

Informe de resultados del estudio de empleabilidad

Máster Universitario en Marketing Digital y Redes Sociales

Egresados Tipo I 2022-23

Egresados Tipo II 2021-22



1. INTRODUCCIÓN	3
2. OBJETIVO Y METODOLOGÍA	4
2.1. Objetivo del estudio	4
2.2.1 Muestra de la población	4
2.2.2 Técnica de recogida de información	5
2.2.3 Diseño de la encuesta	5
3. RESPUESTA DE LOS EGRESADOS	6
3.1. Datos egresados 2022-23 (encuesta Tipo I)	6
3.2. Datos egresados 2021-22 (encuesta Tipo II)	13
4. PROGRESIÓN DEL EGRESADO	22
5. MERCADO LABORAL	27
6. CONCLUSIONES	33
6.1. CONCLUSIONES GENERALES	35
7. FUENTES	39

1. INTRODUCCIÓN

Uno de los principales retos de la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) se centra en la formación competencial de nuestros alumnos para su inserción o promoción en el mercado laboral.

Por este motivo la UDIMA cuenta, entre sus servicios, con el Departamento de Bolsa de Trabajo y Emprendedores. Su objetivo principal es poner a disposición de las empresas los profesionales mejor preparados en todas las áreas, a la vez que facilitar a los alumnos y antiguos alumnos de la UDIMA nuevas oportunidades de trabajo.

La misión del departamento se define en los siguientes puntos:

- Facilitar a nuestros alumnos la incorporación al mundo laboral.
- Poner a disposición de las empresas que lo necesiten candidatos de perfiles directivos y técnicos cualificados.
- Facilitar la realización de prácticas mediante el desarrollo de una activa política de suscripción de convenios de colaboración formativa con empresas.
- Orientar a alumnos y empresas sobre las trayectorias y salidas profesionales.

Desde UDIMA se considera necesario el seguimiento de la empleabilidad¹ de nuestros egresados² como herramienta fundamental para impartir titulaciones de calidad. En línea con las funciones que ya se indican en la Ley Orgánica de Universidades (LOU): “La difusión, la valoración y la transferencia del conocimiento al servicio de la cultura, de la calidad de la vida y del desarrollo económico”. La Universidad debe trabajar con los estudiantes y egresados para que estos adquieran las habilidades y las capacidades, además de identificar los mecanismos más adecuados y necesarios para incrementar su empleabilidad como titulados. Fomentar la empleabilidad significa formar titulados que sean hábiles y capaces de desenvolverse en el ámbito profesional.

Este seguimiento ayudará a recabar la información necesaria para mejorar la formación ofertada ofreciendo beneficios a toda la sociedad.

¹ Empleabilidad: Conjunto de aptitudes y actitudes que permiten a una persona conseguir y conservar un empleo.

² Egresado es aquel sujeto que ha concluido sus estudios, y obtenido un título o graduación académica.

Elaborado por el Dpto. Desarrollo Profesional

Fecha: Septiembre de 2024

E-mail: observatoriodeempleo@udima.es

2. OBJETIVO Y METODOLOGÍA

2.1. Objetivo del estudio

El objetivo principal de este estudio es la obtención de información para su posterior análisis en el proceso de seguimiento del título y así poder tener un mayor conocimiento del mundo académico y laboral y por tanto de las posibilidades de empleabilidad que obtienen por su paso en nuestra universidad. Además, también ayuda a la hora de tener un impacto suficiente en el proceso de toma de decisiones sobre el desarrollo y la mejora del título, permitiendo adoptar las decisiones más adecuadas a los intereses del Centro de impartición y de la Institución.

Los usuarios de la información resultante serán principalmente los responsables de la toma de decisiones del título y de la implantación de las mejoras que incidirán en el desempeño del mismo, así como aquellos otros grupos de interés que requieran información pública del título (estudiantes, evaluadores externos, personal docente e investigador, personal de administración y servicios, etc) en función de sus necesidades y expectativas.

El Sistema Interno de Garantía de Calidad (SIGC) describe en sus procedimientos la forma en que se recoge, analiza y comunica la información resultante del presente estudio, así como la forma en que se debe emplear esta información para incidir en la calidad del título.

La encuesta se efectúa sobre la totalidad de los egresados del Plan que imparte la UDIMA.

Los estudios de sobre la empleabilidad se realizan a los egresados en dos momentos diferentes:

- Tipo I. La población de referencia son los alumnos egresados en el curso académico anterior al del envío de la encuesta.
- Tipo II. La población de referencia son los alumnos egresados 2 cursos antes del envío de la encuesta.

2.2.1 Muestra de la población

El informe que se presenta hace referencia al estudio de empleabilidad tipo I y tipo II y se presentan los datos relativos a todos los egresados desde el año 2021 hasta 2023.

- Egresados 2022-23_Tipo I
- Egresados 2021-22_Tipo II

En la siguiente tabla se desglosan por tipo de encuesta de empleabilidad realizada y año académico la cantidad de encuestas enviadas frente a la cantidad de respuestas obtenidas y los porcentajes de la representación de la población en el estudio.

Tipo	Curso Egreso	Enviadas	Recibidas	% Recibidas	Muestra Representativa	% necesario	Muestra Representativa
T.I	2023	60	4	6,67%	No	40,98%	24,59
T.II	2022	32	6	18,75%	No	56,92%	18,21

Además se incluye el número de respuestas de egresados necesarias para poder obtener conclusiones teniendo en cuenta un margen de error del 10% y un nivel de confianza del 80%. La fórmula utilizada para conocer la muestra representativa es:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

El porcentaje de participación necesario se calcula dividiendo el tamaño de la muestra entre el total de encuestas enviadas.

2.2.2 Técnica de recogida de información

La recogida de información ha durado 6 meses, desde el 3 de marzo hasta 6 de septiembre de 2024 y se ha realizado en tres fases, bajo compromiso de confidencialidad en ambas fases:

- 1ª Fase: envío de encuesta online del 03.03.2024 al 31.03.2024, realizándose al menos dos recordatorio del fin de plazo de respuesta, el 15.03.2024 y el 22.03.2024.
- 2ª Fase: mediante encuesta telefónica con el objetivo de obtener una mayor participación en el estudio, realización de las encuestas del Tipo I entre el 22.04.2024 y 25.05.2024
- 3ª Fase: Dada la escasa participación se amplía el plazo hasta el 06.09.24

2.2.3 Diseño de la encuesta

Como herramienta de recogida de datos se utiliza un formulario de encuesta (Anexo I: IL_tipo I y II).

Las tipologías de respuesta para los distintos ítems son:

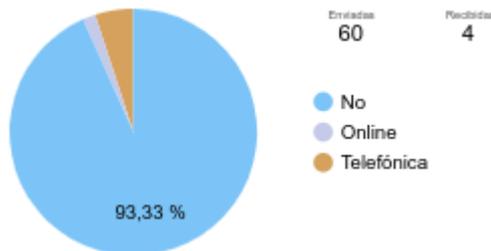
- Respuesta de Sí/No.
- Selección de una respuesta entre varias opciones.
- Valoración en forma de grado (de menos a más a través de una escala Likert de 1 a 5, donde 1 equivale a "nada satisfecho" o "en total desacuerdo" y 5 a "totalmente satisfecho" o "totalmente de acuerdo").
- Comentarios.

3. RESPUESTA DE LOS EGRESADOS

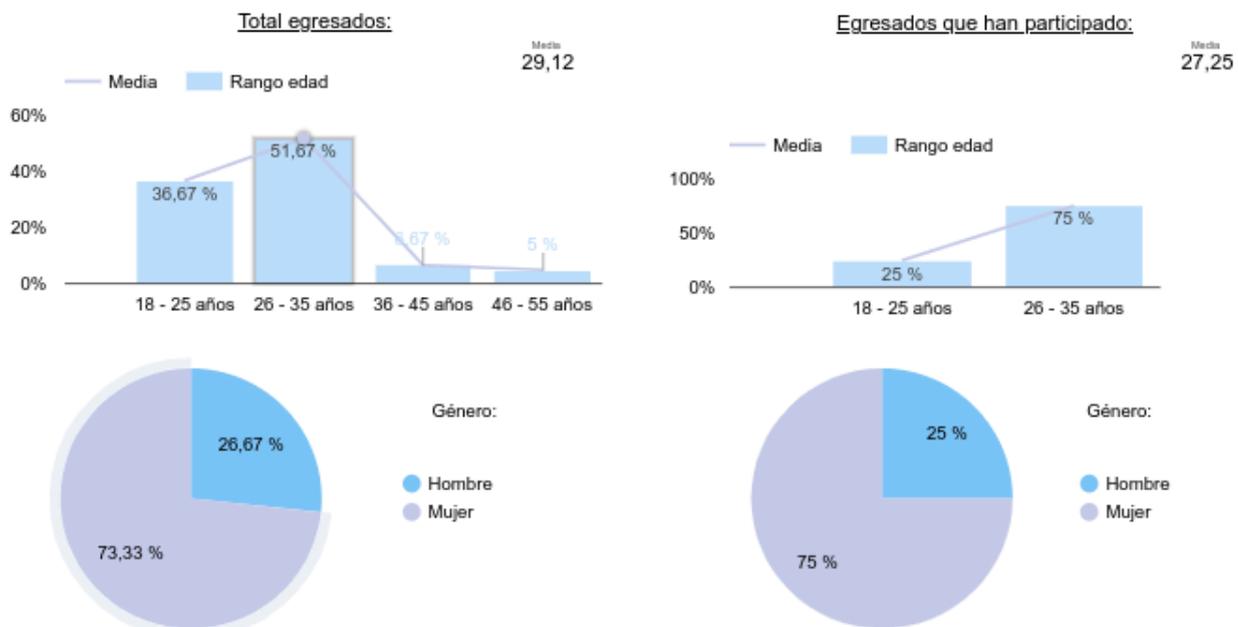
Este informe tiene como objetivo analizar la relación entre la titulación y la inserción laboral y para ello se ha realizado una encuesta a los egresados de esta titulación con el fin de determinar si su titulación ha influido en su inserción laboral. A pesar de los esfuerzos realizados para obtener una amplia participación en la encuesta, se ha enfrentado una baja tasa de respuesta, lo que puede afectar la representatividad de los resultados. No obstante, se ha tratado de garantizar la validez de los datos obtenidos y se han extraído conclusiones relevantes.

3.1. Datos egresados 2022-23 (encuesta Tipo I)

Se enviaron 60 encuestas y fueron respondidas 4, es decir, la participación fue del 6.67%. Para que la muestra fuese representativa la participación debería haber sido de un 40.98%, es decir, deberíamos haber recibido 24.59 respuestas.



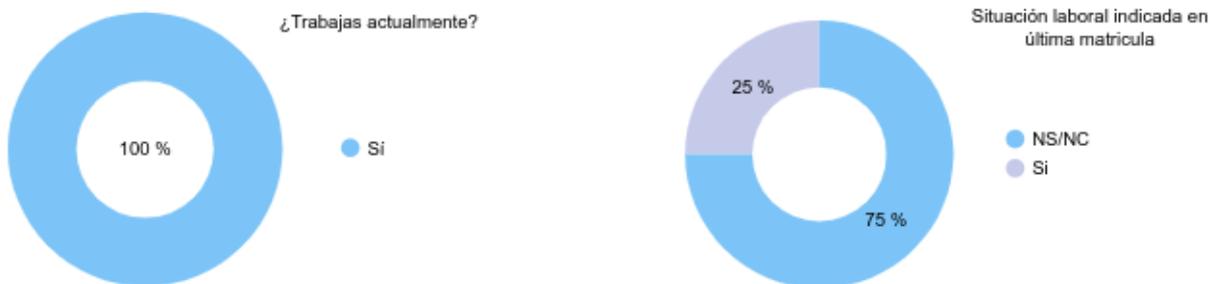
Para comenzar, es importante destacar que la edad y el género pueden tener un impacto significativo en la inserción laboral de los egresados. Por lo tanto, es fundamental analizar estos datos con detenimiento.



En cuanto a la distribución por edad en el total de egresados, la mayor concentración se encuentra en el grupo de 26 a 35 años, que representa el 51,67%. Le sigue el grupo de 18 a 25 años, con un 36,67%, mientras que los egresados de 36 a 45 años son el 6,67%. Finalmente, los egresados entre 46 y 55 años

constituyen sólo el 5%. En lo que respecta al género, el 73,33% de los egresados son mujeres, mientras que el 26,67% son hombres, mostrando una mayoría femenina significativa.

Por otro lado, entre los egresados que han participado en la encuesta, se observa una media de edad ligeramente inferior, de 27,25 años. El 75% de los participantes pertenece al grupo de 26 a 35 años, mientras que el 25% corresponde al grupo de 18 a 25 años. En cuanto al género de los participantes, se mantiene la tendencia hacia una mayor participación femenina, con un 75% de mujeres y un 25% de hombres.



Los resultados de la encuesta de inserción laboral reflejan que el 100% de los encuestados está actualmente trabajando, lo que demuestra una excelente tasa de empleabilidad. Comparando estos datos con la situación laboral durante la última matrícula, indica una mejora, ya que todos los encuestados han conseguido empleo tras finalizar sus estudios.

A continuación analizamos algunos datos de los egresados:

Sección A: Perfil del Estudiante

A1. ¿Por qué realizaste tus estudios en UDIMA?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Para conseguir un puesto de trabajo.	18 - 25 años			1	25,00%	1	25,00%
	26 - 35 años	1	25,00%			1	25,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Para mejorar mi situación laboral.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años			1	25,00%	1	25,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Otro.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años			1	25,00%	1	25,00%
	36 - 45 años					0	0,00%

¿Por qué realizaste tus estudios en UDIMA?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		1	25,00%	3	75,00%	4	100,00%

A2.

¿Qué ha supuesto la realización de los estudios?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Mejorar mi posición profesional.	18 - 25 años			1	25,00%	1	25,00%
	26 - 35 años			2	50,00%	2	50,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
No ha supuesto ninguna variación.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años	1	25,00%			1	25,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		1	25,00%	3	75,00%	4	100,00%

A3.

¿Trabajas actualmente?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sí	18 - 25 años			1	25,00%	1	25,00%
	26 - 35 años			2	50,00%	2	50,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
No	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años	1	25,00%			1	25,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		1	25,00%	3	75,00%	4	100,00%

Los resultados obtenidos reflejan que un 50% de los estudiantes decidió cursar sus estudios en UDIMA con el fin de conseguir un puesto de trabajo, mientras que un 25% lo hizo para mejorar su situación laboral y el otro 25% señala otras razones. Esto sugiere que la mitad de los encuestados ve en la formación académica una herramienta clave para acceder al mercado laboral, mientras que el resto busca mejorar su posición profesional o tiene motivos diversos para realizar sus estudios.

Por otro lado, en cuanto a los efectos de haber completado sus estudios, un 75% de los encuestados considera que los estudios les han permitido mejorar su posición profesional, lo que es un dato significativo que refuerza la efectividad de la formación recibida en términos de promoción o desarrollo dentro del ámbito laboral. Sin embargo, el 25% restante afirma que los estudios no han supuesto ninguna variación en su situación, lo que pone de manifiesto que, aunque mayoritariamente los resultados son positivos, hay una parte que no ha experimentado un cambio sustancial. Estos datos nos invitan a reflexionar sobre cómo optimizar la experiencia formativa para asegurar un impacto más uniforme entre los estudiantes y garantizar que todos ellos puedan alcanzar sus objetivos laborales.

A continuación, presentamos las tablas con los resultados obtenidos de la encuesta, las cuales nos permiten analizar y reflexionar sobre la relación entre la formación académica y el mercado laboral en la actualidad.

Sección B: Si trabaja actualmente

B1. ¿Trabajas actualmente en alguna actividad relacionada con los estudios realizados en nuestra Institución educativa?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
		Sí	18 - 25 años			1	33,33%
	26 - 35 años			2	66,67%	2	66,67%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		0	0,00%	3	100,00%	3	100,00%

B2. ¿Cual es tu categoría profesional?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
		Mando intermedio.	18 - 25 años				
	26 - 35 años			2	66,67%	2	66,67%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%

¿Cual es tu categoría profesional?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Mando intermedio.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años			2	66,67%	2	66,67%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Técnico.	18 - 25 años			1	33,33%	1	33,33%
	26 - 35 años					0	0,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		0	0,00%	3	100,00%	3	100,00%

B3.

¿Cómo se denomina el puesto que desempeñas?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Asistente de programas	26 - 35 años			1	33,33%	1	33,33%
Profesora y responsable en u universidad	26 - 35 años			1	33,33%	1	33,33%
Redes sociales de la empresa	18 - 25 años			1	33,33%	1	33,33%
Suma total				3	100,00%	3	100,00%

*Pregunta con respuesta libre

B4.

¿En qué empresa estás trabajando?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
les	26 - 35 años			1	33,33%	1	33,33%
Normon	26 - 35 años			1	33,33%	1	33,33%
Universidad	18 - 25 años			1	33,33%	1	33,33%
Suma total				3	100,00%	3	100,00%

*Pregunta con respuesta libre

B5.

¿Qué tipo de contrato tienes? / Otro	Respuesta Otros	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
			Nº	%	Nº	%	Nº	%
Indefinido.		18 - 25 años			1	33,33%	1	33,33%
		26 - 35 años			2	66,67%	2	66,67%
Suma total				3	100,00%	3	100,00%	

*Al seleccionar respuesta Otro puede responder en texto libre

B6.

¿Qué jornada realizas?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Completa.	18 - 25 años			1	33,33%	1	33,33%
	26 - 35 años			2	66,67%	2	66,67%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		0	0,00%	3	100,00%	3	100,00%

B7.

¿Cuál es el salario bruto anual?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
De 15.000€ a 25.000€.	18 - 25 años			1	33,33%	1	33,33%
	26 - 35 años			1	33,33%	1	33,33%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
De 30.000€ a 40.000€.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años			1	33,33%	1	33,33%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		0	0,00%	3	100,00%	3	100,00%

B8.

Muestra tu grado de adecuación con la siguiente afirmación:	1	2	3	4	5	En blanco	Nº Respuestas	% Respuestas	Promedio
Los conocimientos adquiridos durante la titulación me permiten desarrollar mi trabajo				2	1		3	1005	4,33
En general, estoy satisfecho/a con mi puesto de trabajo				1	2		3	1005	4,67

Sección C: Si no trabaja actualmente

C1.

Muestra tu grado de adecuación con la siguiente afirmación:	1	2	3	4	5	En blanco	Nº Respuestas	% Respuestas	Promedio
Considero que la formación recibida es adecuada a los niveles de exigencia del mercado laboral			1				1	1005	3,00

C2. Desde que obtuviste el título realizado en la UDIMA ¿has rechazado algún trabajo por considerarlo poco adecuado?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sí	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años	1	100,00%			1	100,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		1	100,00%	0	0,00%	1	100,00%

C3. ¿Actualmente estás buscando trabajo?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sí	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años	1	100,00%			1	100,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		1	100,00%	0	0,00%	1	100,00%

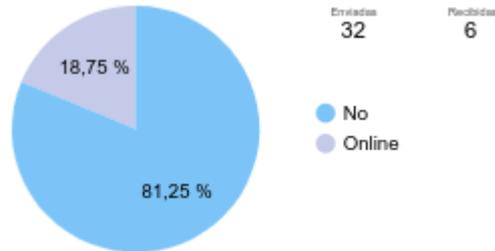
C4. ¿Cuál es el motivo por el que no trabajas actualmente?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
No encuentro ningún puesto de trabajo.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años	1	100,00%			1	100,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		1	100,00%	0	0,00%	1	100,00%

Sección D: Conclusiones

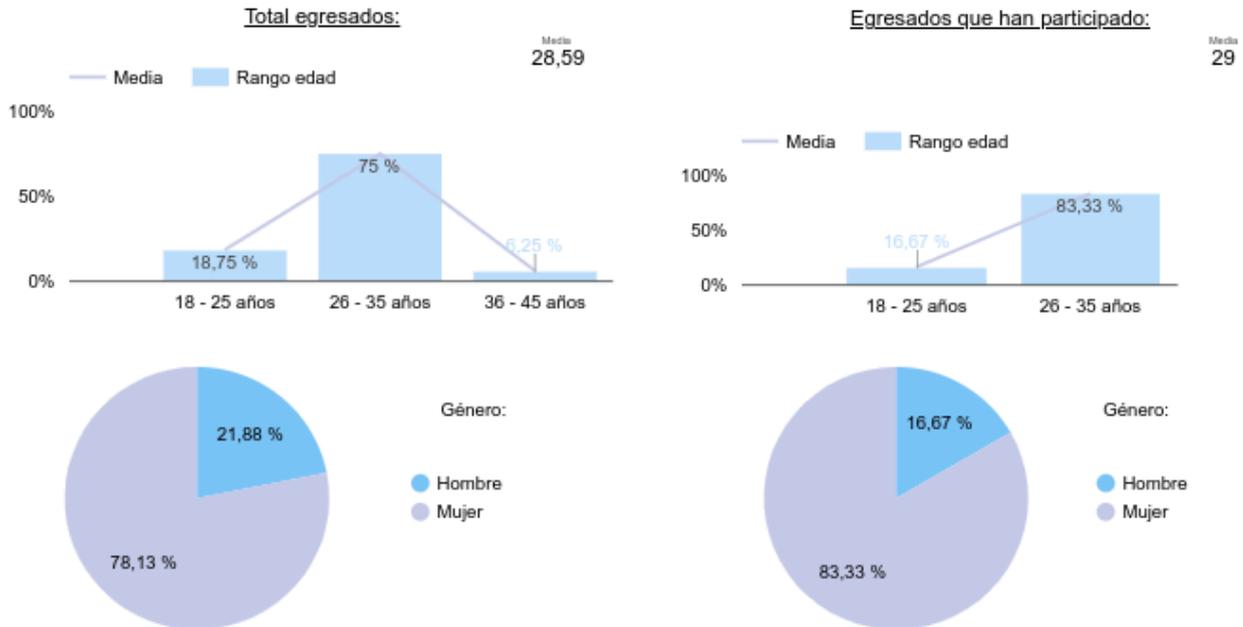
D1. ¿Qué medios consideras más útiles para buscar ofertas de empleo?	Hombre		Mujer		Suma total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bolsa de Trabajo (orientación laboral, plataforma, eventos).			3	75,005	3	75,00%
Páginas de búsqueda de empleo	1	25,005			1	25,00%
Contactos personales y redes sociales	1	25,005	1	25,005	2	50,00%
Otros					0	0,00%

3.2 Datos egresados 2021-22 (encuesta Tipo II)

Se enviaron 32 encuestas y fueron respondidas 6, es decir, la participación fue del 18.75%. Para que la muestra fuese representativa la participación debería haber sido de un 56.92%, es decir, deberíamos haber recibido 18.21 respuestas.



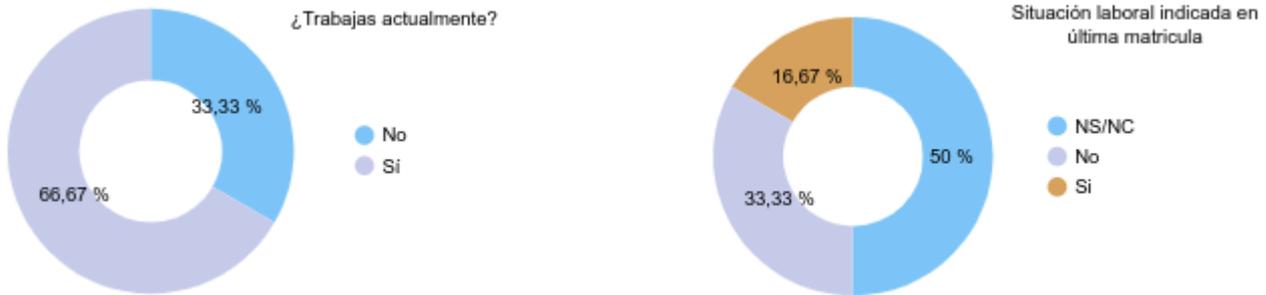
Para comenzar, es importante destacar que la edad y el género pueden tener un impacto significativo en la inserción laboral de los egresados. Por lo tanto, es fundamental analizar estos datos con detenimiento.



En el análisis del total de egresados, podemos observar que la mayoría se encuentra en el rango de edad entre los 26 y 35 años, representando el 75% de la muestra. El 18,75% corresponde al grupo de 18 a 25 años, mientras que sólo un 6,25% pertenece al grupo de 36 a 45 años, lo que muestra una clara tendencia de egresados jóvenes. En cuanto al género, predominan las mujeres con un 78,13%, frente a un 21,88% de hombres, lo que refleja una marcada diferencia en la distribución de género entre los egresados.

Por otro lado, en lo que respecta a los egresados que participaron en la encuesta, la mayoría sigue estando en el rango de 26 a 35 años, con un 83,33%, mientras que el 16,67% se encuentra en el grupo de 18 a 25 años. En términos de género, se mantiene una preponderancia femenina, con un 83,33% de

mujeres y un 16,67% de hombres, lo cual refuerza la tendencia observada en el total de egresados, tanto en la participación por edad como por género.



Los resultados de la encuesta de inserción laboral muestran que actualmente el 66,67% de los encuestados está trabajando, mientras que el 33,33% no lo está. Comparando estos datos con la situación durante la última matrícula, refleja una mejora en la inserción laboral, ya que ha aumentado el porcentaje de personas empleadas desde la matrícula. No obstante, un tercio de los encuestados sigue sin empleo, lo que indica que, aunque ha habido un avance, aún queda margen para mejorar la inserción laboral de todos los egresados.

Una vez analizado el perfil de nuestros egresados, pasamos a mostrar las respuestas que hemos obtenido.

Sección A: Perfil del Estudiante

A1. ¿Por qué realizaste tus estudios en UDIMA?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Para conseguir un puesto de trabajo.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años			2	33,33%	2	33,33%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Para mejorar mi situación laboral.	18 - 25 años			1	16,67%	1	16,67%
	26 - 35 años			1	16,67%	1	16,67%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Otro.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años			1	16,67%	1	16,67%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%

¿Por qué realizaste tus estudios en UDIMA?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
NS/NC	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años	1	16,67%			1	16,67%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		1	16,67%	5	83,33%	6	100,00%

A2.

¿Qué ha supuesto la realización de los estudios?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Conseguir un empleo.	18 - 25 años			1	16,67%	1	16,67%
	26 - 35 años			2	33,33%	2	33,33%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Mejorar mi posición profesional.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años			2	33,33%	2	33,33%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
NS/NC	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años	1	16,67%			1	16,67%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		1	16,67%	5	83,33%	6	100,00%

A3.

¿Trabajas actualmente?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sí	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años	1	16,67%	3	50,00%	4	66,67%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
No	18 - 25 años			1	16,67%	1	16,67%
	26 - 35 años			1	16,67%	1	16,67%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		1	16,67%	5	83,33%	6	100,00%

Los resultados obtenidos muestran que el 33,33% de los encuestados decidió realizar sus estudios en UDIMA tanto para mejorar su situación laboral como para conseguir un puesto de trabajo, lo que revela un equilibrio entre quienes buscan mejorar en su carrera y quienes buscan integrarse en el mercado laboral por primera vez. Además, un 16,67% de los participantes eligió otros motivos, y el mismo porcentaje no respondió o no tenía una razón clara. Esta distribución sugiere que, si bien una parte importante de los estudiantes ve los estudios como una vía de progreso o acceso laboral, también existe un grupo que los aborda desde perspectivas diferentes o más diversas.

En cuanto a los efectos de la realización de los estudios, el 50% de los encuestados afirma haber conseguido un empleo, lo que refuerza el valor de la formación para quienes estaban buscando activamente incorporarse al mercado laboral. Otro 33,33% considera que los estudios les ayudaron a mejorar su posición profesional, lo que indica que más de la mitad ha experimentado un crecimiento significativo en su carrera. Sin embargo, el 16,67% de los participantes menciona que los estudios no han supuesto ningún cambio relevante, lo que deja ver que aún existe un pequeño porcentaje que no ha logrado el impacto esperado en su vida profesional.

A continuación, presentamos las tablas con los resultados obtenidos de la encuesta.

Sección B: Si trabaja actualmente

B1. ¿Trabajas actualmente en alguna actividad relacionada con los estudios realizados en nuestra Institución educativa?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sí	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años			2	50,00%	2	50,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
NS/NC	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años	1	25,00%	1	25,00%	2	50,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		1	25,00%	3	75,00%	4	100,00%

B2. ¿Cual es tu categoría profesional?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Directivo.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años			1	25,00%	1	25,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Mando intermedio.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años			1	25,00%	1	25,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Trabajador cualificado.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años	1	25,00%	1	25,00%	2	50,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		1	25,00%	3	75,00%	4	100,00%

B3.

¿Cómo se denomina el puesto que desempeñas?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Encargada de comunicaciones	26 - 35 años			1	25,00%	1	25,00%
Encargada de sección de redes sociales	26 - 35 años			1	25,00%	1	25,00%
Periodista digital de un noticiero en colombia.	26 - 35 años	1	25,00%			1	25,00%
Sem redactora social media mager cm	26 - 35 años			1	25,00%	1	25,00%
Suma total		1	25,00%	3	75,00%	4	100,00%

*Pregunta con respuesta libre

B4.

¿En qué empresa estás trabajando?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Administración pública	26 - 35 años			1	25,00%	1	25,00%
Canal rcn televisión	26 - 35 años	1	25,00%			1	25,00%
Dirección general de impuestos internos	26 - 35 años			1	25,00%	1	25,00%
Go best comunicacion	26 - 35 años			1	25,00%	1	25,00%
Suma total		1	25,00%	3	75,00%	4	100,00%

*Pregunta con respuesta libre

B5.

¿Qué tipo de contrato tienes? / Otro	Respuesta Otros	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
			Nº	%	Nº	%	Nº	%
Indefinido.		26 - 35 años	1	25,00%	3	75,00%	4	100,00%
Suma total			1	25,00%	3	75,00%	4	100,00%

*Al seleccionar respuesta Otro puede responder en texto libre

B6.

¿Qué jornada realizas?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Completa.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años	1	25,00%	3	75,00%	4	100,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		1	25,00%	3	75,00%	4	100,00%

B7. ¿Cuál es el salario bruto anual?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Menos de 15.000€.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años	1	25,00%	1	25,00%	2	50,00%
De 25.000€ a 30.000€.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años			1	25,00%	1	25,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
NS/NC	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años			1	25,00%	1	25,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		1	25,00%	3	75,00%	4	100,00%

B8. Muestra tu grado de adecuación con la siguiente afirmación:	1	2	3	4	5	En blanco	Nº Respuestas	% Respuestas	Promedio
Los conocimientos adquiridos durante la titulación me permiten desarrollar mi trabajo	1		1	1	1		4	1005	3,25
En general, estoy satisfecho/a con mi puesto de trabajo				2	2		4	1005	4,50

Sección C: Si no trabaja actualmente

C1. Muestra tu grado de adecuación con la siguiente afirmación:	1	2	3	4	5	En blanco	Nº Respuestas	% Respuestas	Promedio
Considero que la formación recibida es adecuada a los niveles de exigencia del mercado laboral				2			2	1005	4,00

C2. Desde que obtuviste el título realizado en la UDIMA ¿has rechazado algún trabajo por considerarlo poco adecuado?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sí	18 - 25 años			1	50,00%	1	50,00%
	26 - 35 años					0	0,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%

Desde que obtuviste el título realizado en la UDIMA ¿has rechazado algún trabajo por considerarlo poco adecuado?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
No	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años			1	50,00%	1	50,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		0	0,00%	2	100,00%	2	100,00%

C3.

¿Actualmente estás buscando trabajo?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sí	18 - 25 años			1	50,00%	1	50,00%
	26 - 35 años			1	50,00%	1	50,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		0	0,00%	2	100,00%	2	100,00%

C4.

¿Cuál es el motivo por el que no trabajas actualmente?	Rango Edad	Hombre		Mujer		Suma total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
No encuentro ningún puesto de trabajo adecuado para mi perfil.	18 - 25 años			1	50,00%	1	50,00%
	26 - 35 años					0	0,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Continuo ampliando mis estudios.	18 - 25 años					0	0,00%
	26 - 35 años			1	50,00%	1	50,00%
	36 - 45 años					0	0,00%
	46 - 55 años					0	0,00%
	56 - 65 años					0	0,00%
	67 - 80 años					0	0,00%
Suma total		0	0,00%	2	100,00%	2	100,00%

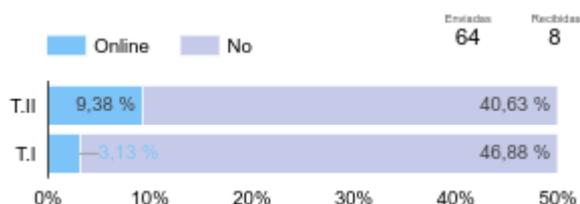
Sección D: Conclusiones

D1.

¿Qué medios consideras más útiles para buscar ofertas de empleo?	Hombre		Mujer		Suma total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bolsa de Trabajo (orientación laboral, plataforma, eventos).			4	66,675	4	66,67%
Páginas de búsqueda de empleo			4	66,675	4	66,67%
Contactos personales y redes sociales	1	16,675	3	50,005	4	66,67%
Otros					0	0,00%

4. PROGRESIÓN DEL EGRESADO

A través de la siguiente comparativa, se presenta una evaluación de la evolución del desempeño de los egresados de la titulación en cuestión. Para ello, se han utilizado las respuestas proporcionadas por los egresados correspondientes al periodo 2022-23, tanto a un año³ como a dos⁴ años de haber finalizado sus estudios. De un total de 70 encuestas enviadas, se obtuvieron únicamente 17. La muestra obtenida no es completamente representativa, ya que sólo representa el 24,29%. y la muestra representativa requerida es de 37,25%, 26.07 respuestas.



*Los porcentajes indicados en esta gráfica son respecto al total de enviadas y recibidas

Vistos los resultados de participación, procedemos a mostrar las tablas comparativas.

Tipo	Curso Egreso	Enviadas	Recibidas	% Recibidas	Muestra Representativa
T.I	2022	32	2	6,255	No
T.II	2022	32	6	18,755	No

¿Por qué realizaste tus estudios en UDIMA?	Tipo I 2022	Tipo II 2022
Para mejorar mi situación laboral.	1	2
Para conseguir un puesto de trabajo.	1	2
Otro.		1
NS/NC		1
Suma total	2	6

¿Trabajas actualmente?	Tipo I 2022	Tipo II 2022
Sí	2	4
No		2
Suma total	2	6

³ En el informe se denomina T.I

⁴ En el informe se denomina T.II

Elaborado por el Dpto. Desarrollo Profesional

Fecha: Septiembre de 2024

E-mail: observatoriodeempleo@udima.es

¿Trabajas actualmente en alguna actividad relacionada con los estudios realizados en nuestra Institución educativa?	Tipo I 2022	Tipo II 2022
Sí	2	2
No		
NS/NC		2
Suma total	2	4

¿Qué ha supuesto la realización de los estudios?	Tipo I 2022	Tipo II 2022
Conseguir un empleo.	1	3
Mejorar mi posición profesional.		2
No ha supuesto ninguna variación.	1	
NS/NC		1
Suma total	2	5

¿Cuál es tu categoría profesional actual?	Tipo I 2022	Tipo II 2022
Directivo.		1
Mando intermedio.	1	1
Técnico.		
Trabajador cualificado.	1	2
Trabajador sin cualificación.		
NS/NC		
Suma total	2	4

¿Qué tipo de contrato tienes? / Otro	Respuesta Otros	Tipo I 2022	Tipo II 2022
Indefinido.		2	4
Suma total		2	4

**Al seleccionar respuesta Otro puede responder en texto libre*

¿Qué tipo de jornada realizas?	Tipo I 2022	Tipo II 2022
Completa.	2	4
Reducida.		
Parcial.		
NS/NC		
Suma total	2	4

¿Cuál es el salario bruto anual que percibes?	Tipo I 2022	Tipo II 2022
Menos de 15.000€.		2
De 15.000€ a 25.000€.	2	
De 25.000€ a 30.000€.		1
De 30.000€ a 40.000€.		
Más de 40.000€.		
NS/NC		1
Suma total	2	4

Muestra tu grado de adecuación con la siguiente afirmación:	Tipo I 2022	Tipo II 2022
Los conocimientos adquiridos durante la titulación me permiten desarrollar mi trabajo.	5,00	3,25
En general estoy satisfecho/a con mi puesto de trabajo.	3,50	4,50

*Promedio

Si atendemos a los que han indicado que no trabajan

Muestra tu grado de adecuación con la siguiente afirmación:	Tipo I 2022	Tipo II 2022
Considero que la formación recibida es adecuada a los niveles de exigencia del mercado laboral		4,00

¿Qué medios consideras más útiles para buscar ofertas de empleo?	Tipo I 2022	Tipo II 2022
Bolsa de Trabajo (orientación laboral, plataforma, eventos).	25,00%	50,00%
Páginas de búsqueda de empleo	25,00%	50,00%
Contactos personales y redes sociales	25,00%	50,00%
Otros		

A continuación, se presenta un análisis comparativo sobre la evolución de la situación laboral de los egresados del Máster en Marketing Digital y Redes Sociales de la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA), tomando en cuenta los datos de aquellos que finalizaron sus estudios hace un año (**Tipo I**) y hace dos años (**Tipo II**):

1. Los motivos para cursar el máster se distribuyen de forma similar en ambos grupos. En **Tipo I**, el 50% de los egresados lo hizo para mejorar su situación laboral y el otro 50% para conseguir un puesto de trabajo. En **Tipo II**, estos porcentajes se mantienen casi iguales, aunque un 17% de los egresados reportó haber cursado el máster por otros motivos o no especificó una razón clara.
2. La tasa de empleo varía entre los dos grupos. Mientras que en **Tipo I** el 100% de los egresados estaba trabajando al momento de la encuesta, en **Tipo II** este porcentaje disminuye al 67%, ya que un 33% de los egresados reporta estar desempleado. Esto sugiere que algunos egresados de **Tipo II** enfrentan más dificultades para mantenerse empleados.

3. En **Tipo I**, el 100% de los egresados trabajaba en áreas relacionadas con sus estudios, lo que indica una fuerte correlación entre la formación y el ámbito laboral. Sin embargo, en **Tipo II**, sólo el 50% de los egresados trabaja en actividades vinculadas a sus estudios, mientras que el otro 50% no especificó esta relación (NS/NC). Esto podría reflejar una mayor diversificación profesional o una desconexión entre los estudios y las oportunidades laborales actuales.
4. El impacto del máster en la trayectoria profesional también muestra diferencias. En **Tipo II**, el 60% de los egresados considera que los estudios les ayudaron a conseguir un empleo, lo que supone un incremento respecto al 50% registrado en **Tipo I**. Además, en **Tipo II**, un 40% de los egresados afirma que los estudios mejoraron su posición profesional, un impacto que no se observaba en **Tipo I**. En **Tipo I**, la mitad de los encuestados consideraba que los estudios no habían generado variaciones significativas en su carrera, un porcentaje que desaparece en **Tipo II**, lo que indica una percepción más positiva del máster con el paso del tiempo.
5. En **Tipo II** se registra la aparición de un egresado en una posición directiva (25%), un nivel que no estaba presente en **Tipo I**. Los puestos de mando intermedio y de trabajador cualificado se mantienen estables en ambos grupos, con porcentajes similares. Esto sugiere que los egresados de **Tipo II** están alcanzando roles de mayor responsabilidad en sus carreras.
6. En ambos grupos, todos los egresados cuentan con contratos indefinidos, lo que refleja una gran estabilidad laboral para los profesionales del marketing digital y las redes sociales. Esto indica que, a pesar de las dificultades laborales de algunos egresados de **Tipo II**, quienes están empleados gozan de estabilidad en sus trabajos.
7. Todos los egresados de ambos grupos trabajan a jornada completa, lo que muestra un compromiso laboral pleno. La dedicación completa parece ser la norma en el sector para los egresados de este máster, lo que destaca la importancia de esta modalidad laboral en el marketing digital.
8. En cuanto a los ingresos, el 100% de los egresados de **Tipo I** reportaba percibir entre 15.000€ y 25.000€, mientras que en **Tipo II**, un 50% sigue en este rango, pero aparece un 25% de egresados que ha aumentado sus ingresos al rango de 25.000€ a 30.000€. Un 25% de los egresados de **Tipo II** no especificó su salario. Esto sugiere que algunos egresados de **Tipo II** han experimentado una mejora salarial, aunque sigue habiendo un porcentaje considerable con ingresos más bajos.
9. Satisfacción laboral
 - a. Utilidad de los conocimientos adquiridos: En **Tipo I**, los egresados valoran muy positivamente la utilidad de los conocimientos adquiridos, con una puntuación de 5,00. Sin embargo, en **Tipo II** esta valoración disminuyó significativamente a 3,25, lo que podría reflejar un desajuste entre la formación y la aplicación práctica de estos conocimientos en el trabajo.
 - b. Satisfacción con el puesto de trabajo: La satisfacción general con el puesto de trabajo, por otro lado, mejora en **Tipo II**, donde los egresados le otorgan una puntuación de 4,50, frente a 3,50 en **Tipo I**. Esto sugiere que, aunque los conocimientos adquiridos no siempre se perciben como aplicables, los egresados de **Tipo II** están más satisfechos con su situación laboral general.

10. En **Tipo II** se observa un aumento en el uso de herramientas formales para buscar empleo, como la bolsa de trabajo, las páginas de búsqueda de empleo y los contactos personales o redes sociales. Cada uno de estos medios es utilizado por el 50% de los egresados, mientras que en **Tipo I** el porcentaje era del 25% para cada uno. Esto refleja una mayor diversificación en las estrategias de búsqueda de empleo por parte de los egresados de **Tipo II**.

La evolución de la situación laboral de los egresados del Máster en Marketing Digital y Redes Sociales muestra algunos cambios importantes entre **Tipo I** y **Tipo II**. Aunque el porcentaje de egresados que trabajan en áreas relacionadas con sus estudios ha disminuido en **Tipo II**, la satisfacción laboral general ha mejorado, y algunos han logrado avances salariales. Además, la estabilidad laboral sigue siendo alta, con contratos indefinidos predominando en ambos grupos. El uso de estrategias formales de búsqueda de empleo, como la bolsa de trabajo y las páginas de búsqueda, ha aumentado en **Tipo II**, lo que indica una adaptación a las dinámicas cambiantes del mercado laboral. A pesar de que la percepción de la aplicabilidad de los conocimientos adquiridos disminuye, los egresados de **Tipo II** parecen más satisfechos con sus carreras profesionales en general.

5. MERCADO LABORAL

Comenzaremos analizando la situación del estudiantado de este programa, y para ello nos basamos en las cifras que nos da el último estudio realizado por la **Fundación Conocimiento y Desarrollo** (2023), Según este informe, en el curso 2021-2022, el número total de estudiantes de **Máster** matriculados en las universidades españolas fue de 266,902 estudiantes. Este número representó un aumento del 7,9% en comparación con el año anterior, con un incremento del 3% en las universidades públicas y del 14,4% en las privadas. Los datos preliminares del curso 2022-2023 muestran otro aumento, aunque menos pronunciado, y sugieren una disminución en la cantidad de estudiantes de máster en universidades públicas.

Desde la introducción de los másteres oficiales en el año académico 2006-2007, se ha registrado un crecimiento constante en el número de estudiantes cada año. Paralelamente, las universidades privadas han ganado terreno de manera significativa en comparación con las públicas. Se proyecta que aproximadamente el 46,1% de los estudiantes estarán matriculados en universidades privadas para el próximo curso 2022-2023, casi el doble de la cifra registrada hace una década.

En cuanto al formato de estudio, el 57,3% de los estudiantes en universidades privadas realizan sus estudios de forma remota, mientras que en las universidades públicas, la gran mayoría (92%) están inscritos en programas presenciales. Durante la última década, las universidades privadas han aumentado su participación en cuatro puntos porcentuales en programas presenciales y en 18,6 puntos en programas a distancia, a expensas de las universidades públicas presenciales (-21 puntos).

En los programas de máster oficial, las mujeres representaron la mayoría de estudiantes con un 54,9%, mostrando un leve aumento respecto a una década atrás. Los estudiantes extranjeros conformaron el 23,3% del total, con un notable incremento en comparación con hace diez años, siendo el 65,7% de ellos procedentes de América Latina y el Caribe. El grupo más numeroso de estudiantes tenía entre 25 y 30 años, aunque se observó un aumento relativo de estudiantes menores de 25 años, representando el 31% en comparación con el 24,1% registrado hace una década. Cerca del 60% de los estudiantes cursaban el máster a tiempo completo, mostrando una disminución de alrededor de 13 puntos en comparación con los programas de grado. En términos de distribución regional, el 71% de los estudiantes se concentraron en cuatro comunidades autónomas, con Madrid liderando con un 28,5%. En cuanto a las áreas de estudio, la mayoría de los estudiantes se especializaron en negocios, administración y derecho (22,5%), seguidos por educación (21,2%), ingeniería, industria y construcción (13,1%), salud (10,9%) y ciencias sociales.

Durante el año 2023, el mercado laboral experimentó un notable impulso, con un aumento en el empleo de 783,000 personas. Este incremento representa casi tres veces más que el año anterior y constituye el segundo mayor aumento en los últimos 18 años, excluyendo el período posterior a la pandemia, que fue excepcional. La Encuesta de Población Activa (EPA) proporciona una detallada descripción de quienes ocupan estos nuevos puestos de trabajo, destacando la significativa presencia de mujeres, jóvenes y población extranjera, entre otros grupos beneficiados. Según el último informe de la

Encuesta de Población Activa (EPA), en 2023 se produjo una reducción de 115,100 hogares donde todos sus miembros estaban desempleados, situándose en un total de 932,400 hogares. Al mismo tiempo, se registró un incremento notable de 399,400 hogares donde todos sus miembros estaban empleados, alcanzando así el máximo histórico de 11,654,700 hogares. El incremento en el empleo superó la reducción del desempleo en 2023, impulsado por un aumento en la población activa. Un total de 589,600 personas abandonaron la inactividad durante este periodo, lo que elevó la tasa de actividad al 58.99% de la población total.

En cuanto a la distribución por edades, se observa un aumento notable en la ocupación tanto entre los jóvenes como entre los mayores. Por otra parte, destaca el fuerte incremento del empleo entre la población extranjera. De los 783,000 nuevos puestos de trabajo creados en 2023, el 42% corresponde a personas de nacionalidad distinta a la española, lo que equivale a 333,700 individuos, además de 126,900 personas con doble nacionalidad.

Las autonomías con mayor dinamismo en la generación de empleo son aquellas de mayor desarrollo económico, como Euskadi, Madrid y Cataluña. Por otro lado, ciertas regiones de la denominada "España vaciada" y las islas muestran un ritmo de crecimiento más lento en cuanto al empleo. Más del 60% de los nuevos puestos de trabajo creados en 2023 se localizan en estas cuatro provincias: Barcelona, Madrid, Málaga y Valencia/València.

En cuanto al tipo de contrato, se observa un marcado aumento en el número de trabajadores con contratos indefinidos, mientras que los contratos temporales retroceden, una tendencia que coincide con la aplicación de la reforma laboral.

Por último, en cuanto a los sectores que más empleo generaron en 2023, se destaca el crecimiento en la mayoría de las actividades económicas, aunque con diferencias importantes. Las actividades profesionales, científicas y técnicas encabezan este crecimiento con la creación de 165,000 nuevos puestos de trabajo, lo que representa un aumento del 15%. Este sector es especialmente relevante debido a su alto valor agregado y a las mejores condiciones laborales que ofrece.

Las áreas de Sanidad y Servicios Sociales ocupan el segundo lugar en términos de crecimiento absoluto, con un aumento de 138,600 trabajadores, lo que representa un incremento del 7%. La construcción sigue de cerca, con un aumento de 108,000 personas empleadas, lo que equivale a un incremento del 8%.

Con esto concluimos que los estudios universitarios traen aparejados tasas de actividad 20 puntos superiores al resto, de hecho la formación universitaria sigue siendo requisito en tres de cada diez ofertas. Así pues, un 5,70% de titulados superiores ha conseguido un empleo en el último año.

Según los últimos datos del SEPE, que hace un estudio de los datos de la afiliación a la Seguridad Social al año de egreso y a los cuatro años de egreso, al año del egreso el 47.00% estaba

afiliado a la Seguridad Social, porcentaje que a los cuatro sube al 72.30% siendo en menor medida en el caso de mujeres. Aunque a los cuatro años parece que se iguala, sigue estando 0.9 punto porcentuales por debajo que los hombres. De esa tasa de afiliación del 72.30% son en régimen de autónomos un 8.90% y por cuenta ajena con contrato indefinido el 51.70%.

Cabe señalar que la educación superior no sólo proporciona una mejor accesibilidad al empleo y una mayor protección contra el paro, sino también una más alta probabilidad de calidad laboral en éste y un mayor retorno en términos de renta. Un adulto con educación superior de nivel de formación de grado o equivalente percibe como media unos ingresos anuales que son un 52.00% superior a los de una persona con nivel de formación de educación secundaria superior. Las comunidades autónomas con la media de sueldos más altos son Madrid, País Vasco, Cataluña, Asturias y Navarra.

Además, estar en posesión de un título universitario facilita el acceso a un empleo de calidad. Los datos que tenemos de empleabilidad en España reflejan que por encima del 90.00% los egresados obtienen un trabajo vinculado a su formación de alto nivel; de hecho el 52,50% de los contratos de trabajo firmados por graduados universitarios fueron para realizar tareas de técnicos, solamente el 1,50% de los contratos fueron para ocuparse como directores y gerentes (porcentaje, no obstante, superior al del 2019). Se ha producido esta redistribución de los contratos firmados a favor de las ocupaciones de más alta cualificación y en detrimento de las de baja. De hecho, el informe del Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios (OEEU) del 2015 indica que un 72,37% de los egresados considera que su empleo es acorde a los estudios realizados.

En lo referente al análisis laboral por sexos, podemos observar que la mujer sigue siendo la gran desfavorecida. De acuerdo con los datos del INE, la brecha de género entre mujeres y hombres con estudios superiores en el año 2021 era de un 5,50% (considerándose como la diferencia entre la tasa de empleo de los hombres y la tasa de empleo de las mujeres en este nivel educativo).

Por el contrario, este dato es del 11,4% entre mujeres y hombres con educación secundaria en la segunda etapa y del 20,6% entre los que únicamente han estudiado preescolar, primaria y secundaria en su primera etapa. Es decir, existe una relación inversamente proporcional entre el nivel educativo alcanzado y la brecha de género; según aumenta la formación, más se reducen las diferencias entre la ocupación laboral de hombres y mujeres.

No obstante, esa brecha de género existe. Según la Fundación CYD, las mujeres trabajan en menor proporción que los hombres, mientras que están en mayor porcentaje desempleadas o inactivas. Si se analizan estos datos en relación a los egresados en grado, el porcentaje de hombres trabajando es del 87,80% frente al 84,90% de ellas, mientras que en desempleo están el 8,20% de ellas y el 6,60% de ellos y son inactivos el 7.00% y el 5,60%, respectivamente.

Atendiendo a aquellos que están trabajando (cinco años después de egresar) y, en primer lugar, en cuanto a la situación profesional, las mujeres están asalariadas temporalmente en mayor medida (31,60%

con grado y 31,90% con máster) que los hombres (20,80% con grado y 26,50% con máster) y en menor proporción cuentan con un contrato indefinido o bien son trabajadoras por cuenta propia. En segundo lugar, respecto a la jornada laboral, las mujeres en una mayor proporción que los hombres están empleadas a tiempo parcial (17,50% con grado y 17,90% con máster; 8,70% y 10,70%, respectivamente, para ellos).

Respecto al sueldo percibido, el porcentaje de mujeres que ingresan un sueldo mensual neto inferior a 1.000 € o entre 1.000 y 1.499 es claramente superior al de los hombres, ocurriendo lo contrario para los sueldos de 2.000 € y más.

El Máster en Seguridad, Defensa y Geoestrategia es una titulación altamente especializada que ofrece a los graduados una comprensión profunda de los desafíos y estrategias en materia de seguridad nacional e internacional. Es importante destacar que esta titulación es ampliamente buscada y ocupada por profesionales con experiencia militar, diplomática y en otros campos relacionados con la seguridad y la defensa.

La inserción laboral para graduados en Máster en Seguridad, Defensa y Geoestrategia es excepcionalmente alta, con más del 85% de los graduados asegurando empleo en el primer año después de obtener su título. Esto se debe en parte a la amplia gama de oportunidades laborales disponibles en el ámbito de la seguridad y la defensa, así como a la demanda constante de expertos en estos campos por parte de gobiernos, organizaciones internacionales y empresas privadas.

Los graduados pueden encontrar oportunidades laborales en una variedad de entornos, incluyendo ministerios de defensa, seguridad nacional y relaciones exteriores, organismos internacionales, agencias de inteligencia, institutos de investigación en seguridad y defensa, así como en empresas de consultoría y seguridad privada.

En términos de salarios, los graduados en Máster en Seguridad, Defensa y Geoestrategia pueden esperar una remuneración inicial competitiva, que suele situarse entre los 35.000€ y 45.000€ anuales brutos en el primer año. Sin embargo, estos salarios pueden variar según factores como la ubicación geográfica, el empleador y el nivel de experiencia y especialización del graduado.

Con el tiempo y la experiencia, los profesionales en seguridad y defensa pueden ver aumentos significativos en sus salarios. Después de unos cinco años de experiencia, es común ver un aumento del 20-30% en el salario inicial. Además, aquellos que ocupan puestos de liderazgo o gerenciales en el campo de la seguridad y defensa pueden ganar salarios considerablemente más altos, llegando a superar los 60.000€ - 80.000€ anuales en roles de alta dirección.

En cuanto a la desigualdad de género, aunque las mujeres representan una proporción creciente de graduados en Máster en Seguridad, Defensa y Geoestrategia, todavía enfrentan desafíos en términos de acceso a roles de liderazgo y remuneración equitativa.

En promedio, las mujeres en este campo ganan aproximadamente un 10-15% menos que sus colegas masculinos en posiciones de igual nivel y responsabilidad. Esta brecha salarial se refleja incluso en roles de alta dirección, donde las mujeres son menos propensas a ocupar puestos de liderazgo y a recibir salarios equitativos en comparación con los hombres.

Independientemente de esta desigualdad, nos encontramos ante un mercado laboral exigente, se buscan perfiles competentes con amplios conocimientos y aptitudes; es por ello que muchas empresas prefieren colaborar con las universidades ofreciendo prácticas para poder allanar el terreno de la contratación, y observar qué perfiles pueden encontrar entre los universitarios españoles. De ellos, hay un porcentaje notorio que finalmente se queda trabajando en la empresa, lo cual favorece el crecimiento del empleo.

Otro factor que podemos señalar como importante para el crecimiento del empleo, es que muchas veces los egresados no acaban trabajando en su ámbito de estudio, lo que favorece el movimiento dentro de la inserción laboral. Esto antes se traducía en que muchos egresados no podían acceder a un empleo de calidad sino que mayoritariamente encontraban empleos parciales, temporales, por horas, etc. Los últimos datos del INE nos aseguran que esto ha cambiado y que las estadísticas señalan un gran aumento de contratos indefinidos y con mejores salarios.

En conclusión, aunque haya habido una gran mejora en el mercado laboral, en cuanto a aumento de empleo, mejoras en contratos y salariales, sigue segmentado, con una alta tasa de paro juvenil y una tasa de paro femenino superior al masculino. Además se mantiene un alto porcentaje de contratos temporales, que afecta de manera especial al colectivo de jóvenes menores de 25 años, con un porcentaje de contratación temporal superior al 57.00% en todos los tipos de universidad al primer año de graduarse y superior al 49.00% al cuarto año. Aunque hay que destacar que para los graduados superiores en la Unión Europea la temporalidad se ha mantenido en el 10.00%, mientras en España, durante la crisis se produjo una reducción prácticamente de 5 puntos porcentuales y en la posterior recuperación presenta un ascenso de 3 puntos.

La estabilidad del mercado laboral frente a los cambios socioeconómicos ha brindado protección al sector de los trabajadores autónomos. En contraste con el escaso crecimiento de apenas cinco nuevos autónomos en 2022, el año pasado se registraron 16,000 ingresos adicionales al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA), elevando así el total de este colectivo a 3,344,368 personas.

Sin embargo, en España, los graduados universitarios tienen más dificultades para encontrar trabajo que en otros países de la Unión Europea. La cantidad de jóvenes con empleo justo después de graduarse en estudios superiores, ya sea universitarios o de formación profesional de grado superior, está entre un 7 y un 8 por ciento por debajo del promedio de la Unión Europea.

En once países europeos, más del 90% de los jóvenes están trabajando, pero en España este porcentaje no llega al 77% en 2021, quedando por debajo del promedio (84.9%) y sólo superando a Italia y Grecia.

Además, sólo el 64.3% de los graduados con estudios superiores en España ocupan puestos de trabajo altamente cualificados, lo que coloca al país en la parte baja de la tabla en comparación con otros países europeos, cuya media se encuentra en el 77%.

Aunque los graduados en España ganan más en promedio que los no graduados, estas diferencias son menores en comparación con otros países de Europa. En nuestro país, los ingresos de un graduado superior doblan los de alguien con estudios regulares como máximo. Los ingresos procedentes del trabajo a tiempo completo de una graduada superior equivalen un poco más del 80% de los de un graduado en enseñanza terciaria; representa un porcentaje superior al que se registra en el conjunto de la OCDE y el quinto más elevado de 33 países.

A pesar de las dificultades y pérdidas que está sufriendo el mercado laboral, un 33,30% de los trabajadores en activo se declaran contentos con su actual trabajo y no piensan cambiar de empleo. Mientras que un 21,60%, pese a estar bien, busca otro trabajo porque las condiciones que tiene no son las deseadas, un 17,10% quiere buscarlo dentro de un tiempo, y un 15,20% se quiere marchar ya de su actual empleo porque no está contento. Nuestro egresado en cambio asegura estar contento con su trabajo, otorgando un 5 sobre 5 a su grado de satisfacción con su puesto de trabajo.

No obstante, existen riesgos tanto internos como externos que pueden tener un impacto negativo en la evolución de nuestro mercado laboral. En clave interna, la inusitada inflación va a degradar la recuperación económica y laboral si se mantiene en cifras tan elevadas, superiores al 7.00%, un problema de competitividad evidente. En clave externa, las implicaciones de la guerra en Ucrania son todavía difíciles de prever en su conjunto, pero desde este momento anticipamos caídas en los flujos comerciales.

6. CONCLUSIONES

El Máster Universitario en Marketing Digital y Redes Sociales, pertenece a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas.

El mercado laboral para titulados en marketing digital y redes sociales en España ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Esto se debe en parte a la creciente importancia de la presencia en línea y el comercio electrónico, un fenómeno que se ha acelerado aún más debido a la pandemia de COVID-19.

Los profesionales en este campo tienen una demanda creciente en una variedad de sectores, incluyendo comercio electrónico, tecnología, turismo, educación, salud y entretenimiento, entre otros. Esta diversidad de sectores ofrece una amplia gama de opciones de carrera para los graduados en marketing digital y redes sociales. Estos profesionales suelen poseer un perfil multidisciplinario, con conocimientos en marketing, publicidad, análisis de datos, SEO, SEM, redes sociales y estrategia digital. La versatilidad es una ventaja importante en este mercado.

Sin embargo, debido al aumento de la demanda, la competencia también ha crecido. Los profesionales necesitan mantenerse actualizados con las últimas tendencias y herramientas, como algoritmos de redes sociales, publicidad programática y análisis de datos avanzados. Muchos profesionales buscan certificaciones y cursos especializados en marketing digital y redes sociales para mejorar sus perspectivas de empleo y aumentar su competitividad en el mercado.

En cuanto a los salarios, varían según la experiencia y la ubicación geográfica, pero en general, son competitivos en comparación con otros sectores. Los profesionales con experiencia y habilidades avanzadas suelen tener un mayor potencial de ingresos. Además de empleos a tiempo completo, muchos titulados en marketing digital optan por trabajar como freelancers o emprendedores, ofreciendo servicios de marketing digital y redes sociales a clientes y empresas. Esto les brinda flexibilidad y la posibilidad de trabajar en proyectos diversos.

Las oportunidades laborales en marketing digital y redes sociales no están limitadas a las grandes ciudades de España, ya que muchas empresas de diferentes tamaños en todo el país buscan profesionales en este campo. También es importante tener en cuenta algunas tendencias emergentes en el mercado, como el marketing de influencers, la realidad aumentada, el marketing de contenidos y la automatización del marketing, que están moldeando la evolución de este sector.

Una vez enmarcada en contexto nuestra titulación, pasamos a exponer las conclusiones que hemos podido extraer del conjunto de respuestas obtenidas en la encuesta de inserción laboral realizada en el curso 2023-24, para los estudiantes que se egresaron hace un año (curso 2022-23) y hace dos años (curso 2021-22).

Los motivos principales para realizar el máster están enfocados en la mejora de la situación laboral y en la búsqueda de nuevas oportunidades. Un 40% de los encuestados afirmó que realizó el máster para conseguir un puesto de trabajo, mientras que un 30% lo hizo con el objetivo de mejorar su situación laboral. Tras finalizar el máster, el 50% de los egresados indica que ha mejorado su posición profesional, mientras que un 30% logró conseguir empleo gracias a la formación. Sólo el 10% afirmó que no hubo variación en su situación laboral, lo que demuestra el impacto positivo que tiene el máster en la carrera profesional de los egresados.

En cuanto a la situación laboral actual, el 70% de los egresados está trabajando, mientras que el 30% restante no ha encontrado empleo. De aquellos que están trabajando, el 71,43% desempeña su labor en áreas relacionadas con los estudios cursados en la UDIMA, lo que demuestra la efectividad del máster para preparar a los estudiantes en el ámbito del marketing digital y las redes sociales.

En cuanto a los tipos de contrato, el 100% de los egresados que están empleados tienen contratos indefinidos, lo que demuestra una gran estabilidad en el empleo. Además, todos trabajan a jornada completa, lo que refleja la dedicación requerida para los puestos en este sector.

En relación con las categorías profesionales, el 42,9% de los egresados trabaja en puestos de mando intermedio, lo que refleja la especialización adquirida en el máster. Además, el 28,6% se desempeña como trabajadores cualificados, mientras que el 14,3% ocupa roles de técnico y otro 14,3% trabaja en puestos directivos. Estos datos reflejan que el máster no sólo prepara a los estudiantes para puestos técnicos, sino que también les abre oportunidades para roles de gestión, con posibilidades de ascenso a puestos de mayor responsabilidad.

Los salarios de los egresados varían. Un 28,57% percibe un salario anual inferior a 15.000 €, otro 28,57% se encuentra en la franja de entre 15.000 y 25.000 €, un 14,29% gana entre 25.000 y 30.000 €, y un 14,29% percibe entre 30.000 y 40.000 €. Esto refleja que, aunque algunos egresados están en las primeras etapas de su carrera, hay quienes logran acceder a puestos con salarios más competitivos.

El nivel de satisfacción laboral es elevado. El 57,14% de los egresados se siente totalmente satisfecho con su puesto de trabajo, mientras que el 42,86% está satisfecho. Además, el 57,14% considera que los conocimientos adquiridos en el máster son adecuados para desempeñar su trabajo de manera efectiva.

Entre los egresados que actualmente no están trabajando, las razones principales incluyen la continuación de estudios y la falta de oportunidades laborales adecuadas. Esto refleja circunstancias personales que pueden estar influyendo en su situación laboral.

En cuanto a las herramientas utilizadas para la búsqueda de empleo, el 66,67% de los egresados usa páginas web de búsqueda de empleo, mientras que el 40% recurre a contactos personales o redes

sociales. Estos datos reflejan la importancia de las conexiones y del uso de plataformas digitales en el sector del marketing.

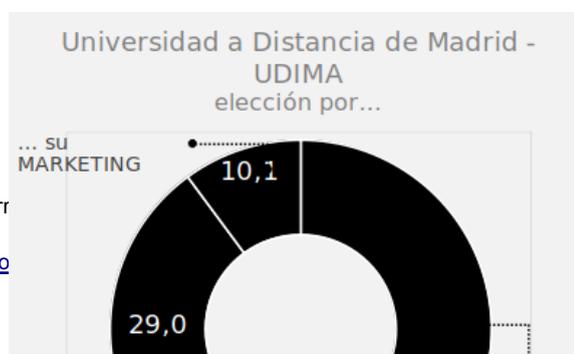
En conclusión, el Máster en Marketing Digital y Redes Sociales de la UDIMA ofrece una preparación adecuada para la inserción laboral en este campo. La alta tasa de empleo, la estabilidad de los contratos y los altos niveles de satisfacción laboral indican que los egresados están bien preparados para enfrentarse a los retos del mercado laboral. Sin embargo, aún se puede trabajar en facilitar el acceso a puestos de mayor responsabilidad, como los roles directivos. Aun así, los datos reflejan que la formación recibida en el máster proporciona una base sólida para el crecimiento profesional y permite a los egresados desempeñar con éxito sus funciones, con una percepción muy positiva sobre los conocimientos adquiridos y su aplicabilidad en el mercado laboral.

6.1. CONCLUSIONES GENERALES

Como valor añadido a nuestra encuesta, MERCO Talento ofrece la oportunidad de realizar una segunda encuesta diseñada específicamente para obtener información detallada sobre los intereses y preferencias de nuestros estudiantes y egresados. Esta encuesta adicional se ha concebido con el objetivo de proporcionar una visión más completa y enriquecedora de la comunidad educativa. La importancia de esta encuesta complementaria radica en su capacidad para profundizar en otros aspectos relativos a las diferentes universidades que pueden ayudar a otros estudiantes.

Nosotros nos centramos en los siguientes puntos:

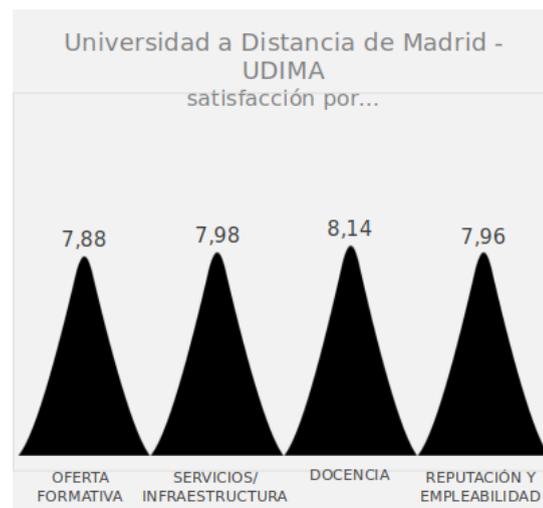
1. Los estudiantes han elegido la Udima como su institución educativa por diversas razones y es importante destacar tres motivos:
 - **Características de la Universidad** (60.90%): los estudiantes han optado por esta institución debido a la flexibilidad que ofrece para aquellos que desean estudiar a distancia y su compromiso con la innovación educativa. Esta elección basada en las características subraya que los estudiantes consideran que la Udima satisface sus necesidades académicas y personales de manera excepcional.
 - **Recomendación** (29.00%): Cuando los estudiantes y graduados de la Udima tienen experiencias positivas y exitosas, están dispuestos a compartir sus logros y logros académicos con otros. Estas recomendaciones personales crean una red de confianza y credibilidad en la comunidad educativa, lo que a su vez atrae a nuevos estudiantes .
 - **Marketing** (10,01%): La elección basada en el marketing resalta la importancia de llegar a los estudiantes potenciales y brindarles información relevante sobre la institución.



- El hecho de que tanto los estudiantes como los egresados otorguen un nivel global de satisfacción del 8.8% a la Universidad refleja una evaluación positiva y sólida de diversos aspectos de la institución.



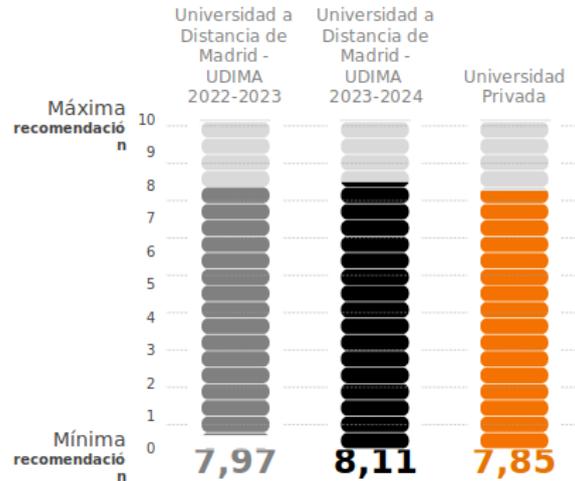
- Esta puntuación se desglosa en cuatro categorías principales que son claves para la experiencia académica y profesional de los estudiantes y egresados: la oferta formativa (7,88%), los servicios (7,98%), la docencia (8,14%) y la empleabilidad (7,96%).



- Un dato muy importante que se muestra es que el 8.11% de los encuestados afirma que recomendaría la Udima. Este dato es particularmente significativo debido a un aumento notorio en comparación con el período anterior o el último curso académico.

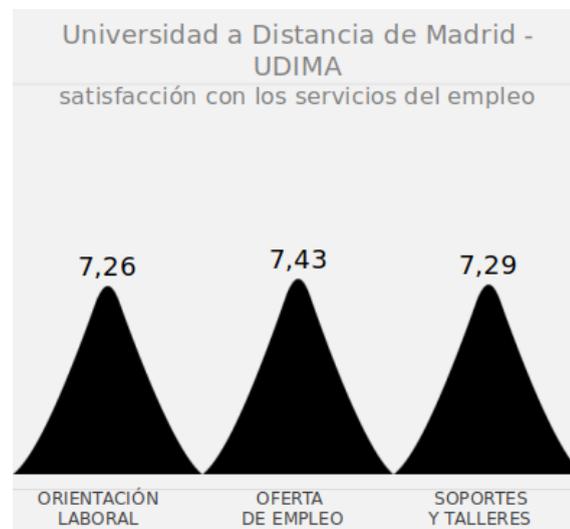
Recomendación

¿En qué medida de 0 a 10 recomendarías tu universidad a futuros estudiantes:



5. Es importante observar que la satisfacción con los servicios de Udimá en el ámbito del empleo ha aumentado en el último año y alcanzó un nivel del 7.21%. La satisfacción en este aspecto puede dividirse en tres áreas clave:

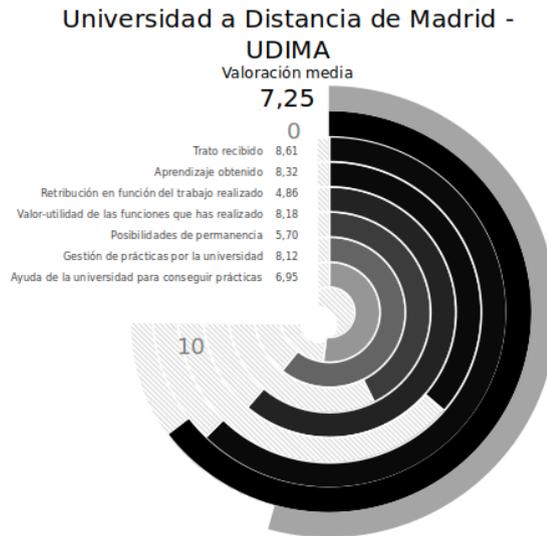
- **Orientación Laboral:** La satisfacción con la orientación laboral destaca sobre todo en que los estudiantes y egresados ponen en valor el asesoramiento laboral.
- **Oferta de Empleo:** La satisfacción con la oferta de empleo se refiere a la efectividad de la universidad para conectar a los estudiantes y egresados con oportunidades de trabajo relevantes.
- **Talleres y Ferias de Empleo:** Los talleres y ferias de empleo brindan a los estudiantes y egresados la oportunidad de adquirir habilidades específicas y establecer conexiones directas con diferentes empresas.



- Es interesante mencionar la importancia de las prácticas para la integración del estudiante en el mundo laboral, la cual resulta en muchas ocasiones una herramienta clave para la inserción laboral del egresado. En nuestra institución estamos altamente comprometidos con el desarrollo de las mismas y esto se refleja en el nivel de satisfacción de estudiantes y egresados.

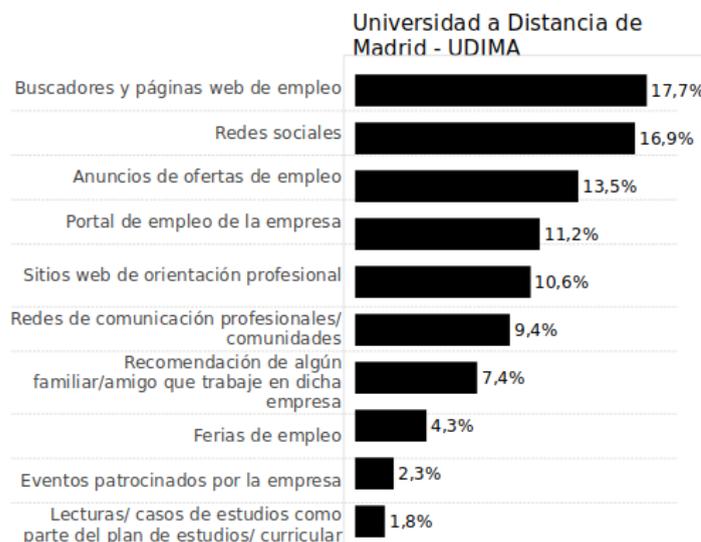
Satisfacción con las prácticas

De las prácticas que has realizado, cuál es tu nivel de satisfacción con:



Es destacable que la Udima reconozca la importancia de estos aspectos y esté tomando medidas para reforzarlos aún más. El compromiso de dar mayor visibilidad a la Bolsa de Empleo es una estrategia positiva, ya que puede ayudar a que más estudiantes y egresados accedan a oportunidades laborales relevantes. Esto también puede fortalecer la red de contactos de la universidad y aumentar las posibilidades de empleabilidad de los graduados.

- Para finalizar, dejamos un esquema de los canales de búsqueda de empleo que estudiantes y egresados utilizan más habitualmente.



7. FUENTES

- Informe FCYD 2023
- SEPE: “Inserción Laboral de Los Egresados Universitarios Curso 2013-14 (análisis hasta 2018)”
- Informe “Infoempleo Adecco Oferta y Demanda de Empleo en España” 2023
- SIIU: “Datos y Cifras del Sistema Universitario Español” (Publicación 2020-2021)
- OEEU, “Barómetro de empleabilidad y empleo de los universitarios de España, 2018”
- Hays: “*Guía del Mercado Laboral*” (2023)
- Aempleo: “Previsiones de empleo” (2023)
- Randstad Research: “Recuperación del mercado laboral. EPA resumen 2021” (2023)
- Informe UDIMA Merco Talento Universitario (2023)