

# INFORME SOBRE LA SITUACIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS POR LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



Facultad de Ciencias de la Comunicación

Curso 2015/16

**OBSERVATORIO DE EMPLEO**

SERVICIO DE EMPLEABILIDAD Y EMPRENDIMIENTO

---



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



Servicio Andaluz de Empleo  
CONSEJERÍA DE EMPLEO, EMPRESA Y COMERCIO



## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
METODOLOGÍA Y OBJETO DEL ESTUDIO .....	3

### *FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN: Grados y Primer y Segundo Ciclo*

1. Descripción del Colectivo .....	4
2. Situación laboral .....	5
a. Tasa de Inserción.....	6
b. Tasa de Paro.....	7
c. Porcentaje de Autoempleo .....	7
d. Situación Laboral Desconocida .....	8
3. Características del Primer Contrato.....	9
a. Media de días en encontrar trabajo.....	9
b. Movilidad Geográfica.....	10
c. Preparación del estudiante para el empleo .....	10
d. Calidad del Empleo .....	11
e. Características de la empresa contratante .....	12
4. Comparativa de los Principales Indicadores (4 años vista) .....	14

*FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN: Máster*

1. Descripción del Colectivo .....	16
2. Situación laboral .....	17
a. Tasa de Inserción .....	18
b. Tasa de Paro .....	18
c. Porcentaje de Autoempleo .....	19
d. Situación Laboral Desconocida .....	19
3. Características del Primer Contrato .....	20
a. Media de días en encontrar trabajo .....	20
b. Movilidad Geográfica .....	20
c. Preparación del estudiante para el empleo .....	21
d. Calidad del Empleo .....	21
e. Características de la empresa contratante .....	22
4. Comparativa de los Principales Indicadores (4 años vista) .....	22
 BIBLIOGRAFÍA .....	 24

## INTRODUCCIÓN

El Real Decreto 861/2010, de 2 de Julio, que modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de Octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales en España, recoge que los planes de estudios conducentes a la obtención de Títulos Oficiales serán verificados por el Consejo de Universidades, siendo la Agencia Nacional de evaluación de Calidad y Acreditación (ANECA) la encargada de evaluar los planes de estudio de acuerdo con los protocolos de verificación.

En cumplimiento de este protocolo, el Sistema de Calidad a de garantizar el control la revisión y mejora continua de los títulos. Esto incluye el análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida por parte de los egresados.

En este marco, la **Universidad de Málaga a través del Observatorio de Empleo** (parte integrante del Servicio de Empleabilidad y Emprendimiento), elabora anualmente informes que analizan la inserción laboral de sus egresados universitarios un año después de su egreso.

En el presente informe se analiza la situación laboral de los **egresados de la Universidad de Málaga pertenecientes a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, durante el curso 2015-2016.**

## METODOLOGÍA Y OBJETO DEL ESTUDIO

Para realizar el estudio, y en cumplimiento del convenio de colaboración entre el Servicio Andaluz de Empleo de la Junta de Andalucía y la Universidad de Málaga para la elaboración conjunta de un **Estudio de Inserción Laboral** de los jóvenes universitarios, el **Observatorio Argos** (Sistema de Prospección Permanente del Mercado de Trabajo de Andalucía) del Servicio Andaluz de Empleo, pone a disposición de la Universidad de Málaga anualmente una serie de datos y conclusiones resultantes del cruce administrativo de los registros proporcionados por la Universidad de Málaga y los registros administrativos del Servicio Andaluz de Empleo (SAE) que permiten conocer la **situación laboral, las características del primer contrato y el porcentaje de autoempleo de los egresados universitarios** de Grado, Primer y Segundo Ciclo y Posgrado (Máster y Doctorado), un año después de su egreso.

El objetivo del estudio es **proporcionar información sobre la inserción laboral y el desarrollo profesional de las personas tituladas por la Universidad de Málaga** que va a servir posteriormente para el proceso de verificación de los títulos ofertados.

## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN: Grado y Primer y Segundo Ciclo

### 1. Descripción del colectivo.

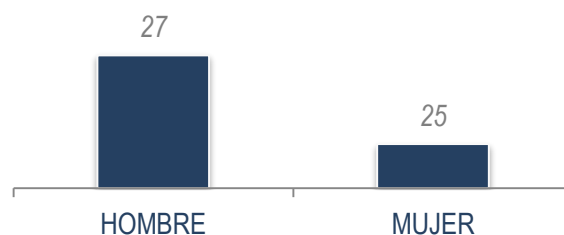
Durante el curso 2015-2016 y según los datos devueltos por del observatorio ARGOS, la **Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga tituló a un total de 304 estudiantes** de grado y de antiguas titulaciones, un 5,76% del total de los titulados por la Universidad para este nivel de estudio.

La titulación con un mayor porcentaje de egresados ha sido el Grado en Comunicación Audiovisual con un 33,55% del total.

TITULACIÓN	Hombre	Mujer	Total
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	5	5	10
LICENCIATURA EN PERIODISMO	5	8	13
LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	4	8	12
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	43	59	102
GRADO EN PERIODISMO	35	51	86
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	21	60	81
<b>TOTAL</b>	<b>113</b>	<b>191</b>	<b>304</b>

La edad con la que los titulados terminaron sus estudios oscila entre los 23 y los 70 años considerando como referencia la fecha fin de promoción a 30 de Septiembre de 2017. La media general es de **25 años**.

Edad Media a 30 Septiembre 2017



## 2. Situación Laboral

En virtud de los datos procedentes de los registros administrativos del Servicio Andaluz de Empleo, **conocemos la situación laboral del 96,71% de los titulados de grado y primer y segundo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación** a fecha de 30 de Septiembre de 2017, un año después de su egreso.

El **48,03%** del total de egresados de la facultad se encuentran **trabajando**.

La titulación con un mayor porcentaje de estudiantes trabajando es la Licenciatura en Comunicación Audiovisual (80%).

Clasificando a los titulados por sexo el porcentaje de mujeres que se encuentran trabajando, el 49,74%, es superior al de hombres, el 45,13%.

A continuación se detallan para cada una de las titulaciones de la Facultad.

GENERAL								
TITULACIÓN	Trabajando		Demandado empleo		Sin trabajar ni demandar empleo		Desconocida	
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	8	80,00%	1	10,00%	1	10,00%	0	0,00%
LICENCIATURA EN PERIODISMO	8	61,54%	1	7,69%	4	30,77%	0	0,00%
LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	9	75,00%	1	8,33%	2	16,67%	0	0,00%
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	33	32,35%	15	14,71%	50	49,02%	4	3,92%
GRADO EN PERIODISMO	42	48,84%	17	19,77%	25	29,07%	2	2,33%
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	46	56,79%	5	6,17%	26	32,10%	4	4,94%
<b>TOTAL</b>	<b>146</b>	<b>48,03%</b>	<b>40</b>	<b>13,16%</b>	<b>108</b>	<b>35,53%</b>	<b>10</b>	<b>3,29%</b>

HOMBRES								
TITULACIÓN	Trabajando		Demandado empleo		Sin trabajar ni demandar empleo		Desconocida	
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	3	60,00%	1	20,00%	1	20,00%	0	0,00%
LICENCIATURA EN PERIODISMO	2	40,00%	1	20,00%	2	40,00%	0	0,00%



LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	2	50,00%	1	25,00%	1	25,00%	0	0,00%
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	12	27,91%	6	13,95%	23	53,49%	2	4,65%
GRADO EN PERIODISMO	17	48,57%	5	14,29%	12	34,29%	1	2,86%
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	15	71,43%	1	4,76%	5	23,81%	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>45,13%</b>	<b>15</b>	<b>13,27%</b>	<b>44</b>	<b>38,94%</b>	<b>3</b>	<b>2,65%</b>

MUJERES								
TITULACIÓN	Trabajando		Demandado empleo		Sin trabajar ni demandar empleo		Desconocida	
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	5	100,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
LICENCIATURA EN PERIODISMO	6	75,00%	0	0,00%	2	25,00%	0	0,00%
LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	7	87,50%	0	0,00%	1	12,50%	0	0,00%
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	21	35,59%	9	15,25%	27	45,76%	2	3,39%
GRADO EN PERIODISMO	25	49,02%	12	23,53%	13	25,49%	1	1,96%
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	31	51,67%	4	6,67%	21	35,00%	4	6,67%
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>49,74%</b>	<b>25</b>	<b>13,09%</b>	<b>64</b>	<b>33,51%</b>	<b>7</b>	<b>3,67%</b>

### a. Tasa de Inserción

El **49,66%** de los egresados cuya situación laboral es conocida se encuentran a fecha de 30 de Septiembre de 2017 **trabajando**.

Las conclusiones por titulación son similares a las observadas en el apartado anterior, la titulación con una mayor tasa de inserción es la Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

TITULACIÓN	TASA DE INSERCIÓN		
	Hombre	Mujer	Total
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	60,00%	100%	80,00%
LICENCIATURA EN PERIODISMO	40,00%	75,00%	61,54%



LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	50,00%	87,50%	75,00%
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	29,27%	36,84%	33,67%
GRADO EN PERIODISMO	50,00%	50,00%	50,00%
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	71,43%	55,36%	59,74%
<b>TOTAL</b>	<b>46,36%</b>	<b>51,63%</b>	<b>49,66%</b>

### b. Tasa de Paro

El **13,61%** de los titulados para los que se conoce su situación laboral a fecha de 30 de Septiembre de 2017 se encuentran **demandando empleo**.

La Licenciatura en Periodismo presenta una tasa de demanda de empleo inexistente, siendo el Grado en Periodismo la titulación con mayor porcentaje de demanda de empleo, el 17,44%.

TITULACIÓN	TASA DE PARO*		
	Hombre	Mujer	Total
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	20,00%	0%	10,00%
LICENCIATURA EN PERIODISMO	0%	0%	0%
LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	25,00%	0%	8,33%
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	6,98%	11,86%	9,80%
GRADO EN PERIODISMO	11,43%	21,57%	17,44%
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	4,76%	5,00%	4,94%
<b>TOTAL</b>	<b>13,64%</b>	<b>13,59%</b>	<b>13,61%</b>

*\*Las tasas de paro por titulación las proporciona directamente el Observatorio Argos del Servicio Andaluz de empleo y los totales han sido calculados considerando la proporción de egresados que están demandando empleo sobre el total para el que se conoce su situación laboral.*

### c. Porcentaje de Autoempleo

De los 146 titulados que se encuentran trabajando a 30 de septiembre de 2017 el **4,11% son autónomos**. Con respecto a lo observado en la promoción anterior, este porcentaje ha disminuido (fue del 5,48%).





TITULACIÓN	AUTOEMPLEO					
	Hombre		Mujer		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	3	25%	0	0%	3	9,09%
GRADO EN PERIODISMO	0	0%	2	8%	2	4,76%
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	1	6,67%	0	0%	1	2,17%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>7,84%</b>	<b>2</b>	<b>2,11%</b>	<b>6</b>	<b>4,11%</b>

\*Porcentajes calculados sobre la población que se encuentra trabajando a 30 de septiembre de 2017 para cada estudio y perfil.

#### d. Situación Laboral Desconocida

Según los datos, el 38,82% de los egresados pertenecientes a esta facultad presentan una situación laboral desconocida ya que, o bien no se encuentran registrados en el servicio público de empleo, o lo están pero no demandan empleo y tampoco trabajan. Al ser estudiantes universitarios se planteó la teoría de que quizá habrían seguido mejorando su formación académica y de ser así su perfil profesional de cara a los organismos públicos se correspondería con el citado.

Para disipar la duda, se han cruzado los datos correspondientes con los registros administrativos de la Universidad de Málaga para comprobar si alguno de los egresados con situación laboral desconocida o sin demandar empleo ni trabajar se encontraba estudiando durante los cursos 2017/18 y/o 2016/17 y se ha llegado a la siguiente conclusión:

ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN DESCONOCIDA					
	Sin trabajar ni demandar empleo	Situación laboral desconocida	Situación Desconocida (Suma de las dos anteriores)	Estudiantes (Durante los cursos 2016/17 2017/18)	Porcentaje de Estudiantes (Estudiantes / Sit. Lab. Inc.)
MUJERES	64	7	71	13	18,31%
HOMBRES	44	3	47	6	12,77%
TOTAL	108	10	118	19	16,10%

Con lo cual el **16,10%** de los egresados no tiene un perfil laboral definido aún por encontrarse nuevamente **realizando estudios universitarios**. Por sexo el porcentaje de mujeres que ha seguido mejorando su formación académica, 18,31%, es superior al de las hombres, 12,77%.

No obstante ha de considerarse que el cruce administrativo se ha hecho con los estudiantes de títulos oficiales impartidos por la Universidad de Málaga, parte de la población que queda por explicar podría encontrarse estudiando en otros centros ajenos a ella o en títulos propios de la misma.

### 3. Características del Primer Contrato

#### a. Media de días en encontrar trabajo

El número medio de días que los titulados han tardado en encontrar su primer empleo contados desde el 1 de octubre de 2016 ha sido de **169 días**.

La Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas ha sido la titulación en la que menos días han tardado los egresados en encontrar su primer empleo, 90 días.

TITULACIÓN	Promedio de Días en encontrar el 1º empleo		
	Hombre	Mujer	Total
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	295	60	217
LICENCIATURA EN PERIODISMO	350	214	248
LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	79	95	90
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	182	138	155
GRADO EN PERIODISMO	183	181	182
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	202	165	174
<b>TOTAL</b>	<b>190</b>	<b>158</b>	<b>169</b>

## b. Movilidad Geográfica

Para conocer si existe o no movilidad laboral en la población estudiada se ha comparado el municipio del domicilio del titulado con el de su centro de trabajo y en aquellos casos en los que ambos municipios no coinciden se ha considerado que existe movilidad.

El **52,78%** de los contratos realizados implican que el egresado tenga que desplazarse a otro municipio distinto al suyo para desempeñar el empleo.

La titulación con menor porcentaje de movilidad geográfica ha sido la Licenciatura en Comunicación Audiovisual con un 33,33% de contratos que la implican.

TITULACIÓN	Porcentaje de empleos que implican movilidad		
	Hombre	Mujer	General
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	50,00%	0%	33,33%
LICENCIATURA EN PERIODISMO	100%	66,67%	75,00%
LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	50,00%	100%	83,33%
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	52,38%	58,06%	55,77%
GRADO EN PERIODISMO	46,15%	61,54%	56,41%
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	50,00%	36,67%	40,00%
<b>TOTAL</b>	<b>51,02%</b>	<b>53,68%</b>	<b>52,78%</b>

## c. Preparación del estudiante para el empleo

La Seguridad Social clasifica las distintas categorías profesionales en 11 grupos de cotización, de ellos, los 3 primeros corresponden a ocupaciones para las que se requiere una titulación universitaria. Para considerar si el estudiante se encuentra o no desempeñando un trabajo para el que está adecuadamente cualificado, se ha considerado que lo está si su grupo de cotización se corresponde con alguno de los tres primeros a fecha de 30 de Septiembre de 2017.

En general, el **84,72%** de los contratos realizados exigen un nivel académico inferior al universitario, con lo cual la tasa de **sobrecualificación** asciende a ese mismo porcentaje.

La titulación en la que mayor proporción de egresados se encuentran desarrollando un empleo para el que están sobrecualificados es el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas con un 87,50% de los contratados.

Por otro lado, la titulación con un mayor porcentaje de personas ocupadas en un **empleo acorde con su nivel académico es la Licenciatura en Comunicación Audiovisual** donde el 66,67% lo están.

TITULACIÓN	Nº titulados contratados	Nº Titulados Sobre-cualificados	Tasa de Sobre-cualificación
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	3	1	33,33%
LICENCIATURA EN PERIODISMO	4	2	50,00%
LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	6	5	83,33%
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	52	45	86,54%
GRADO EN PERIODISMO	39	34	87,18%
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	40	35	87,50%
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>122</b>	<b>84,72%</b>

#### d. Calidad del Empleo

El **93,06%** de los contratos registrados han sido **temporales**.

La titulación en la que menos temporalidad se observa es la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas, donde el 50% de los contratos son indefinidos.

El **59,72%** de los contratos han sido **a tiempo parcial**.

El Grado en Periodismo es en el que mayor porcentaje de parcialidad hay, 64,10%. La totalidad de los contratos realizados a egresados de la Licenciatura en Periodismo han sido a tiempo completo.

Por sexos, la parcialidad es mayor en hombres, el 61,22%, que en mujeres, el 58,95%.

En las tablas que se presentan a continuación se recogen los porcentajes de contratos temporales y a tiempo parcial según la información proporcionada por el Servicio Andaluz de Empleo.

TITULACIÓN	Tasa de Temporalidad		
	Hombre	Mujer	General
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	100%	100%	100%
LICENCIATURA EN PERIODISMO	100%	100%	100%
LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	50,00%	50,00%	50,00%

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	100%	96,77%	98,08%
GRADO EN PERIODISMO	92,31%	84,62%	87,18%
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	90,00%	100%	97,50%
<b>TOTAL</b>	<b>93,88%</b>	<b>92,63%</b>	<b>93,06%</b>

TITULACIÓN	Tasa de Parcialidad		
	Hombre	Mujer	General
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	50,00%	0%	33,33%
LICENCIATURA EN PERIODISMO	0%	0%	0%
LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	50,00%	50,00%	50,00%
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	57,14%	64,52%	61,54%
GRADO EN PERIODISMO	69,23%	61,54%	64,10%
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	70,00%	60,00%	62,50%
<b>TOTAL</b>	<b>61,22%</b>	<b>58,95%</b>	<b>59,72%</b>

### e. Características de la empresa contratante

Con el objetivo de conocer el tipo de empresa en la que los egresados universitarios de la facultad estudiada estaban realizando sus tareas a fecha de 30 de Septiembre de 2017, se han **clasificado las empresas que les han realizado su primer contrato de trabajo en función de su CNAE y por sector de actividad**.

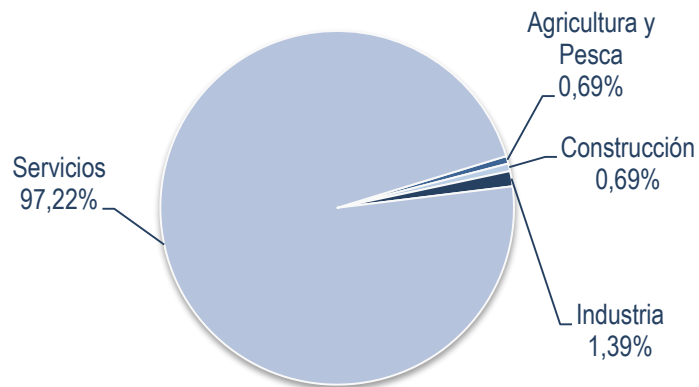
Por sector de actividad, el **97,22%** de los contratos se han realizado en el **sector servicios**, los sectores de la construcción y de la agricultura y la pesca son en los que menos contratos se han realizado, un 0,69% en cada uno de ellos.

Por sección de la actividad económica, en la que **mayor porcentaje de contratos se han realizado ha sido en comercio al por mayor y al por menor**, un 28,87%.

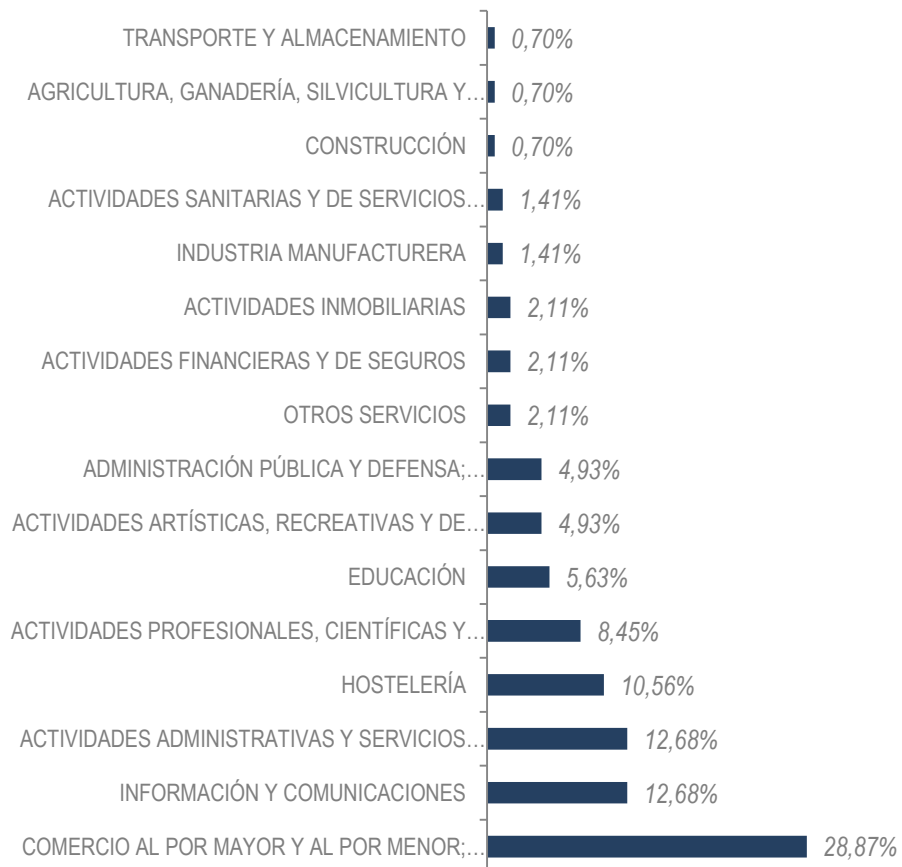
Por su parte, las secciones de actividad en las que menor porcentaje de egresados se encuentran contratados son en transporte y almacenamiento, construcción, agricultura, silvicultura, ganadería y pesca.

Por tamaño, el **40,28%** de las empresas que han realizado los contratos son empresas de menos de 10 trabajadores, **microempresas**. Las empresas de más de 250 trabajadores, grandes empresas, son las que menos contratos han realizado, el 14,58%.

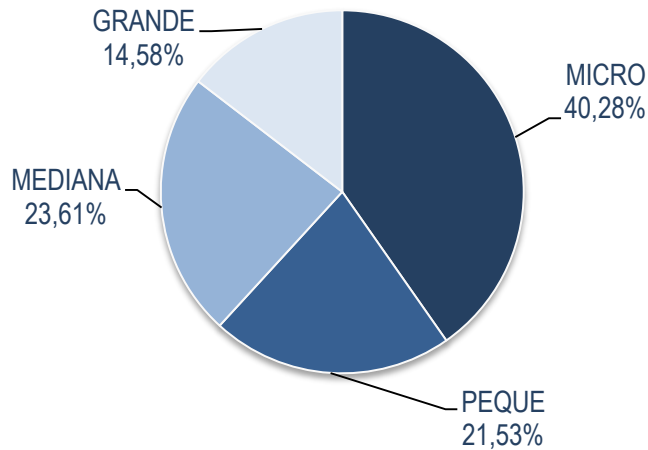
## Sector Principal de la Actividad



## Sección de la Actividad



### Tamaño de la Empresa



#### 4. Comparativa de los Principales Indicadores (4 años vista)

A continuación se muestra la **evolución de los principales indicadores** de la situación laboral de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

La **tasa de inserción ha ido aumentando a lo largo de los cuatro últimos años** existiendo una diferencia entre el primer y el último año observado de 9,59 puntos porcentuales.

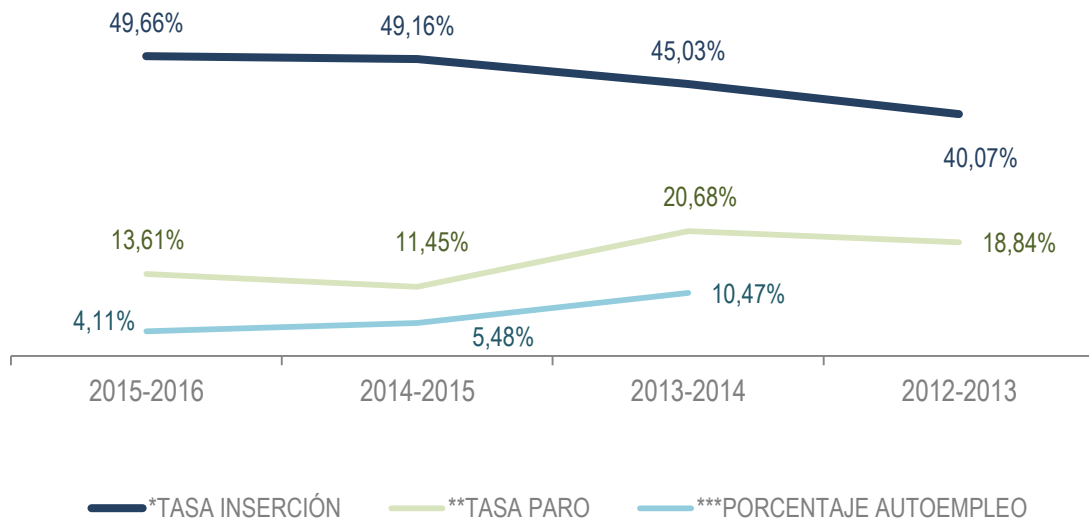
La **tasa de paro ha variado**, se produjo un incremento entre los egresados de los cursos 2012-13 y 2013-14, posteriormente disminuyó para volver a incrementar sin llegar al nivel observado cuatro años atrás.

En cuanto al **porcentaje de autoempleo**, ha disminuido desde el 10,47% observado tres años atrás hasta el 4,11% para la promoción estudiada, esta reducción queda justificada por el reciente periodo de crisis económica, ya que durante los años de recesión y ante la dificultad de encontrar un empleo, los egresados optan por el autoempleo, poco a poco y con la salida de esta coyuntura la proporción de emprendedores tiende a disminuir.

CURSO	2015-2016	2014-2015	2013-2014	2012-2013
Nº EGRESADOS	304	310	401	320
*TASA INSERCIÓN	49,66%	49,16%	45,03%	40,07%
**TASA PARO	13,61%	11,45%	20,68%	18,84%
***PORCENTAJE AUTOEMPLEO	4,11%	5,48%	10,47%	-



## Evolución de los Principales Indicadores



\*Tasa Inserción =  $\text{N}^\circ \text{ Ocupados} / \text{N}^\circ \text{ Egresados con Situación Laboral Conocida}$

\*\*Tasa Paro =  $\text{N}^\circ \text{ Demandantes de Empleo} / \text{N}^\circ \text{ Egresados con Situación Laboral Conocida}$

\*\*\*Porcentaje de Autoempleo =  $\text{N}^\circ \text{ Autoempleos} / \text{N}^\circ \text{ Egresados Ocupados}$



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN: Máster

### 1. Descripción del colectivo.

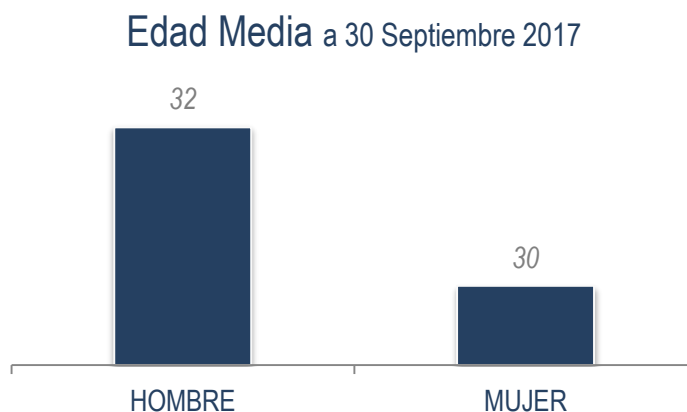
Durante el curso 2015-2016 y según los datos devueltos por el observatorio ARGOS, la **Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga tituló a un total de 22 estudiantes de máster**, un 1,40% del total de los titulados por la Universidad para este nivel de estudios.

El máster con un mayor porcentaje de egresados ha sido el de Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación con un 77,27% del total.

TITULACIÓN	Hombre	Mujer	Total
MÁSTER EN GESTIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	6	11	17
MÁSTER EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA	5	0	5
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>22</b>

La edad con la que los titulados terminaron sus estudios oscila entre los 22 y los 54 años considerando como referencia la fecha fin de promoción a 30 de Septiembre de 2017. La media general es de **31 años**.

Las mujeres presentan una media de 30 años, inferior a la de los hombres con una media de 32 años.





## 2. Situación Laboral

En base a los datos procedentes de los registros administrativos del Servicio Andaluz de Empleo, **conocemos la situación laboral del 63,64% de los titulados del máster de la Facultad de Ciencias de la Comunicación** a fecha de 30 de Septiembre de 2017, un año después de su egreso.

El **45,46%** de los titulados están **trabajando** un año después de su egreso.

A continuación se detallan para cada una de las titulaciones de la Facultad.

GENERAL								
TITULACIÓN	Trabajando		Demandado empleo		Sin trabajar ni demandar empleo		Desconocida	
MÁSTER EN GESTIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	9	52,94%	1	5,88%	1	5,88%	6	35,29%
MÁSTER EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA	1	20,00%	1	20,00%	1	20,00%	2	40,00%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>45,46%</b>	<b>2</b>	<b>9,09%</b>	<b>2</b>	<b>9,09%</b>	<b>8</b>	<b>36,36%</b>

HOMBRES								
TITULACIÓN	Trabajando		Demandado empleo		Sin trabajar ni demandar empleo		Desconocida	
MÁSTER EN GESTIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	3	50,00%	0	0,00%	1	16,67%	2	33,33%
MÁSTER EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA	1	20,00%	1	20,00%	1	20,00%	2	40,00%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>36,36%</b>	<b>1</b>	<b>9,09%</b>	<b>2</b>	<b>18,18%</b>	<b>4</b>	<b>36,36%</b>

MUJERES								
TITULACIÓN	Trabajando		Demandado empleo		Sin trabajar ni demandar empleo		Desconocida	
MÁSTER EN GESTIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	6	54,55%	1	9,09%	0	0,00%	4	36,36%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>54,55%</b>	<b>1</b>	<b>9,09%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>4</b>	<b>36,36%</b>



### a. Tasa de Inserción

El **71,43%** de los egresados de máster cuya situación laboral es conocida se encuentran a fecha de 30 de Septiembre de 2017 **trabajando**.

El porcentaje de mujeres trabajando, el 85,71% es superior al de hombres, el 57,14%.

TITULACIÓN	TASA DE INSERCIÓN		
	Hombre	Mujer	Total
MÁSTER EN GESTIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	75,00%	85,71%	81,82%
MÁSTER EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA	33,33%	-	33,33%
<b>TOTAL</b>	<b>57,14%</b>	<b>85,71%</b>	<b>71,43%</b>

### b. Tasa de Paro

El **14,29%** de los titulados cuya situación laboral es conocida a 30 de Septiembre de 2017 están **demandando empleo**.

TITULACIÓN	TASA DE PARO*		
	Hombre	Mujer	Total
MÁSTER EN GESTIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	0%	14,29%	9,09%
MÁSTER EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA	33,33%	-	33,33%
<b>TOTAL</b>	<b>14,29%</b>	<b>14,29%</b>	<b>14,29%</b>

*\*Las tasas de paro por titulación y los totales han sido calculados considerando la proporción de egresados que están demandando empleo sobre el total para el que se conoce su situación laboral.*

### c. Porcentaje de Autoempleo

De los 10 titulados que se encuentran trabajando a 30 de septiembre de 2017 el **50% son autónomos**. Con respecto a lo observado en la promoción anterior, este porcentaje ha aumentado (fue del 16,67%).

TITULACIÓN	AUTOEMPLEO					
	Hombre		Mujer		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
MÁSTER EN GESTIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	1	33,33%	3	50%	4	44,44%
MÁSTER EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA	1	100%	-	-	1	100%
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>50%</b>	<b>3</b>	<b>50%</b>	<b>5</b>	<b>50%</b>

*\*Porcentajes calculados sobre la población que se encuentra trabajando a 30 de septiembre de 2017 para cada estudio y perfil.*

### d. Situación Laboral Desconocida

Según los datos, el 45,45% de los egresados pertenecientes a esta facultad presentan una situación laboral desconocida ya que, o bien no se encuentran registrados en el servicio público de empleo, o lo están pero no demandan empleo y tampoco trabajan. Al ser estudiantes universitarios se planteó la posibilidad de que estuvieran completando su formación académica y de ser así su perfil profesional de cara a los organismos públicos se correspondería con el citado.

Para disipar la duda, se han cruzado los datos correspondientes con los registros administrativos de la Universidad de Málaga para comprobar si alguno de los egresados con una situación laboral desconocida o sin demandar empleo ni trabajar se encontraba estudiando durante los cursos 2017/18 y/o 2016/17 y se ha llegado a la siguiente conclusión:

ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN DESCONOCIDA					
	Sin trabajar ni demandar empleo	Situación laboral desconocida	Situación Desconocida (Suma de las dos anteriores)	Estudiantes (Durante los cursos 2016/17 2017/18)	Porcentaje de Estudiantes (Estudiantes / Sit. Lab. Inc.)
MUJERES	0	4	4	1	25%
HOMBRES	2	4	6	0	0%
TOTAL	2	8	10	1	10%

Con lo cual existe una egresada (que representa al 10% de la población con situación laboral desconocida) que no tiene un perfil laboral definido aún por encontrarse **realizando estudios de doctorado**.

No obstante ha de considerarse que el cruce administrativo se ha hecho con los estudiantes de títulos oficiales impartidos por la Universidad de Málaga, parte de la población que queda por explicar podría encontrarse también estudiando en otros centros ajenos a ella o en títulos propios en la misma.

### 3. Características del Primer Contrato

#### a. Media de días en encontrar trabajo

El número medio de días que los titulados han tardado en encontrar su primer empleo, contados desde el 1 de octubre de 2016 ha sido de **157 días**.

TITULACIÓN	Promedio de Días en encontrar el 1º empleo		
	Hombre	Mujer	Total
MÁSTER EN GESTIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	122	226	157
<b>TOTAL</b>	<b>122</b>	<b>226</b>	<b>157</b>

#### b. Movilidad Geográfica

Para conocer si existe o no movilidad laboral en la población estudiada se ha comparado el municipio del domicilio del titulado con el de su centro de trabajo y en aquellos casos en los que ambos son distintos se ha considerado que existe movilidad.

En general, el **33,33%** de los contratos realizados implican que los egresados tengan que desplazarse a otro municipio distinto al suyo para desarrollar el trabajo.

TITULACIÓN	Porcentaje de empleos que implican movilidad		
	Hombre	Mujer	General
MÁSTER EN GESTIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	25,00%	50,00%	33,33%
<b>TOTAL</b>	<b>25,00%</b>	<b>50,00%</b>	<b>33,33%</b>

### c. Preparación del estudiante para el empleo

La Seguridad Social clasifica las distintas categorías profesionales en 11 grupos de cotización, de ellos, los 3 primeros corresponden a ocupaciones para las que se requiere una titulación universitaria. Para considerar si el estudiante se encuentra o no desempeñando un trabajo para el que está adecuadamente cualificado, se ha considerado que lo está si su grupo de cotización se corresponde con alguno de los tres primeros a fecha de 30 de Septiembre de 2017.

El **66,67%** de los contratos realizados exigen un nivel académico inferior al universitario, con lo cual la tasa de **sobrecualificación** asciende a ese mismo porcentaje.

TITULACIÓN	Nº titulados contratados	Nº Titulados Sobre-cualificados	Tasa de Sobre-cualificación
MÁSTER EN GESTIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	6	4	66,67%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>66,67%</b>

### d. Calidad del Empleo

La totalidad de los contratos registrados han sido **temporales** y el **50% a tiempo parcial**.

En las tablas que se presentan a continuación se recogen los porcentajes de contratos temporales y a tiempo parcial según la información proporcionada por el Servicio Andaluz de Empleo.

TITULACIÓN	Tasa de Temporalidad		
	Hombre	Mujer	General
MÁSTER EN GESTIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	100%	100%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

TITULACIÓN	Tasa de Parcialidad		
	Hombre	Mujer	General
MÁSTER EN GESTIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	50,00%	50,00%	50,00%
<b>TOTAL</b>	<b>50,00%</b>	<b>50,00%</b>	<b>50,00%</b>

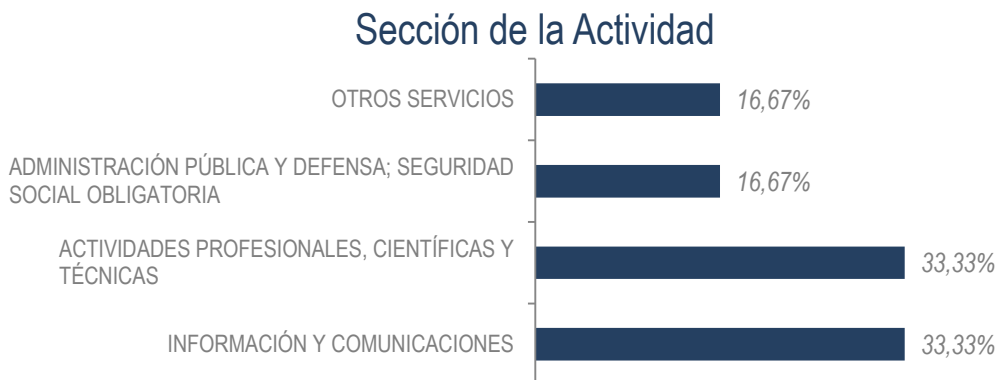
### e. Características de la empresa contratante

Con el objetivo de conocer el tipo de empresa en la que los egresados de la facultad estaban realizando sus tareas a fecha de 30 de Septiembre de 2017, se han **clasificado las empresas que les han realizado su primer contrato de trabajo en función de su CNAE y por sector de actividad.**

Por sector de actividad, la totalidad de los contratos se han realizado en el **sector servicios.**

Por sección de la actividad económica, en las que mayor porcentaje de contratos se han realizado han sido **actividades profesionales, científicas y técnicas e información y comunicaciones**, el 33,33% en cada una de ellas.

Por tamaño, el 50% de las empresas que han realizado los contratos son empresas de menos de 10 trabajadores, **microempresas** y el restante 50% han sido **pequeñas** empresas de entre 10 y 50 trabajadores.



## 4. Comparativa de los Principales Indicadores (4 años vista)

A continuación se muestra la **evolución de los principales indicadores** de la situación laboral de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

La **tasa de inserción** ha ido disminuyendo para los egresados de las tres promociones anteriores y **ha aumentado para los egresados del curso analizado tomando el valor máximo de los 4 últimos años, un 71,43%.**

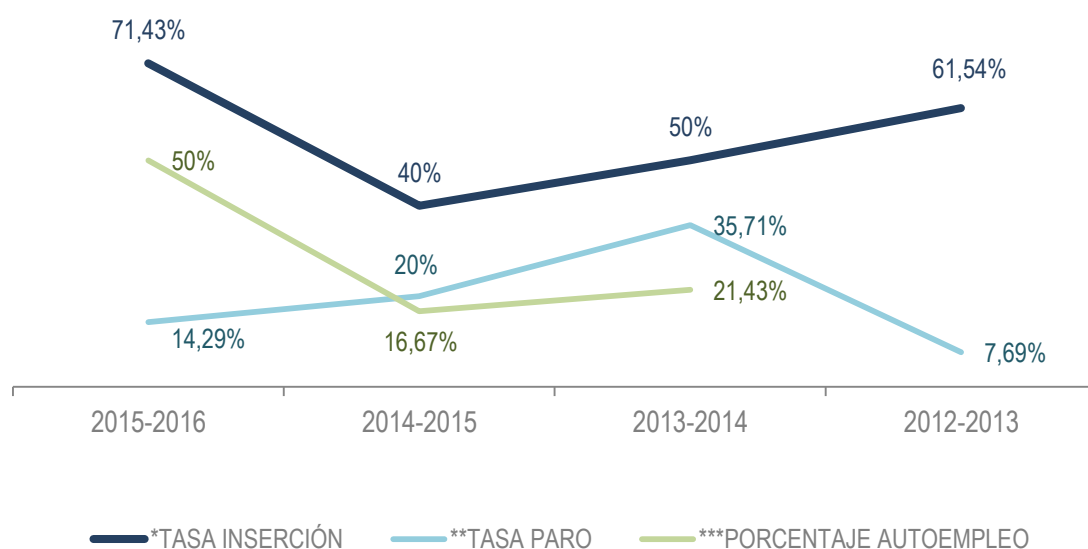
La **tasa de paro** ha ido disminuyendo para los egresados de los tres últimos cursos académicos observados.

En cuanto al **autoempleo**, se sitúa en el **valor máximo alcanzado** durante los últimos 3 años, el 50%.



CURSO	2015-2016	2014-2015	2013-2014	2012-2013
Nº EGRESADOS	22	20	34	17
*TASA INSERCIÓN	71,43%	40%	50%	61,54%
**TASA PARO	14,29%	20%	35,71%	7,69%
***PORCENTAJE AUTOEMPLEO	50%	16,67%	21,43%	-

### Evolución de los Principales Indicadores



\*Tasa Inserción=  $N^{\circ}$  Ocupados /  $N^{\circ}$  Egresados con Situación Laboral Conocida  
\*\*Tasa Paro =  $N^{\circ}$  Demandantes de Empleo /  $N^{\circ}$  Egresados con Situación Laboral Conocida  
\*\*\*Porcentaje de Autoempleo =  $N^{\circ}$  Autoempleos /  $N^{\circ}$  Egresados Ocupados





**OBSERVATORIO  
DE EMPLEO**  
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

## BIBLIOGRAFÍA

- **Observatorio Argos.** *Estudio de las Personas Egresadas de la Universidad de Málaga en el curso 2015-2016.* Recuperado el 20 de Enero de 2018
- **Universidad de Málaga.** *Cruce administrativo con los matriculados en títulos oficiales durante los cursos 2016-17 y 2017-18.* Recuperado el 20 de Febrero de 2018