	54.5
Totalmente satisfecho	5	45.5
Total	11	100.0

Tabla 3.2 Satisfacción con el desempeño laboral de los egresados

En la Gráfica 3.1 se observan las capacidades mencionadas por los empleadores que son fundamentales para la contratación de los egresados de este Programa Educativo, destacando las siguientes: trabajo en equipo y el ritmo de aprendizaje durante su desempeño laboral mencionado por 6 empleadores respectivamente. 5 indicaron la capacidad de liderazgo y los valores personales y profesionales en el desempeño del trabajo. Otras capacidades consideradas por los empleadores fueron: la capacidad de rendir bajo presión, las habilidades prácticas, la capacidad de resolver problemas, la puesta en práctica de los conocimientos de su disciplina, la capacidad de innovación y la responsabilidad en su desempeño profesional, como se muestra en la Gráfica 3.1.



Gráfica 3.1 Aspectos más importantes que poseen los egresados de esta licenciatura, considerados por los empleadores

3.2 Prestigio de la UAEH

Para la UAEH es de vital importancia conocer la opinión de los empleadores respecto al prestigio de la institución. El 100.0% lo calificó como excelente y bueno, ver Tabla 3.3.

Prestigio	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	7	63.6
Excelente	4	36.4
Total	11	100.0

Tabla 3.3 Frecuencias y porcentaje respecto al 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 el tipo de formación específica que requieren como empresa/institución en apoyo a la labor productiva que desempeñan, el resultado se observa en la Tabla 3.4.

Formación	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	4	36.3
Administración, Diseño, Mercadotecnia y Contabilidad	1	9.1
Animación Digital	1	9.1
Animación y Efectos Visuales	1	9.1
Licenciatura en Negocios	1	9.1
Medios Digitales, Museografía, Diseño Editorial, Tecnologías Web y Community Manager	1	9.1
Oferta todas las carreras que requiero	1	9.1
Periodismo, Diseño Digital, Ingeniería de Software	1	9.1
Total	11	100.0

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

Finalmente se muestran algunas sugerencias aportadas por los empleadores para mejorar la preparación de los egresados de este Programa Educativo, ver Tabla 3.5.

Sugerencias	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	5	50.0
Enfocarse en principios y valores debido a que es uno de los principales atributos que vemos en ellos ya que solo trabajamos con clientes, socios y colaboradores alineados a los principios y valores de nuestra empresa. Idioma ingles desde inicio de su plan de estudios debido a que, toda la bibliografía actualizada se encuentar en ingles, en español es muy superficial y se necesita que sean muy profundos en sus investigaciones. Formarlos para que sean autodidactas ya que en la industria en que estamos tiene una ventaja quien tiene movilidad con temas de actualidad y eso sólo se da si los colaboradores tienen metodologías para investigar y siendo autodidactas. Explicarles la función social que tendrán como profesionistas y su rol en las organizaciones con modelos de organigramas debido a que están desubicados desde el no entender en que industria se encuentran ni que rol realizaran además del objetivo que se espera de ellos en la organización.	1	9.1

Sugerencias	Frecuencia	Porcentaje
Trabajar diferentes modelos mentales para que tengan herramientas		
Dominio de un segundo idioma, que se fogueen en empresas privadas para que vean como es el trabajo por resultados, disminuir las actitudes burocráticas	1	9.1
Exigir mayor práctica y responsabilidad	1	9.1
Prácticas de campo	1	9.1
Contar con buena experiencia mediante sus prácticas y servicio social, muy importante las certificaciones	1	9.1
Mayor comunicación, dispuestos a aprender y aportar de sus conocimientos	1	9.1
Total	11	100.0

Tabla 3.5 Sugerencias para mejorar la preparación de nuestros futuros profesionistas

4. CONCLUSIONES GENERALES

El estudio para determinar la percepción y evaluación de los egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia que se imparte en el Instituto de Ciencias Económico Administrativas (ICEA) en opinión de sus empleadores, proporcionó los indicadores más relevantes que prevalecen durante el proceso de selección y contratación, la preparación académica, las fortalezas y debilidades manifestadas en el ambiente laboral. Los resultados son notables debido a que permiten identificar la pertinencia y la coherencia entre la formación académica y las necesidades que existen en el ambiente laboral desde la perspectiva de los empleadores.

1. 45.5% de los egresados son contratados para ocupar puestos de mandos medios y 36.4% como operativos.
2. El principal medio de reclutamiento utilizado por los empleadores y/o responsables de recursos humanos para el proceso de contratación de los egresados es a través de Internet.
3. El resultado de la entrevista y los valores mostrados por los egresados son los principales aspectos considerados por los empleadores como requisito para la contratación de los egresados de este Programa Educativo.
4. La poca práctica profesional y la falta de conocimientos específicos son las áreas de oportunidad más importantes que presentan los egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia.
5. El trabajo en equipo, la capacidad de innovación y creatividad y las habilidades prácticas, son las principales competencias referidas por los empleadores como requisito para la contratación de los egresados.
6. Finalmente, para el 100.0% de los empleadores encuestados, la formación de los egresados de este programa educativo es considerada como buena y excelente.