

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



Facultad de Comercio y Gestión

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 COMERCIO Y GESTIÓN: Grados y Primer y Segundo Ciclo

1. Descripción del Colectivo	4
2. Situación laboral	5
a. Tasa de Inserción.....	6
b. Tasa de Paro.....	6
c. Porcentaje de Autoempleo	7
d. Situación Laboral Desconocida	7
3. Características del Primer Contrato.....	8
a. Media de días en encontrar trabajo.....	8
b. Movilidad Geográfica.....	9
c. Preparación del estudiante para el empleo	9
d. Calidad del Empleo	10
e. Características de la empresa contratante	11
4. Comparativa de los Principales Indicadores (4 años vista)	13

FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN: Máster

1. Descripción del Colectivo	14
2. Situación laboral	15
a. Tasa de Inserción	16
b. Tasa de Paro	16
c. Porcentaje de Autoempleo	17
d. Situación Laboral Desconocida	17
3. Características del Primer Contrato	18
a. Media de días en encontrar trabajo	18
b. Movilidad Geográfica	18
c. Preparación del estudiante para el empleo	19
d. Calidad del Empleo	19
e. Características de la empresa contratante	20
BIBLIOGRAFÍA	22

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 Comercio y Gestión, 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 COMERCIO Y GESTIÓN: Grado y Primer y Segundo Ciclo

1. Descripción del colectivo.

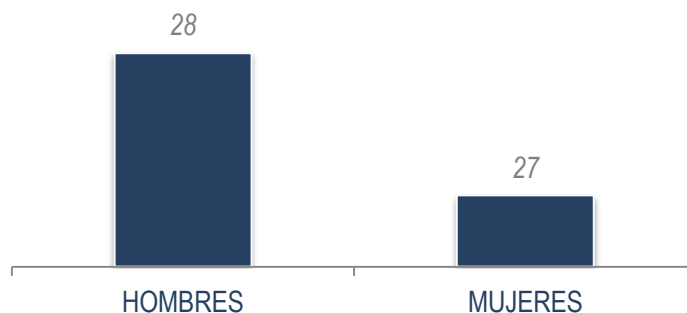
Durante el curso 2015-2016 y según los datos devueltos por del observatorio ARGOS, la **Facultad de Comercio y Gestión de la Universidad de Málaga tituló a un total de 220 estudiantes** de grado y de antiguas titulaciones, un 4,17% del total de los titulados por la Universidad para este nivel de estudio.

La titulación con un mayor porcentaje de egresados ha sido el Grado en Marketing e Investigación de Mercados con un 73,64% del total.

TITULACIÓN	Hombre	Mujer	Total
DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES	14	13	27
GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	14	17	31
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	70	92	162
TOTAL	98	122	220

La edad con la que los titulados terminaron sus estudios oscila entre los 23 y los 56 años considerando como referencia la fecha fin de promoción a 30 de Septiembre de 2017. La media general es de **27 años**, superior para hombres que para mujeres.

Edad Media a 30 Septiembre 2017





2. Situación Laboral

En base a los datos procedentes de los registros administrativos del Servicio Andaluz de Empleo, **conocemos la situación laboral del 95,91% de los titulados de grado y primer y segundo ciclo de la Facultad de Comercio y Gestión a fecha de 30 de Septiembre de 2017, un año después de su egreso.**

El **57,73%** del total de egresados de la facultad se encuentran **trabajando**.

La titulación con un mayor porcentaje de egresados trabajando es la Diplomatura en Ciencias empresariales con un 77,78% que lo están.

A continuación se detallan para cada una de las titulaciones.

GENERAL								
TITULACIÓN	Trabajando		Demandado empleo		Sin trabajar ni demandar empleo		Desconocida	
DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES	21	77,78%	2	7,41%	4	14,81%	0	0,00%
GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	16	51,61%	7	22,58%	8	25,81%	0	0,00%
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	90	55,56%	20	12,35%	43	26,54%	9	5,56%
TOTAL	127	57,73%	29	13,18%	55	25,00%	9	4,09%

HOMBRES								
TITULACIÓN	Trabajando		Demandado empleo		Sin trabajar ni demandar empleo		Desconocida	
DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES	12	85,71%	0	0,00%	2	14,29%	0	0,00%
GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	7	50,00%	3	21,43%	4	28,57%	0	0,00%
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	39	55,71%	5	7,14%	25	35,71%	1	1,43%
TOTAL	58	59,18%	8	8,16%	31	31,63%	1	1,02%

MUJERES								
TITULACIÓN	Trabajando		Demandado empleo		Sin trabajar ni demandar empleo		Desconocida	
DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES	9	69,23%	2	15,38%	2	15,38%	0	0,00%



GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	9	52,94%	4	23,53%	4	23,53%	0	0,00%
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	51	55,43%	15	16,30%	18	19,57%	8	8,70%
TOTAL	69	56,56%	21	17,21%	24	19,67%	8	6,56%

a. Tasa de Inserción

El **60,19%** de los egresados cuya situación laboral es conocida se encuentran a fecha de 30 de Septiembre de 2017 **trabajando**.

TITULACIÓN	TASA DE INSERCIÓN		
	Hombre	Mujer	Total
DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES	85,71%	69,23%	77,78%
GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	50,00%	52,94%	51,61%
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	56,52%	60,71%	58,82%
TOTAL	59,79%	60,53%	60,19%

b. Tasa de Paro

El **13,74%** de los titulados para los que se conoce su situación laboral a fecha de 30 de Septiembre de 2017 se encuentran **demandando empleo**.

Desagregando la población por sexos se observa que el porcentaje de paro en mujeres, el 18,42%, se encuentra más de 10 puntos porcentuales por encima del de los hombres. Es lógico pensar que por consiguiente la tasa de inserción es mayor en hombres que en mujeres sin embargo se ha visto en el apartado anterior que es similar. En el subapartado "d" de esta misma sección se analizará la situación del resto de egresados para los que desconocemos su perfil laboral con el objetivo de esclarecer esta diferencia.

TITULACIÓN	TASA DE PARO*		
	Hombre	Mujer	Total
DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES	0%	15,38%	7,41%
GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	21,43%	17,65%	19,35%



OBSERVATORIO
DE EMPLEO
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	7,14%	14,13%	11,11%
TOTAL	8,25%	18,42%	13,74%

**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 127 egresados que se encuentran trabajando a 30 de septiembre de 2017 el **7,87% son autónomos**.

Con respecto a lo observado en la promoción anterior, el porcentaje ha disminuido (fue del 10,27%).

TITULACIÓN	AUTOEMPLEO					
	Hombre		Mujer		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES	2	16,67%	2	22,22%	4	19,05%
GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	1	14,29%	0	0%	1	6,25%
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	5	12,82%	0	0%	5	5,56%
TOTAL	8	13,79%	2	2,90%	10	7,87%

**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 29,09% 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 idea 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 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	24	8	32	5	15,63%
HOMBRES	31	1	32	4	12,50%
TOTAL	55	9	64	9	14,06%

Con lo cual el **14,06%** de los egresados no tiene un perfil laboral definido aún por encontrarse nuevamente **realizando estudios universitarios**.

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 **144 días**.

La titulación en la que menos días han tardado en encontrar su primer empleo ha sido el Grado en Gestión y Administración Pública con 134 días de media. Y en la que más la Diplomatura en Ciencias Empresariales con 178 días de media.

TITULACIÓN	Promedio de Días en encontrar el 1º empleo		
	Hombre	Mujer	Total
DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES	196	168	178
GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	114	156	134
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	140	145	143
TOTAL	138	148	144

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.

En general, el **50,46%** de los contratos realizados implican que el egresado tenga que desplazarse a otro municipio distinto al suyo para desarrollar su trabajo.

TITULACIÓN	Porcentaje de empleos que implican movilidad		
	Hombre	Mujer	General
DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES	0%	40,00%	25,00%
GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	60,00%	66,67%	63,16%
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	54,84%	47,06%	50,00%
TOTAL	52,27%	49,23%	50,46%

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 **88,99%** 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 con mayor porcentaje de egresados trabajando en un puesto para el que están sobrecualificados es la Diplomatura en Ciencias Empresariales donde el 100% de los contratados lo están.

El grado con un mayor porcentaje de personas ocupadas en un **empleo acorde con su nivel de estudios es el de Marketing e Investigación de Mercados** donde el 13,41% lo están.



TITULACIÓN	Nº titulados contratados	Nº Titulados Sobre-cualificados	Tasa de Sobre-cualificación
DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES	8	8	100%
GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	19	18	94,74%
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	82	71	86,59%
TOTAL	109	97	88,99%

d. Calidad del Empleo

El **89,91%** de los contratos registrados han sido **temporales**.

La totalidad de los graduados en gestión y administración pública tienen contratos temporales. La tasa de temporalidad es superior en hombres, el 93,18%, que en mujeres, el 87,69%.

El **57,80%** de los contratos han sido **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
DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES	66,67%	60,00%	62,50%
GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	100%	100%	100%
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	93,55%	88,24%	90,24%
TOTAL	93,18%	87,69%	89,91%

TITULACIÓN	Tasa de Parcialidad		
	Hombre	Mujer	General
DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES	0%	100%	62,50%
GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	60,00%	66,67%	63,16%
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	61,29%	52,94%	56,10%
TOTAL	56,82%	58,46%	57,80%

e. Características de la empresa contratante

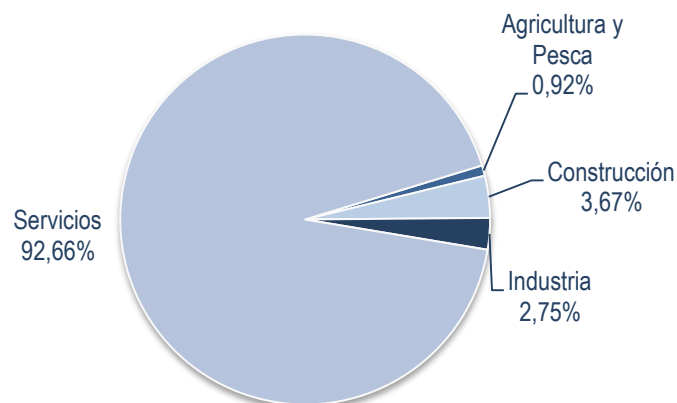
Con el objetivo de conocer el tipo de empresa en la que los egresados universitarios de la facultad objeto de estudio estaban realizando sus tareas a fecha de 30 de Septiembre de 2017, se han clasificado las empresas que les han realizado su primer contrato de trabajo en función de su CNAE y por sector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

Por sector de actividad, el **92,66%** de los contratos se han realizado en el **sector servicios**, el sector en el que menos contratos se han realizado ha sido en agricultura y pesca, un 0,92%.

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 36,70%.

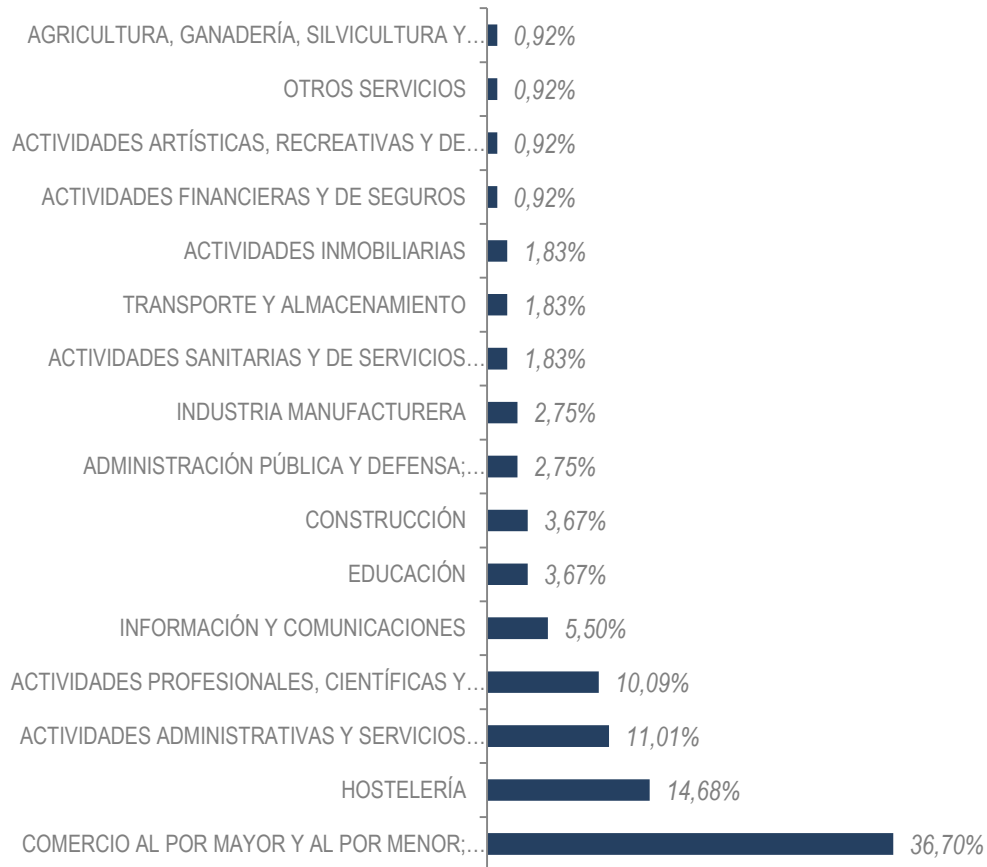
Por tamaño, el **40,37%** de las empresas que han realizado los contratos son empresas de menos de 10 trabajadores, **microempresas**. Las empresas de entre 10 y 50 trabajadores, pequeñas, son las que menos contratos han realizado, el 17,43%.

Sector Principal de la Actividad

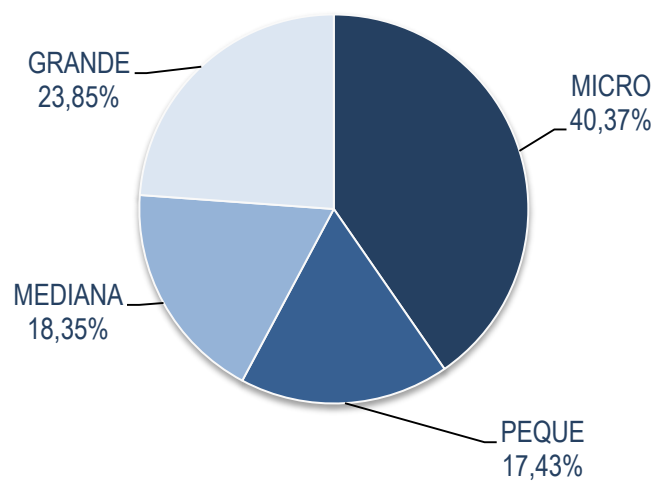




Sección de la Actividad



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 Comercio y Gestión.

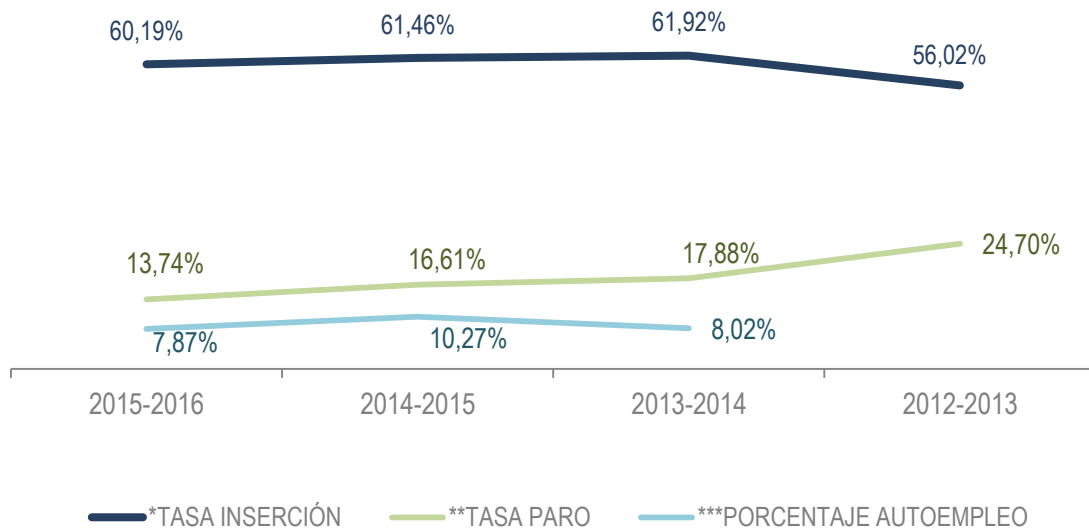
La **tasa de inserción** incrementó en un principio para mantenerse durante los tres últimos años comparados en niveles próximos al 60%.

La **tasa de paro ha ido disminuyendo** progresivamente desde el 24,70% observado cuatro años atrás hasta el 13,74% para los egresados del curso estudiado (2015-16), existiendo una diferencia de 10,96 puntos porcentuales menos.

En cuanto al **porcentaje de autoempleo**, aumentó y posteriormente volvió a disminuir alcanzando un nivel próximo al observado tres años atrás.

CURSO	2015-2016	2014-2015	2013-2014	2012-2013
Nº EGRESADOS	220	329	321	348
*TASA INSERCIÓN	60,19%	61,46%	61,92%	56,02%
**TASA PARO	13,74%	16,61%	17,88%	24,70%
***PORCENTAJE AUTOEMPLEO	7,87%	10,27%	8,02%	-

Evolución de los Principales Indicadores



*Tasa Inserción= Nº Ocupados / Nº Egresados con Situación Laboral Conocida
 **Tasa Paro = Nº Demandantes de Empleo / Nº Egresados con Situación Laboral Conocida
 ***Porcentaje de Autoempleo = Nº Autoempleos / Nº Egresados Ocupados

FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN: Máster

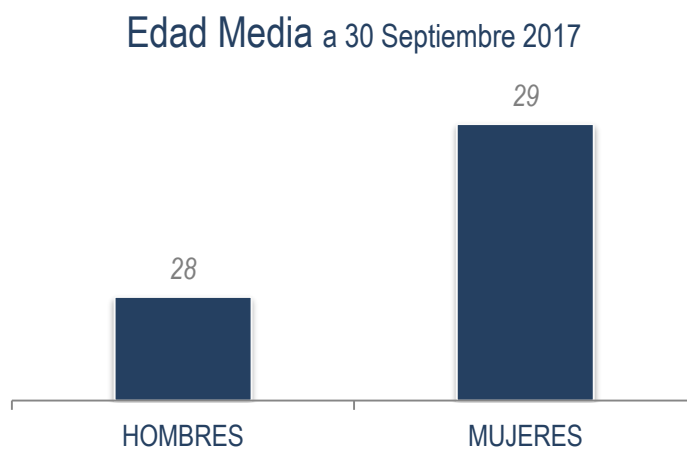
1. Descripción del colectivo.

Durante el curso 2015-2016 y según los datos devueltos por del observatorio ARGOS, **la Facultad de Comercio y Gestión de la Universidad de Málaga tituló a un total de 24 estudiantes** del máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital, un 1,53% del total de los titulados por la Universidad para este nivel de estudios.

Es el primer curso para el que se disponen datos de este máster ya que fue implantado en el año 2014-15, con lo cual es la primera promoción de egresados.

TITULACIÓN	Hombre	Mujer	Total
MÁSTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL	12	12	24
TOTAL	12	12	24

La edad con la que los titulados terminaron sus estudios oscila entre los 25 y los 40 años considerando como referencia la fecha fin de promoción a 30 de Septiembre de 2017. La media general es de **28 años**. Desagregando la población por sexos esta media asciende a 29 años para ellas y 28 para ellos.





2. Situación Laboral

En base a los datos procedentes de los registros administrativos del Servicio Andaluz de Empleo, **conocemos la situación laboral del 95,83% de los titulados del máster en cuestión** a fecha de 30 de Septiembre de 2017, un año después de su egreso.

El **75%** están **trabajando** un año después de haber sido titulados.

GENERAL								
TITULACIÓN	Trabajando		Demandado empleo		Sin trabajar ni demandar empleo		Desconocida	
MÁSTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL	18	75,00%	2	8,33%	3	12,50%	1	4,17%
TOTAL	18	75,00%	2	8,33%	3	12,50%	1	4,17%

HOMBRES								
TITULACIÓN	Trabajando		Demandado empleo		Sin trabajar ni demandar empleo		Desconocida	
MÁSTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL	7	58,33%	1	8,33%	3	25,00%	1	8,33%
TOTAL	7	58,33%	1	8,33%	3	25,00%	1	8,33%

MUJERES								
TITULACIÓN	Trabajando		Demandado empleo		Sin trabajar ni demandar empleo		Desconocida	
MÁSTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL	11	91,67%	1	8,33%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL	11	91,67%	1	8,33%	0	0,00%	0	0,00%

a. Tasa de Inserción

El **78,26%** de los egresados del máster cuya situación laboral es conocida se encuentran a fecha de 30 de Septiembre de 2017 **trabajando**.

El porcentaje de mujeres trabajando, el 91,67%, supera al de hombres con un 28% más.

TITULACIÓN	TASA DE INSERCIÓN		
	Hombre	Mujer	Total
MÁSTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL	63,64%	91,67%	78,26%
TOTAL	63,64%	91,67%	78,26%

b. Tasa de Paro

El **8,33%** de los titulados cuya situación laboral es conocida a 30 de Septiembre de 2017 se encuentran **demandando empleo**.

La proporción de egresados en paro es similar para hombres y mujeres.

TITULACIÓN	TASA DE PARO*		
	Hombre	Mujer	Total
MÁSTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL	8,33%	8,33%	8,33%
TOTAL	8,33%	8,33%	8,33%

**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 18 titulados del máster que se encuentran trabajando a 30 de septiembre de 2017, tan solo uno ha decidido emprender.

TITULACIÓN	AUTOEMPLEO	
	Hombre / TOTAL	
	Nº	%
MÁSTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL	1	14,29%
TOTAL	1	5,56%

*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, 4 de los 24 egresados del máster (el 16,67%) 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 idea 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 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.)
HOMBRES / TOTAL	3	1	4	1	25%

Con lo cual tan solo uno de los egresados en esta situación ha vuelto a realizar estudios universitarios en la universidad de Málaga, más en concreto, otro máster.

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 **170 días**, inferior para mujeres, 152 días, que para hombres, 188 días.

TITULACIÓN	Promedio de Días en encontrar el 1º empleo		
	Hombre	Mujer	Total
MÁSTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL	188	152	170
TOTAL	188	152	170

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 son distintos se ha considerado que existe movilidad.

En general, el **40%** 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 DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL	20%	60%	40%
TOTAL	20%	60%	40%

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 **80%** 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 DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL	10	8	80%
TOTAL	10	8	80%

d. Calidad del Empleo

El **70%** de los contratos registrados han sido **temporales**. Desagregando a la población por sexos, el porcentaje de temporalidad en los contratos es superior en hombres, el 80%, que en mujeres, el 20%.

El **40%** de los contratos han sido **a tiempo parcial**. La proporción de temporalidad es mayor en hombres que en mujeres, 60% frente al 20%.

TITULACIÓN	Tasa de Temporalidad		
	Hombre	Mujer	General
MÁSTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL	80%	60%	70%
TOTAL	80%	60%	70%

TITULACIÓN	Tasa de Parcialidad		
	Hombre	Mujer	General
MÁSTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL	60%	20%	40%
TOTAL	60%	20%	40%

e. Características de la empresa contratante

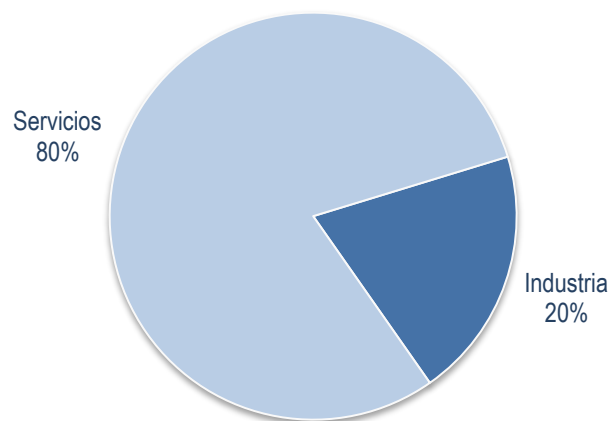
Con el objetivo de conocer el tipo de empresa en la que los egresados de la facultad objeto de estudio estaban realizando sus tareas a fecha de 30 de Septiembre de 2017, se han **clasificado las empresas que les han realizado su primer contrato de trabajo en función de su CNAE y por sector de actividad**.

Por sector de actividad, el **80%** de los contratos se han realizado dentro del **sector servicios**, el resto se han registrado en el sector industrial.

Por sección de la actividad económica, en las que mayor porcentaje de contratos se han realizado han sido en comercio al por mayor y al por menor, actividades administrativas y servicios auxiliares, industria manufacturera y actividades financieras y de seguros, el 20% de los contratos en cada una de ellas.

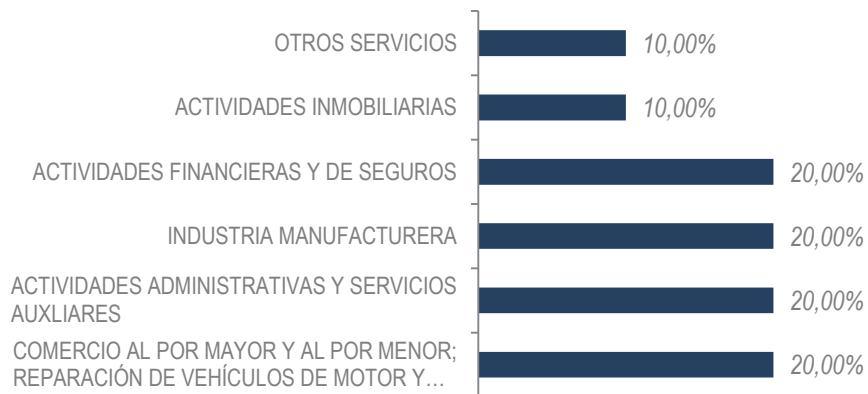
Por tamaño, el 70% de las empresas que han realizado los contratos son empresas de entre 10 y 50 trabajadores, **pequeñas empresas**.

Sector Principal de la Actividad

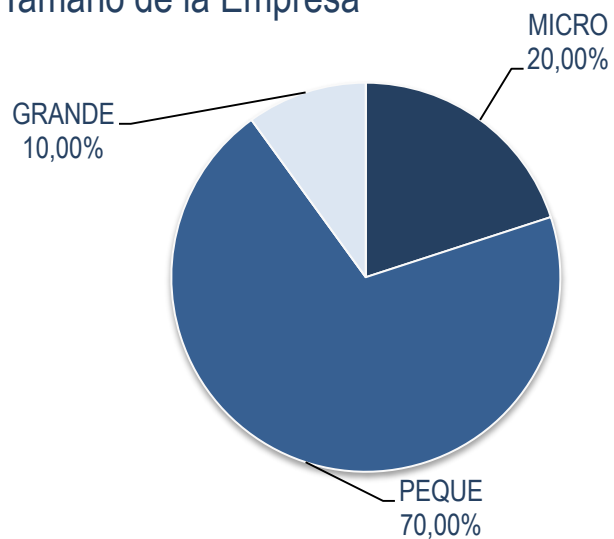




Sección de la Actividad



Tamaño de la Empresa





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