



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)**

Junio de 2025

AUTOR:

Dr. José Antonio Pérez Enzastiga

COAUTOR

Mtra. Norma Areli Zuñiga Espinoza

APOYO TÉCNICO:

Lic. Víctor Samperio Márquez

©Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

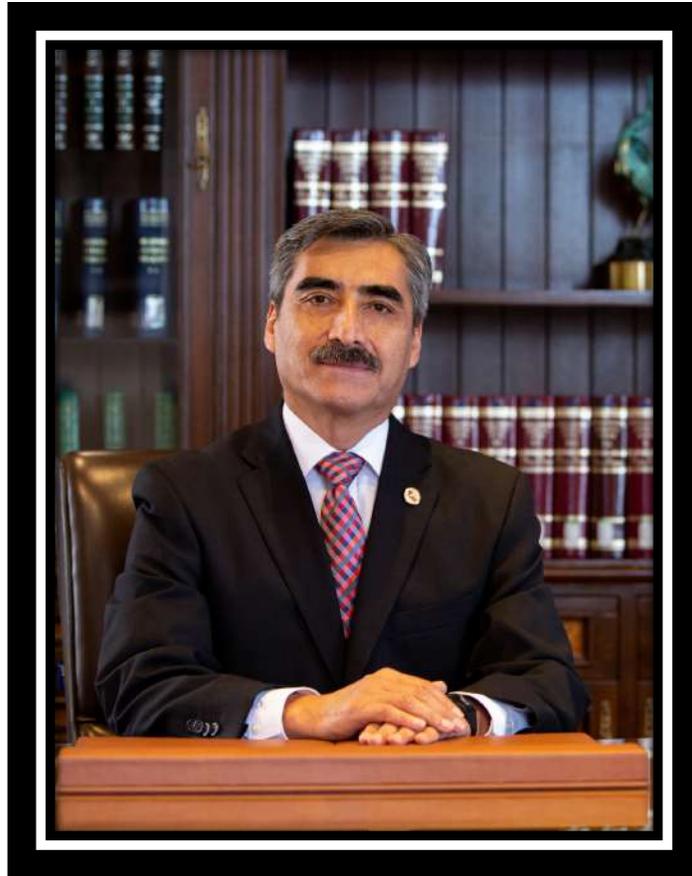
Abasolo 600, Col. Centro, Pachuca, Hgo. México. CP. 42000

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

Mtro. Julio César Leines Medécigo
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, 2025.*

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	8
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 Importancia de la acreditación externa en la contratación de egresados.....	13
2.4 Principales debilidades de los egresados para la contratación	13
3. GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES	14
3.1 Satisfacción general de los empleadores con los egresados de la UAEH	14
3.2 Capacidades fundamentales para la contratación de los egresados.....	15
3.3 Prestigio de la UAEH	16
3.4 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 y la Coordinación del Programa Educativo 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 2022 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 en 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 8 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 este programa educativo.

1.1 Tipo y tamaño de las empresas o instituciones encuestadas

De acuerdo con los resultados que se presentan en la Tabla 1.1. La totalidad de los empleadores pertenecen al sector privado, evidenciando que los egresados de este programa educativo encuentran oportunidades laborales principalmente en empresas privadas. Estos resultados permiten enfocar futuras estrategias de vinculación y desarrollo curricular hacia las necesidades específicas del sector privado, optimizando la empleabilidad de los egresados.

Tipo de la empresa o Institución	Frecuencia	Porcentaje
Privado	8	100.0
Total	8	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 la proporción de egresados contratados por cada tipo de empresa: el 37.5% se incorporan en empresas grandes, 25% lo hacen en empresas medianas y pequeñas respectivamente y solo el 12.5% lo hacen en microempresas. Estos resultados reflejan que los egresados tienden a integrarse principalmente en empresas de tamaño intermedio o grande, lo cual sugiere una preferencia por estructuras organizacionales con recursos más consolidados y oportunidades de formación profesional más robustas.

Tipo de la empresa o Institución	Frecuencia	Porcentaje
Grande	3	37.5
Pequeña	2	25.0
Mediana	2	25.0
Micro	1	12.5
Total	8	100.0

Tabla 1.2 Frecuencia y porcentaje de las empresas encuestadas por tamaño

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

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 62.5% de los empleadores es muy importante la institución de egreso, mientras que para el 25% es medianamente importante, estos resultados indican que la procedencia académica representa un componente significativo en los procesos de evaluación profesional y su idoneidad en el puesto de trabajo.

Factor	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	5	62.5
Medianamente importante	2	25.0
Poco importante	1	12.5
Total	8	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 8 empresas encuestadas se identificó un total de 69 trabajadores egresados de la UAEH, ver Tabla 1.4.

Número de empleados	Número de Empresas	Número total de empleados
1	2	2
3	2	6
6	1	6
10	1	10
20	1	20
25	1	25
Total	8	69

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 todas las universidades	3	37.5
No tenemos egresados de otra institución solo de la UAEH	1	12.5
Universidad Tecnológica de Durango (UTD)	1	12.5
Universidades de otros estados	1	12.5
Universidades Públicas y Privadas	1	12.5
No contestó	1	12.5
Total	8	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 este programa educativo.

IES	Frecuencia	Porcentaje
Sólo contamos con mercadólogos egresados de la UAEH	5	62.5
Depende del alumno	1	12.5
Depende de la licenciatura	1	12.5
Todos son similares	1	12.5
Total	8	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 el nivel jerárquico que ocupan actualmente los egresados en el ámbito laboral, observándose una clara tendencia de inserción en niveles intermedios de responsabilidad, debido a que 75% de los egresados son contratados para ocupar puestos de mandos medios y el 25% son contratados para ocupar puestos de mandos altos.

Áreas de desempeño	Frecuencia	Porcentaje
Mandos medios	6	75.0
Mandos altos	2	25.0
Total	8	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 ocho empleadores encuestados solo uno mencionó haber tenido estudiantes de la UAEH realizando su servicio social, ver Tabla 1.8.

Servicio social	Frecuencia	Porcentaje
No	7	87.5
Sí	1	12.5
Total	8	100.0

Tabla 1.8 Recibió estudiantes para servicio social

En lo que respecta a las prácticas profesionales dos de los ocho empleadores señalaron haber contado con estudiantes realizando prácticas profesionales. Los resultados obtenidos indican una baja participación de los empleadores en la formación práctica de los estudiantes, traduciéndose en un indicador poco aprovechado para la vinculación entre la institución y el sector empresarial, ver Tabla 1.9.

Prácticas profesionales	Frecuencia	Porcentaje
No	6	75.0
Sí	2	25.0
Total	8	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, 62.5% de los empleadores respondió afirmativamente, reflejando no solo la pertinencia de la formación académica recibida, así como la capacidad de los futuros profesionistas para integrarse de manera efectiva al entorno laboral, constituyéndose en un indicador positivo sobre la calidad de la licenciatura en Mercadotecnia y su alineación con las demandas del mercado laboral, ver Tabla 1.10.

Contratar egresados	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	62.5
No	3	37.5
Total	8	100.0

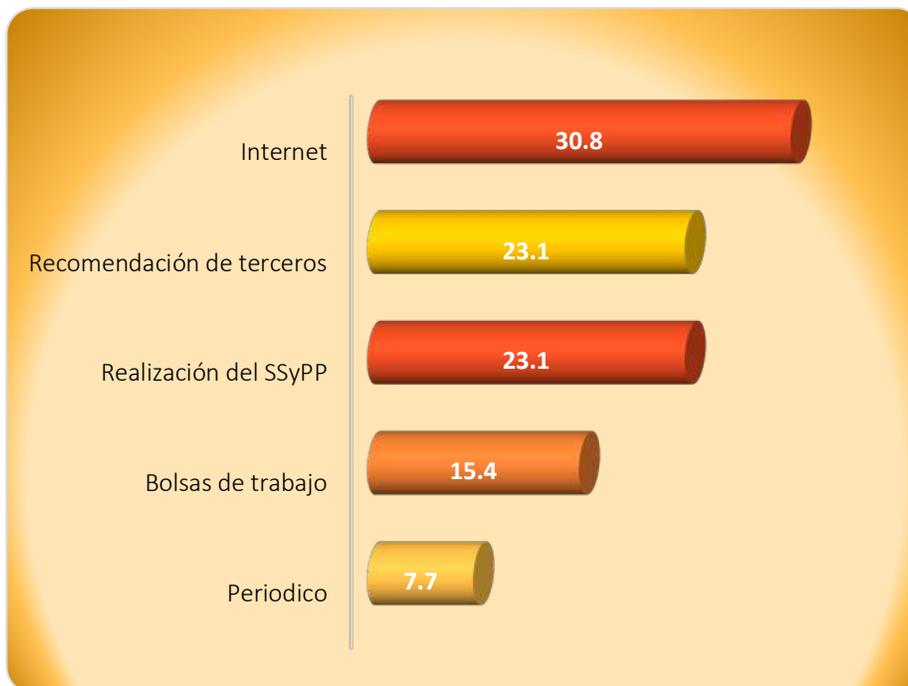
Tabla 1.10 Porcentaje de empleadores que contratarían egresados de la UAEH

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

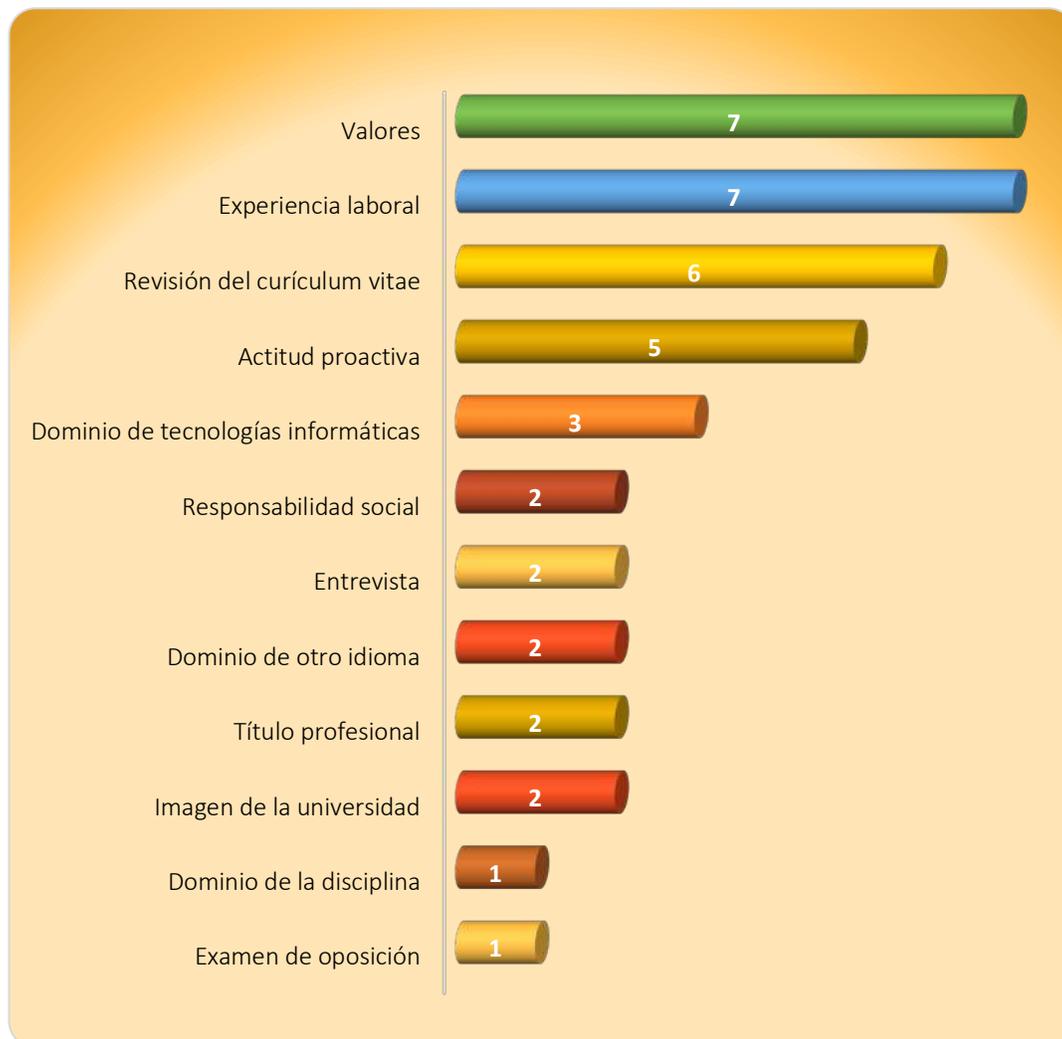
En la Gráfica 2.1 se aprecia que Internet es el principal medio de reclutamiento de los egresados en la licenciatura de Mercadotecnia, de acuerdo con el 30.8% de los empleadores encuestados. Esto evidencia que las redes sociales y plataformas digitales mantienen su relevancia en los procesos de contratación. En segundo lugar, el 23.1% de los empleadores indicaron que se apoyan en la recomendación de terceros, así como en la realización del servicio social y las prácticas profesionales, subrayando el valor estratégico de estas experiencias previas como medios de inserción laboral: permitiendo evaluar competencias y desempeño directamente antes de concretar la contratación. El 15.4% utiliza las bolsas de trabajo, mientras que únicamente el 7.7% recurre al periódico como mecanismo de reclutamiento.



Gráfica 2.1 Medios de reclutamiento más utilizados por los empleadores

2.2 Requisitos para la contratación de profesionistas

Los criterios de contratación identificados entre los ocho empleadores encuestados se muestran en la Gráfica 2.2. observándose que siete de los ocho empleadores consideran principalmente los valores personales y la experiencia laboral previa. Seis mencionan la revisión del currículum vitae como factor decisivo. Cinco destacan la actitud proactiva de los egresados. Otros aspectos relevantes, aunque con menor frecuencia, incluyen el dominio de tecnologías de la información, la responsabilidad social, los resultados de la entrevista, el dominio de un segundo idioma, la obtención del título profesional y la imagen de la universidad. Un empleador diferenció adicionalmente el dominio específico de la disciplina y el resultado del examen de oposición como requisitos para la contratación.



Gráfica 2.2 Requisitos más importantes para determinar la contratación

2.3 Importancia de la acreditación externa en la contratación de egresados

La acreditación externa es percibida como un indicador de que el programa educativo cumple con estándares reconocidos en cuanto a contenido, infraestructura, planta docente, y demás procesos formativos, En este sentido, contar con una certificación genera confianza respecto a la formación y preparación del egresado, los resultados se observan en la Tabla 2.1.

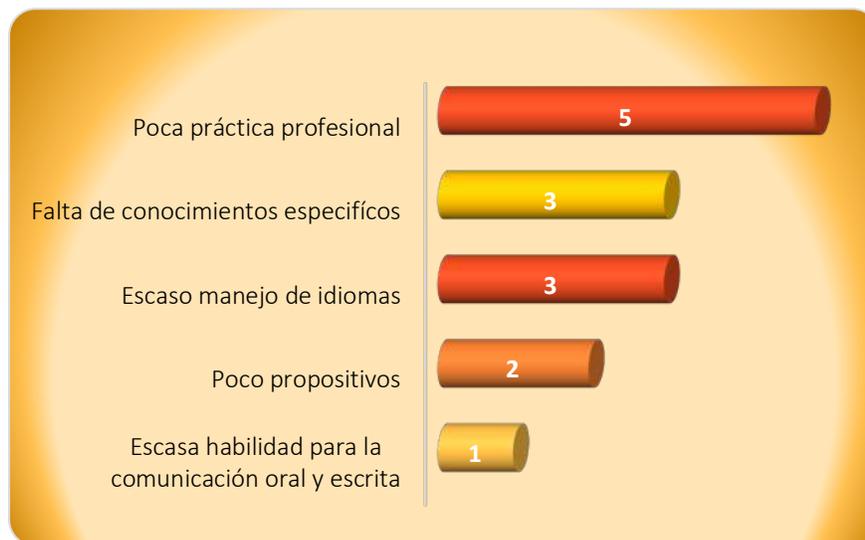
Importancia de la acreditación externa	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	4	50.0
Regular	2	25.0
Poco	1	12.5
Nada	1	12.5
Total	8	100.0

Gráfica 2.1 Importancia de programas educativos evaluados o acreditados

2.4 Principales debilidades de los egresados para la contratación

En este apartado se analiza las debilidades que determinan la no contratación de los egresados del programa educativo.

Los empleadores identificaron diversas áreas de mejora en el desempeño de los egresados. En concreto, cinco destacaron la escasa práctica profesional; tres señalaron carencias en conocimientos específicos y en el manejo de idiomas. Además, otros manifestaron deficiencias en la comunicación oral y escrita, y señalaron una falta de proactividad, 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 87.5% de los empleadores encuestados, la formación de los egresados de esta licenciatura es considerada como buena y excelente. Esta valoración representa un indicador relevante de la calidad educativa del programa en opinión de quienes contratan o supervisan a los egresados ofreciendo una perspectiva externa que permite validar el impacto real del proceso formativo en contextos profesionales. Esta información fundamenta los procesos de mejora continua y asegura la pertinencia del plan de estudios con las demandas del sector laboral, ver Tabla 3.1.

Formación de los egresados	Frecuencia	Porcentaje
Buena	4	50.0
Excelente	3	37.5
Regular	1	12.5
Total	8	100.0

Tabla 3.1 Satisfacción con la formación de los egresados

La satisfacción por parte de los empleadores con los egresados es elevada debido a que el 87.5% manifestó encontrarse totalmente satisfechos y satisfechos como se muestra en la Tabla 3.2.

Desempeño laboral	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente satisfecho	4	50.0
Satisfecho	3	37.5
Insatisfecho	1	12.5
Total	8	100.0

Tabla 3.2 Satisfacción con el desempeño laboral de los egresados

3.2 Capacidades fundamentales para la contratación de los egresados

En la gráfica 3.1 se presentan las capacidades que los empleadores consideran fundamentales para la contratación de egresados. Se observa que seis empleadores valoran prioritariamente la capacidad de resolver problemas. Asimismo, cinco destacan tres competencias equiparables: el dominio de programas computacionales, la habilidad para trabajar en equipo y las habilidades prácticas. Cuatro empleadores coinciden en la importancia de aplicar los conocimientos disciplinares. En un segundo nivel se identifican otras capacidades: responsabilidad profesional, ritmo de aprendizaje en el entorno laboral, valores personales y profesionales en el desempeño de su trabajo, la capacidad de rendir bajo presión, liderazgo, e innovación y creatividad. Además, un empleador menciona la competencia en otro idioma.



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

3.3 Prestigio de la UAEH

Para la universidad, resulta de vital importancia conocer la percepción que los empleadores tienen sobre el prestigio institucional, debido a que esta valoración influye directamente en la reputación académica y en la inserción laboral de sus egresados. En este sentido, los resultados obtenidos reflejan una apreciación favorable, debido a que el 100% lo calificó como excelente y bueno, evidenciando un sólido reconocimiento por parte de los empleadores, respaldando la calidad educativa que ofrece la institución, ver Tabla 3.3.

Prestigio	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	4	50.0
Bueno	4	50.0
Total	8	100.0

Tabla 3.3 Frecuencias y porcentaje respecto al prestigio de la UAEH

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

De forma general se preguntó a los empleadores 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
Ninguna debido a que tienen todas las carreras necesarias	3	37.5
Recursos Humanos	2	25.0
Ingenieros Químicos	1	12.5
Análisis de datos o ciencia de datos	1	12.5
Video y grabación	1	12.5
Total	8	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 orientadas a fortalecer su formación y desempeño en el entorno laboral, para mejorar la preparación de los egresados de esta licenciatura. Entre las recomendaciones destacadas, se señaló la necesidad de considerar las tendencias de consumo, enfocarse en E-Commerce y el Marketing Digital. También, se destacó la importancia de las herramientas de expresión oral y la educación financiera, así como en implementar mayores prácticas de campo. Estas sugerencias representan aportaciones clave para enriquecer el perfil de egreso y asegurar

una formación más sólida, integral y alineada con las exigencias del entorno profesional, ver Tabla 3.5.

Sugerencias para mejorar la preparación de los egresados	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	2	25.0
Todo está excelente	1	12.5
Ser más actualizados con las tendencias de consumo, enfocarse en E-Commerce y Marketing Digital	1	12.5
Herramientas de expresión oral y educación financiera	1	12.5
Más prácticas en campo	1	12.5
Más práctica profesional	1	12.5
Ninguna	1	12.5
Total	8	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. 75% de los egresados son contratados para ocupar puestos de mandos medios y 25% para ocupar puestos de mandos altos.
 2. El principal medio de reclutamiento utilizado por los empleadores y/o responsables de recursos humanos para el proceso de contratación de los egresados de este programa educativo es a través del Internet.
 3. Los valores y la experiencia laboral son las principales competencias referidas por los empleadores como requisito para la contratación de los egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia.
 4. 50% de los empleadores consideran fundamental que los programas educativos de licenciatura cuenten con una acreditación externa. Esta percepción responde a la necesidad de contar con profesionistas que hayan sido formados bajo criterios de calidad, pertinencia y actualización continua. En este sentido, la acreditación externa no solo representa un sello de garantía académica, sino también un elemento clave en la toma de decisiones de contratación y en la proyección profesional de los egresados.
 5. La poca práctica profesional es el área de oportunidad que presentan los egresados de este programa educativo y que se debe fortalecer en opinión de los empleadores.
 6. Para el 87.5% de los empleadores la formación de los egresados es considerada como buena y excelente.
 7. La capacidad de resolver problemas es el aspecto más importante que poseen los egresados de esta licenciatura.
 8. Finalmente, el 100% de los empleadores dijeron estar satisfechos y totalmente satisfechos con el desempeño laboral de los egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia.
-