

INFORME DE RESULTADOS

Encuesta a entidades empleadoras sobre las competencias de las personas egresadas de los Másteres de la Facultad de Filosofía y Letras

Curso 2025/2026

En el marco del Proyecto ACTÚA de la Unidad de Formación e Innovación Docente (UCA)

Documento elaborado para su remisión a:

- Servicio de Calidad de la Universidad de Cádiz
- Unidad de Formación e Innovación Docente de la Universidad de Cádiz

Responsable del estudio: Responsable de Calidad de la Facultad de Filosofía y Letras

Fuente de los datos: hoja “Resultados encuesta empleadores - másteres.xlsx”

Muestra: 26 respuestas válidas recogidas entre el 27 de marzo y el 22 de julio de 2026.

Fecha de elaboración del informe: septiembre de 2026

Índice

1. Introducción y contexto	3
2. Metodología.....	3
2.1. Instrumento.....	3
2.2. Muestra y trabajo de campo	4
2.3. Tratamiento y análisis de los datos	4
3. Perfil de la muestra	4
3.1. Sector de actividad	5
3.2. Tamaño de la empresa.....	5
4. Análisis cuantitativo: competencias que tienen las personas egresadas.....	6
4.1. Valoración del desempeño	6
4.2. Ajuste al puesto de trabajo, comparación con otros perfiles y recomendación	7
4.3. Titulaciones de procedencia de las personas ya contratadas.....	7
4.4. Previsión de contratación futura.....	9
4.5. Competencias más importantes para las empresas.....	9
4.6. Predisposición de las entidades empleadoras a colaborar con la Facultad	11
5. Análisis cualitativo: frecuencia de respuestas en las preguntas abiertas.....	11
5.1. ¿Por qué no recomendaría la contratación de personas egresadas?	11
5.2. ¿En qué áreas o funciones prevé contratarlas?.....	11
5.3. Carencias detectadas en las personas egresadas.....	12
5.4. ¿Qué debería mejorar en la formación universitaria?	13
6. Síntesis: competencias que tienen las personas egresadas frente a las que demanda el mercado	14
6.1. Fortalezas confirmadas.....	14
6.2. Brechas prioritarias	15
6.3. Salidas profesionales a reforzar en las actividades de orientación profesional.....	15
7. Conclusiones y recomendaciones	15
7.1. Fortalezas	16
7.2. Áreas de mejora.....	16
7.3. Recomendaciones finales	17
8. Limitaciones del estudio.....	18
9. Anexos	18

1. Introducción y contexto

El Plan Director de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Cádiz 2022-2025 (2022) identificó como debilidades del centro la insuficiencia de una orientación profesional dirigida al estudiantado y la necesidad de adecuar las competencias transversales enseñadas en las titulaciones a los perfiles profesionales requeridos por el mercado laboral. Esta debilidad afecta tanto a los Grados como a los Másteres oficiales del Centro.

Para abordar estas debilidades, la Responsable de Calidad del Centro, junto con las Coordinaciones de los Másteres, el Vicedecanato de Ordenación Académica e Innovación Docente y la Coordinadora de Prácticas, solicitó una actuación avalada para la mejora docente en la convocatoria ACTÚA 2025/2026 de la Unidad de Formación e Innovación Docente de la Universidad de Cádiz. Entre sus actividades, se incluye la creación de una base de datos de entidades empleadoras y el diseño de una encuesta dirigida a empresas e instituciones para conocer, de primera mano, las competencias que buscan en las personas egresadas de los Másteres de la Facultad y valorar el desempeño de quienes ya han sido contratadas.

El presente informe combina el análisis cuantitativo de las preguntas cerradas de dicha encuesta con el análisis de frecuencias de sus cuatro preguntas abiertas, con el objetivo de contrastar las competencias que las personas egresadas de los másteres demuestran tener frente a las que demanda el mercado laboral, identificar las carencias formativas que deben orientar las acciones de mejora de la Facultad y ofrecer un primer diagnóstico sobre el grado de adecuación entre las competencias trabajadas en los másteres y las que demandan las entidades empleadoras de la provincia de Cádiz. Se elabora este informe para su traslado al Servicio de Calidad de la UCA y a la Unidad de Formación e Innovación Docente, como evidencia dentro de los procesos de seguimiento y acreditación de los másteres del Centro.

En el marco de la misma convocatoria ACTÚA, se aplicó una encuesta equivalente dirigida a las entidades empleadoras de los ocho grados de la Facultad, cuyos resultados se recogen en un informe independiente (véase apartado 9).

2. Metodología

2.1. Instrumento

Se diseñó un cuestionario en Google Forms (“Encuesta para empleador@s (másteres)”) de 17 preguntas, con lógica de salto condicional según las respuestas. El cuestionario consta de cuatro bloques —valoración del desempeño (ítems 3-8), empleabilidad (ítems 9-11), competencias más valoradas (ítems 12-14) y datos de la empresa (ítems 15-17)— y de cuatro preguntas abiertas de respuesta libre.

El cuestionario se sometió a un pilotaje previo entre el 23 de febrero y el 20 de marzo de 2026, en el que participaron 15 personas de entidades empleadoras. A raíz de sus aportaciones se incorporaron a la pregunta sobre las competencias más importantes (ítem 12), las competencias “conocimiento del marco normativo de su profesión” y “perspectiva de género”, y se añadió la opción “asociativo-ONG” a la pregunta sobre el sector de la empresa o institución (ítem 15).

El ítem 10 fue excluido del análisis al detectarse una incidencia en su formulación que comprometía la validez de las respuestas obtenidas. Sus resultados no se presentan en este informe (véase apartado 8). Ninguna de las personas participantes en el pilotaje reportó esta incidencia.

2.2. Muestra y trabajo de campo

El cuestionario se distribuyó entre entidades empleadoras de los siete másteres de la Facultad (Análisis Histórico del Mundo Actual, Arqueología Náutica y Subacuática, Ciencias del Lenguaje y sus Aplicaciones, Comunicación Internacional, Estudios Hispánicos, Género, Identidades y Ciudadanía, y Patrimonio, Arqueología e Historia Marítima), a partir de la base de datos elaborada en el marco del proyecto para la mejora docente de la convocatoria ACTÚA, mencionado en el apartado 1. Las respuestas se recogieron entre el 27 de marzo y el 22 de julio de 2026.

Se recibió una muestra final válida de 26 respuestas, que constituye la base de este informe¹.

2.3. Tratamiento y análisis de los datos

El bloque central emplea una escala Likert de 1 a 5 (1 = Muy bajo / no cumple las expectativas; 5 = Excelente / destaca claramente) para valorar seis dimensiones del desempeño de las personas egresadas. El cuestionario incluye además seis preguntas de opción única y cuatro de respuesta abierta sobre por qué no recomendaría a las personas egresadas de un máster, en qué áreas prevé contratarlas en caso de querer hacerlo, carencias detectadas en las personas egresadas y propuestas de mejora en la formación universitaria.

El tratamiento de cada tipo de dato ha sido el siguiente:

- ❖ Preguntas cerradas y de opción múltiple: se han calculado frecuencias, porcentajes y medias. En las preguntas de selección múltiple (titulaciones contratadas y competencias más importantes), cuando una empresa marcó varias opciones se ha contabilizado cada opción de forma independiente, de modo que la suma de menciones puede superar el número de empresas encuestadas.
- ❖ Preguntas abiertas²: se ha realizado un análisis de contenido, agrupando las respuestas en categorías temáticas y calculando la frecuencia de cada categoría. Una misma respuesta puede haberse codificado en más de una categoría cuando mencionaba varios aspectos distintos. Se han excluido del recuento temático las respuestas vacías, que se contabilizan aparte.

3. Perfil de la muestra

Se recibieron 26 respuestas válidas. De ellas, 16 empresas/instituciones (61,5%) declaran haber contratado a personas egresadas de los másteres de la Facultad, y 10 (38,5%) no lo han hecho.

¹ Nota metodológica: se trata de una muestra reducida y de participación voluntaria (no probabilística), por lo que los resultados deben interpretarse como una primera aproximación diagnóstica y no como datos representativos del conjunto del tejido empresarial. Esta limitación se retoma en el apartado 8.

² Las citas literales de las respuestas abiertas que aparecen en este informe se reproducen tal como fueron escritas por las personas encuestadas, con la única corrección de erratas evidentes y de mayúsculas iniciales.

Todas las empresas —hayan contratado o no— respondieron a las preguntas sobre previsión de contratación, competencias demandadas, carencias detectadas y mejoras a la formación.

3.1. Sector de actividad

Tabla 1. Sector del que provienen las empresas encuestadas

Sector de la empresa/institución	Nº	%
Cultural	7	26,9%
Educativo	7	26,9%
Asociativo/ONG	6	23,1%
Social	2	7,7%
Tecnológico	1	3,8%
Ingeniería	1	3,8%
Consultoría / Investigación de mercados	1	3,8%
Otro: arqueología preventiva vinculada a la construcción	1	3,8%

El tejido empleador que respondió a la encuesta (véase Tabla 1) se reparte de forma bastante equilibrada entre los sectores cultural y educativo (26,9% cada uno) y el ámbito asociativo/ONG (23,1%), un perfil distinto al observado entre las entidades empleadoras de los Grados, donde el sector educativo era claramente dominante. Esta mayor presencia del sector asociativo/ONG es coherente con las salidas profesionales propias de algunos másteres del Centro, en particular los vinculados a género, patrimonio, cooperación y comunicación internacional.

3.2. Tamaño de la empresa

Predomina la microempresa (menos de 10 personas trabajadoras), con la mitad de la muestra (50,0%). A diferencia del perfil observado entre empleadores de Grados —donde no se registró ninguna empresa en el tramo de 50 a 249 personas empleadas—, entre los empleadores de másteres aparecen representados los cuatro tramos de tamaño, incluido el de 50-249 empleados/as (19,2% de la muestra; véase Fig. 1):

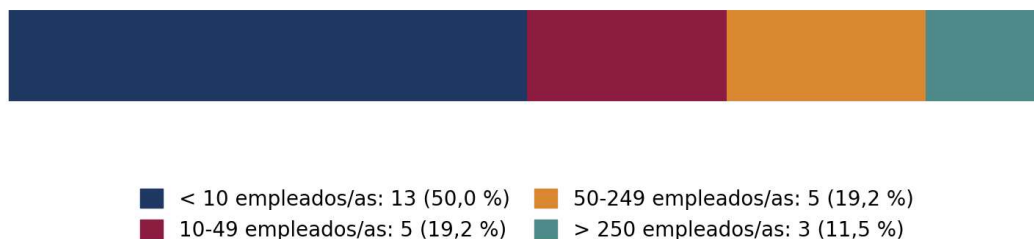


Figura 1. Tamaño de las empresas encuestadas

4. Análisis cuantitativo: competencias de las personas egresadas

4.1. Valoración del desempeño

Las 16 empresas que han contratado a personas egresadas de los másteres valoraron su desempeño en seis dimensiones, en una escala de 1 (muy bajo) a 5 (excelente):

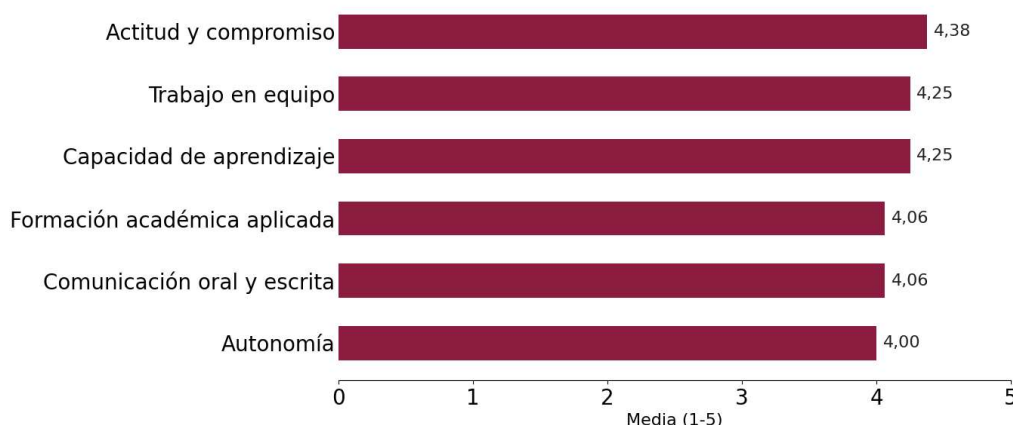


Figura 2. Valoración media del desempeño

Los resultados obtenidos muestran una valoración claramente positiva del desempeño profesional de las personas egresadas de los másteres de la Facultad de Filosofía y Letras. Todas las dimensiones analizadas se sitúan por encima del punto medio de la escala (3 = “adecuado”) y, de hecho, todas ellas alcanzan o superan el valor 4 sobre 5.

Lo que mejor puntúan no son los conocimientos técnicos sino las cualidades actitudinales: la actitud y el compromiso (4,38), seguido del trabajo en equipo y la capacidad de aprendizaje (4,25 en ambos casos). La formación académica aplicada al puesto de trabajo y la comunicación oral y escrita obtienen la misma puntuación (4,06), mientras que la autonomía, aunque presenta la valoración más baja de las seis dimensiones (4,00), se mantiene en un nivel claramente satisfactorio.

Esta valoración favorable se ve reforzada por la percepción de las entidades empleadoras sobre la contribución de las personas egresadas a la consecución de los objetivos de la organización, que alcanza una media de 4,44 sobre 5 ($n = 16$), la más alta de todos los indicadores recogidos en la encuesta. El dato resulta especialmente significativo, ya que la valoración positiva no se limita a competencias sueltas, sino que se traduce en una percepción global muy favorable del valor que aportan las personas egresadas una vez contratadas.

4.2. Ajuste al puesto de trabajo, comparación con otros perfiles y recomendación

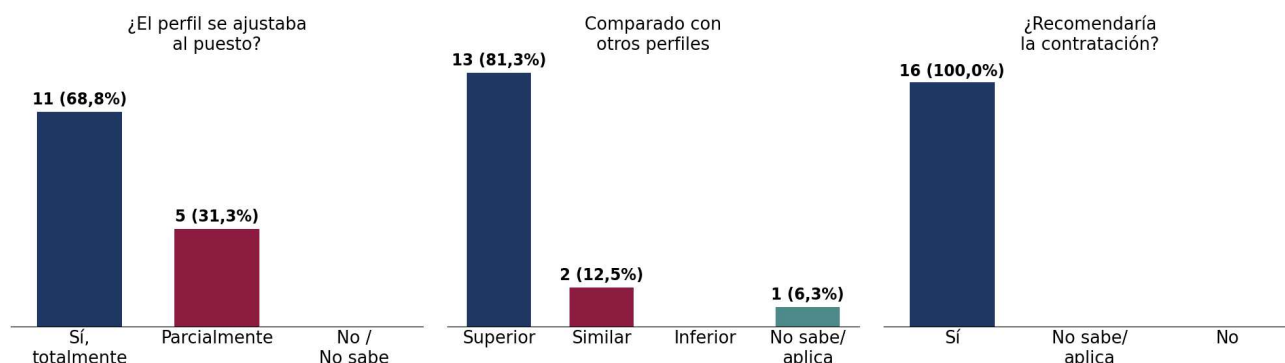


Figura 3. Perfil de las personas egresadas en relación con el puesto de trabajo y otros perfiles

Tal y como muestra la Fig. 3, el 68,8% de las empresas que contrataron personas egresadas de los másteres de la Facultad consideran que el perfil se ajustaba totalmente al puesto de trabajo, y el 31,3% restante que se ajustaba parcialmente; ninguna empresa señaló que no se ajustara. El grado de recomendación es, no obstante, unánime: el 100% de las 16 empresas que contrataron personas egresadas de máster (16 de 16) recomendaría su contratación, un resultado incluso más favorable que el 94,4% registrado entre empleadores de Grados.

Esta percepción positiva se confirma al comparar el desempeño de las personas egresadas con el de otros perfiles formativos que pueden concurrir a puestos de trabajo similares. En el 93,8% de los casos (Superior + Similar) (véase Fig. 3), las entidades empleadoras consideran que el desempeño de las personas tituladas en máster es igual o superior al de otros perfiles alternativos, y en el 81,3% de los casos lo consideran directamente superior; ninguna empresa lo consideró inferior, y el 6,3% restante (una empresa) no supo valorar la comparación. Este resultado apunta a una elevada competitividad profesional de las personas egresadas de los másteres de la Facultad.

4.3. Titulaciones de procedencia de las personas ya contratadas

Como esta pregunta admitía respuesta múltiple, se han contabilizado todas las titulaciones marcadas por cada empresa (no solo la primera), por lo que el total de menciones (20) supera el número de empresas que han contratado (16).

El análisis de las titulaciones de procedencia de las personas egresadas contratadas (véase Fig. 4) muestra una presencia destacada del Máster en Arqueología Náutica y Subacuática, mencionado por 5 de las 16 empresas (31,3%) que declaran haber incorporado personas tituladas de másteres de la Facultad. Le siguen el Máster en Género, Identidades y Ciudadanía (cuatro menciones, 25,0%) y, a cierta distancia, el Máster en Comunicación Internacional, el Máster en Ciencias del Lenguaje y sus Aplicaciones y el Máster en Estudios Hispánicos (tres menciones cada uno, 18,8%). El Máster en Patrimonio, Arqueología e Historia Marítima registra dos menciones (12,5%), mientras que el Máster en Análisis Histórico del Mundo Actual no recibe ninguna mención entre las contrataciones ya realizadas.

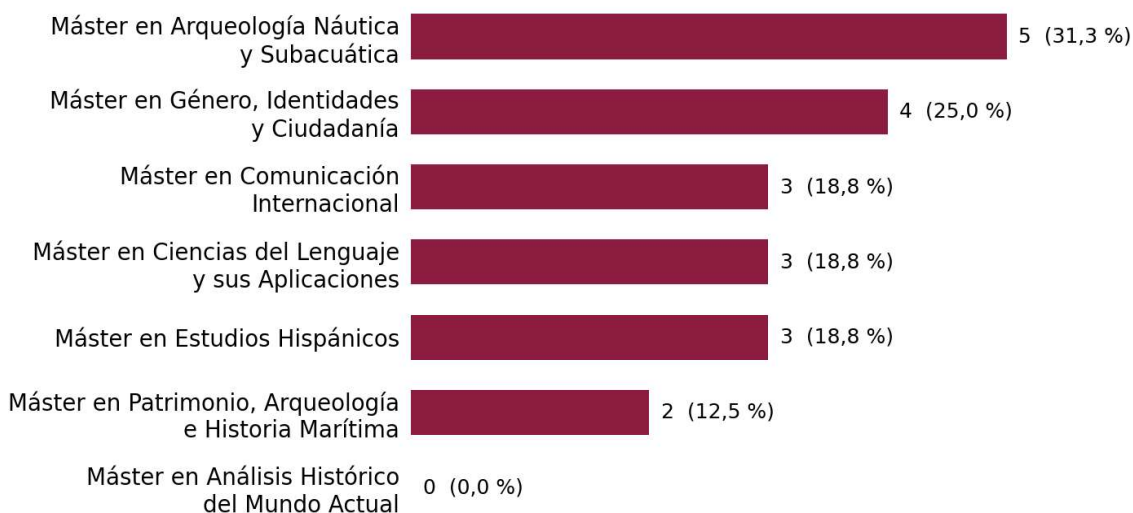


Figura 4. Titulaciones de máster de las personas contratadas

Dado que la pregunta admitía respuesta múltiple, estos porcentajes no deben interpretarse como tasas de inserción laboral de cada máster ni permiten establecer por sí solos comparaciones directas sobre su grado de empleabilidad. De las 16 empresas contratantes, 12 (75,0%) han incorporado personas egresadas de un único máster del Centro y 4 (25,0%) de dos másteres distintos de la Facultad (véase Fig. 5).

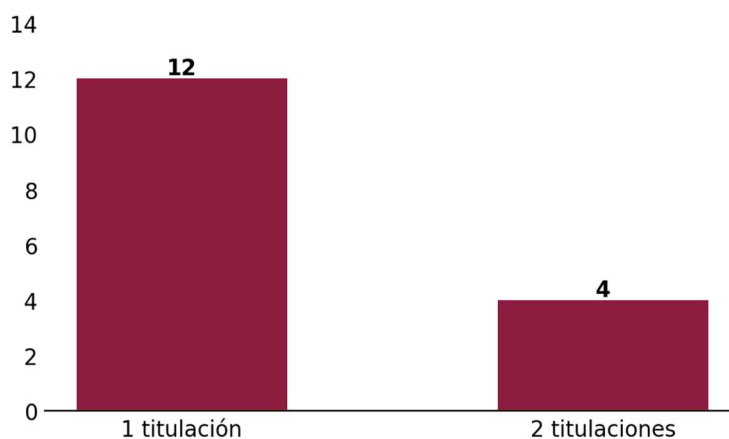


Figura 5. Número de másteres de la Facultad contratados por cada empresa

Esta distribución indica que la contratación está bastante concentrada por perfil especializado y que el hecho de que tres de cada cuatro empresas contraten de un único máster sugiere que cada titulación tiene un nicho profesional propio y diferenciado.

4.4. Previsión de contratación futura

Los resultados sobre las expectativas de contratación ofrecen una perspectiva favorable sobre la demanda potencial de las personas egresadas de los másteres de la Facultad a corto plazo (véase Fig. 6):



Figura 6. Previsión de contratación en los próximos 1-2 años

El 80,8% de las 26 entidades encuestadas contempla la contratación de personas egresadas de los másteres de la Facultad en los próximos dos años, si bien esta cifra agrupa intenciones de distinta firmeza: un 50,0% confirma que contratará y un 30,8% adicional lo considera posible ("tal vez"), frente a un 19,2% que lo descarta. Se trata, por tanto, de una señal favorable de pertinencia de la oferta formativa ante el mercado laboral, pero de naturaleza prospectiva y no equiparable a los indicadores de satisfacción sobre personas ya contratadas (valoración del desempeño, recomendación), que reflejan un juicio ya consumado. A efectos de seguimiento, se recomienda mantener esta distinción entre intención firme y posible al reportar el dato, y contrastarlo en próximas ediciones de la encuesta con la contratación efectivamente realizada.

4.5. Competencias más importantes para las empresas

Se pidió a las 26 empresas que seleccionasen, de una lista de 13 competencias (más una opción "Otro"), las cinco que consideran más importantes. La Fig. 7 muestra la clasificación por frecuencia de selección:



Figura 7. Competencias más importantes para las empresas

Los resultados muestran que, para las entidades empleadoras de los másteres, las competencias digitales y la resolución de problemas son las más relevantes, habiendo sido seleccionadas por el 61,5% de las empresas, seguidas de la creatividad (53,8%). La comunicación y la ética profesional/responsabilidad comparten la cuarta posición (46,2% cada una), y el pensamiento crítico y el trabajo en equipo en quinta posición (42,3% cada una). Solo una empresa (3,8%) añadió una competencia no incluida en la lista —curiosidad y autoformación—, que, aunque sea una única mención, resulta coherente con los perfiles de los másteres de la Facultad, al insertarse estos en mercados laborales poco lineales —sin correspondencia directa entre el título obtenido y el puesto de trabajo— y en ámbitos de fuerte base investigadora (historia, arqueología, lingüística, comunicación), donde el aprendizaje no termina con el máster sino que exige seguir actualizándose de forma autónoma. Esta competencia complementa la capacidad de aprendizaje y la autonomía ya evaluadas en la encuesta, aportando el componente de motivación intrínseca que permite a las personas egresadas reconvertir su formación humanística ante contextos profesionales cambiantes.

Este perfil de prioridades difiere del observado entre empleadores de Grados, donde las competencias más demandadas eran la comunicación, la resolución de problemas y el trabajo en equipo (67,9% cada una), con la ética profesional y las competencias digitales en cuarto y quinto lugar, respectivamente. Entre empleadores de másteres, en cambio, las competencias digitales comparten con la resolución de problemas la primera posición (61,5%), la comunicación y el

trabajo en equipo pierden peso (46,2% y 42,3%) y la creatividad, minoritaria en Grados (28,6%), adquiere aquí un peso mucho mayor (53,8%), posiblemente por estar asociada a los perfiles de investigación, gestión cultural y comunicación propios de varios másteres del Centro.

4.6. Predisposición de las entidades empleadoras a colaborar con la Facultad

La predisposición para colaborar es muy elevada (véase Fig. 8):

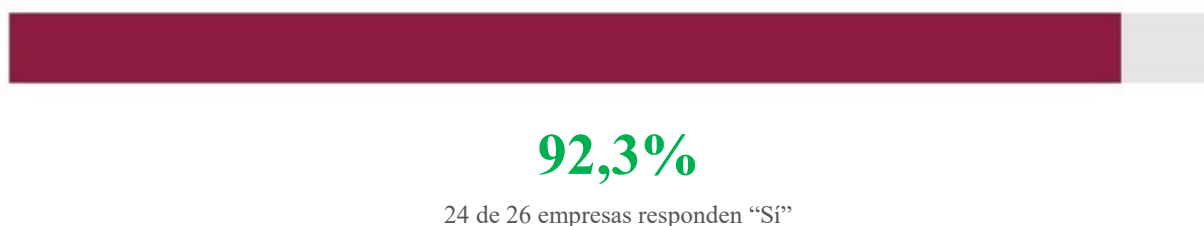


Figura 8. Predisposición de las entidades empleadoras a colaborar con la Facultad

24 de las 26 empresas encuestadas (92,3%) se muestran dispuestas a participar en encuentros empresariales, talleres o charlas organizados por la Facultad. Se trata de un porcentaje muy sólido y una base de partida muy favorable para extender las actividades de orientación profesional a los perfiles de máster.

5. Análisis cualitativo: frecuencia de respuestas en las preguntas abiertas

La encuesta incluye cuatro preguntas de respuesta abierta. Para cada una se presenta el número de respuestas obtenidas, la codificación temática con su frecuencia y ejemplos ilustrativos.

5.1. ¿Por qué no recomendaría la contratación de personas egresadas?

Esta pregunta solo se activaba si la empresa respondía “No” a “¿Recomendaría la contratación de egresados/as de este máster?”. Las 16 empresas que contrataron personas egresadas respondieron “Sí”, por lo que esta pregunta no registró ninguna respuesta. Al igual que en el informe de Grados, se trata de un dato en sí mismo relevante al no existir entre las entidades empleadoras encuestadas ninguna recomendación negativa explícita.

5.2. ¿En qué áreas o funciones prevé contratarlas?

De las 26 empresas, 21 respondieron a esta pregunta. Una respuesta no fue informativa, por lo que se excluyó del recuento temático, quedando 20 respuestas válidas (algunas mencionan más de un área o función, por lo que la suma de categorías supera 20) (véase Fig. 9):

Frecuencia de menciones por empleadores encuestados

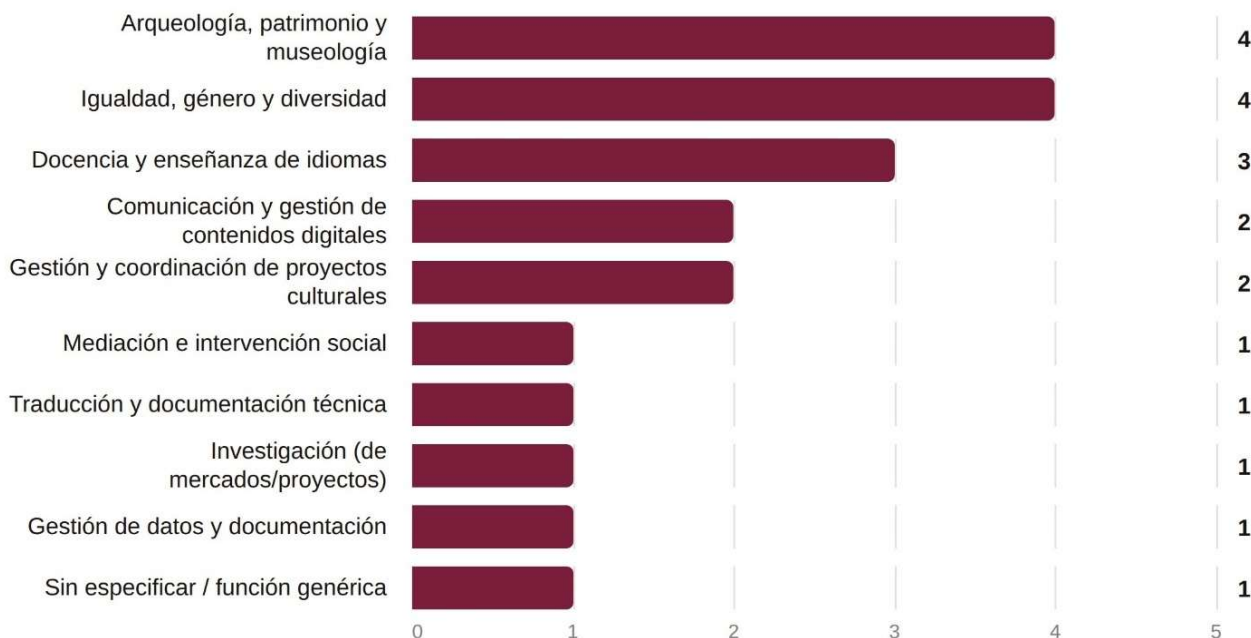


Figura 9. Áreas o funciones de contratación prevista

Arqueología, patrimonio, museología e igualdad, género y diversidad, junto con docencia y enseñanza de idiomas, concentran las principales salidas profesionales identificadas por las entidades empleadoras de másteres, en línea con el perfil disciplinar de los másteres. Ejemplos de respuestas: “Museología y arqueología”; “Cuerpo docente o auxiliar a la formación y enseñanza del francés como lengua extranjera”; “Agente de Igualdad”; “En puestos de coordinación y dirección de proyectos [...] transfronterizos que requieran de competencias lingüísticas y competencias organizativas”.

5.3. Carencias detectadas en las personas egresadas

De las 26 empresas, 23 respondieron a esta pregunta. Dos de ellas señalaron expresamente que no había carencias³, por lo que las 21 respuestas restantes se codificaron en las categorías de la Tabla 2 (varias empresas señalaron más de una carencia, por lo que la suma de carencias supera el número de respuestas):

Tabla 2. Carencias de las personas egresadas según las entidades empleadoras

Carencia detectada	Frecuencia
Falta de experiencia práctica / conocimiento del mundo laboral	5

³ Dos de las 23 entidades que respondieron a esta pregunta señalaron expresamente que no había carencias, por lo que no se han incluido en la Tabla 2. Una respondió “Ninguna, entran un poco perdidos pero lo normal con unas primeras prácticas y al entrar en un sitio nuevo”; la otra, tras apuntar “un mejor conocimiento de modelos de datos y ontología” y de “marcos normativos de interés”, aclaró que “esto no creo que sea una carencia”.

Carencia detectada	Frecuencia
Conocimiento especializado del sector / normativa / técnico	5
Falta de compromiso, actitud, motivación o iniciativa	5
Competencias digitales	3
Adaptabilidad	3
Resolución de problemas	3
Desconexión entre la formación y el mercado laboral	2
Falta de autonomía	2
Idiomas (nivel insuficiente)	2
Comunicación (oral y/o escrita)	2
Gestión del tiempo / autogestión	2
Perspectiva de género / interculturalidad	2
Pensamiento crítico	1
Creatividad	1

Las respuestas de las entidades empleadoras permiten identificar como principales áreas de mejora la falta de experiencia práctica y de conocimiento del mundo laboral (cinco menciones: “falta de experiencia”; “desconocimiento de programas y proyectos y cómo funcionan”), a la par con el conocimiento especializado del sector, la normativa o los aspectos técnicos de cada ámbito profesional (cinco menciones: “conocimiento del funcionamiento operativo de la UE”; “conocimiento del marco normativo, gestión del tiempo, conocimientos técnicos”) y con los aspectos actitudinales (compromiso, motivación, iniciativa, con cinco menciones: “madurez, compromiso, productividad”; “organización, iniciativa y participación”).

Al igual que en el informe de los Grados, la autonomía reaparece entre las carencias señaladas (“falta de soltura, confianza y/o autonomía”; “experiencia práctica, autonomía, iniciativa”), lo que apunta a este ámbito como un área de mejora transversal a ambos niveles formativos. Entre los empleadores de másteres, no obstante, la “falta de autonomía” cuenta con solo dos menciones en la Tabla 2; sumando la gestión del tiempo / autogestión y la iniciativa (esta última incluida en la categoría de compromiso y actitud), las respuestas que apuntan a este conjunto de competencias ascienden a 5 de las 21 respuestas con carencias codificadas. Las competencias digitales, la adaptabilidad y la resolución de problemas cuentan con tres menciones cada una.

5.4. ¿Qué debería mejorar en la formación universitaria?

De las 26 empresas, 23 respondieron a esta pregunta. Se excluyó una respuesta que no proponía ninguna mejora concreta (“Considero que en general es adecuada”). Quedaron, por tanto, 22 respuestas codificables, varias con más de una propuesta:

Tabla 3. Propuestas de mejora en la formación universitaria

Propuesta de mejora	Frecuencia
Más prácticas / formación aplicada al mundo laboral	7
Vinculación universidad-empresa / contacto con la realidad profesional	4
Competencias digitales	4
Comunicación e idiomas	3
Actualización metodológica y nuevas tecnologías (incl. IA)	2
Autonomía / confianza del alumnado	1
Formación en actitudes y compromiso profesional	1
Perspectiva de género / interculturalidad	1
Trabajo en equipo	1
Adaptabilidad	1

Como en el informe de Grados, la propuesta más mencionada con diferencia es la necesidad de reforzar el componente práctico y profesionalizador de la formación (7 de 22 respuestas codificables: “debería aumentar las horas de prácticas”; “más prácticas externas dentro de cada área de conocimiento”; “realizar más prácticas en empresas”). Le sigue la demanda de mayor vinculación entre universidad y empresa (cuatro menciones: “mayor contacto con la realidad de administraciones y empresas”; “contacto con mundo laboral”) y el refuerzo de las competencias digitales (cuatro menciones), en ocasiones explícitamente vinculadas a la inteligencia artificial: una respuesta plantea que “la formación debería ser mucho más ‘explorativa’ (¿cómo puedo utilizar los LLMs para lo que ya se hace? [...])”, una consideración que sería pertinente considerar para las actividades de orientación profesional.

6. Síntesis: competencias de las personas egresadas frente a las que demanda el mercado

Cruzando los tres bloques de información (valoración cuantitativa del desempeño, competencias más demandadas y análisis de frecuencias de las preguntas abiertas) se identifican tres tipos de competencias:

6.1. Fortalezas confirmadas

- ❖ Actitud y compromiso, trabajo en equipo y capacidad de aprendizaje: las tres dimensiones mejor valoradas en el desempeño (4,25-4,38/5), en un contexto de contribución a los objetivos de la empresa muy alta (4,44/5).

- ❖ Ajuste al puesto de trabajo y recomendación: el 100% de las empresas que han contratado a personas egresadas recomendaría volver a hacerlo, y el 93,8% considera el desempeño igual o superior al de otros perfiles formativos.

6.2. Brechas prioritarias

Cruzando demanda del mercado con valoración del desempeño y con las carencias señaladas en las preguntas abiertas, se identifican las siguientes brechas prioritarias:

- ❖ Experiencia práctica / vinculación con el mundo laboral: es una de las carencias más citadas, junto con el conocimiento especializado del sector y los aspectos actitudinales (cinco menciones cada una), y la mejora más solicitada (siete menciones), lo que la convierte en la prioridad número uno para las actividades de orientación profesional, igual que en el informe de Grados.
- ❖ Autonomía: es la dimensión con la valoración más baja en la escala de desempeño (4,00/5, frente a 4,06 de la formación académica aplicada y de la comunicación) y aparece entre las carencias señaladas en las respuestas abiertas, aunque con pocas menciones (dos como “falta de autonomía” y hasta cinco si se suman la gestión del tiempo / autogestión y la iniciativa).
- ❖ Competencias digitales: son la competencia más demandada por el mercado (61,5% de las empresas) y aparecen de forma recurrente como carencia y como propuesta de mejora, lo que indica una laguna no cubierta por los indicadores cuantitativos actuales de la encuesta.
- ❖ Resolución de problemas y adaptabilidad: muy demandadas por el mercado (61,5% y 26,9% respectivamente) y señaladas repetidamente como carencia en las respuestas abiertas, sin que exista un ítem específico en la escala de valoración del desempeño que las recoja.

6.3. Salidas profesionales a reforzar en las actividades de orientación profesional

Arqueología/patrimonio/museología, igualdad/género/ diversidad y docencia e idiomas concentran las principales salidas profesionales identificadas por las entidades empleadoras de másteres. El Máster en Arqueología Náutica y Subacuática y el Máster en Género, Identidades y Ciudadanía concentran la mayor parte de la contratación ya realizada (apartado 4.3). El ítem 10, que debía recoger la previsión de contratación futura desagregada por titulación, fue excluido del análisis al detectarse una incidencia en su formulación que comprometía la validez de las respuestas obtenidas (véase apartado 8), por lo que no es posible, con los datos actuales, contrastar esta previsión con las titulaciones ya contratadas.

7. Conclusiones y recomendaciones

El análisis conjunto de la valoración del desempeño, de las competencias más demandadas y de las respuestas abiertas permite concluir que las personas egresadas de los másteres de la Facultad son muy bien valoradas por las entidades empleadoras, y que las principales oportunidades de mejora están en acercar la formación al entorno profesional, reforzar el conocimiento especializado del sector y incorporar de forma explícita las competencias más demandadas por el mercado. Se resumen a continuación las fortalezas y las áreas de mejora derivadas de los datos y

se formulan las recomendaciones finales para los procesos de seguimiento y acreditación de los másteres y para el diseño de las actividades de orientación profesional, que deben leerse como un diagnóstico orientativo dado el tamaño de la muestra y su carácter voluntario (véase apartado 8).

7.1. Fortalezas

- ❖ **Valoración global muy positiva.** Las 16 empresas que han contratado a personas egresadas de máster (100%) las recomendarían. Las seis dimensiones del desempeño obtienen medias de entre 4,00 y 4,38 sobre 5, y la contribución a los objetivos de la organización alcanza 4,44, el valor más alto de todos los indicadores de la encuesta. Frente a los Grados (medias entre 3,78 y 4,17), las medias de máster son superiores en actitud y compromiso, trabajo en equipo, capacidad de aprendizaje y autonomía, iguales en formación académica aplicada (4,06) e inferiores solo en comunicación oral y escrita (4,06 frente a 4,17).
- ❖ **Fortalezas actitudinales y de aprendizaje.** Las tres dimensiones mejor valoradas son la actitud y el compromiso (4,38), el trabajo en equipo y la capacidad de aprendizaje (4,25 cada una). El trabajo en equipo figura además entre las competencias más demandadas por las entidades empleadoras (42,3%), lo que indica que la formación de máster responde a lo que el mercado busca.
- ❖ **Buen ajuste al puesto y competitividad frente a otros perfiles.** La formación académica aplicada al puesto se valora con un 4,06; el perfil se ajusta totalmente al puesto en el 68,8% de los casos y parcialmente en el 31,3%, sin ningún caso de inadecuación. En el 93,8% de los casos el desempeño es igual o superior al de otros perfiles (Formación Profesional u otras titulaciones), y en el 81,3% es directamente superior.
- ❖ **Demanda prospectiva y nichos profesionales diferenciados.** El 80,8% de las 26 entidades contempla contratar personas egresadas en los próximos dos años (50,0% con seguridad y 30,8% como posibilidad), una señal favorable, aunque de carácter prospectivo. Las salidas previstas se concentran en arqueología, patrimonio y museología, igualdad, género y diversidad, y docencia e idiomas, y 12 de las 16 empresas contratantes han incorporado personas egresadas de un único máster, lo que sugiere que cada titulación cuenta con un nicho propio.
- ❖ **Predisposición muy elevada a colaborar con la Facultad.** 24 de las 26 entidades (92,3%), incluidas las que aún no han contratado, participarían en encuentros, talleres o charlas, lo que ofrece una base muy favorable para extender la orientación profesional a los perfiles de máster.

7.2. Áreas de mejora

Ninguna de las dimensiones evaluadas se sitúa por debajo de 4 sobre 5, por lo que las áreas de mejora que se recogen a continuación deben entenderse como márgenes de mejora relativos y no como deficiencias del desempeño.

- ❖ **Experiencia práctica y vinculación con el mundo laboral (prioridad principal).** Es una de las carencias más citadas (cinco menciones, junto con el conocimiento especializado del sector y los aspectos actitudinales) y la mejora más solicitada (siete menciones, el 31,8% de las 22

respuestas codificables). A ello se suman cuatro menciones a una mayor vinculación entre universidad y empresa.

- ❖ **Conocimiento especializado del sector, la normativa y los aspectos técnicos.** Cinco entidades lo señalan como carencia (por ejemplo, el funcionamiento operativo de organismos y programas o el marco normativo), y 5 de las 26 (19,2%) incluyen el conocimiento del marco normativo entre las cinco competencias más importantes.
- ❖ **Competencias digitales, incluida la inteligencia artificial.** Son la competencia más demandada (61,5%, junto con la resolución de problemas) y aparecen como carencia (tres menciones) y como propuesta de mejora (cuatro menciones), en ocasiones vinculadas de forma explícita a la inteligencia artificial. No forman parte de la escala de desempeño, por lo que no se dispone de datos cuantitativos sobre el nivel de las personas egresadas.
- ❖ **Resolución de problemas y adaptabilidad.** La resolución de problemas es, junto con las competencias digitales, la más demandada (61,5%) y se señala como carencia en tres respuestas, igual que la adaptabilidad (aunque esta última solo es prioritaria para el 26,9% de las entidades). Ninguna de las dos se evalúa en la escala de desempeño.
- ❖ **Autonomía, iniciativa y actitud profesional.** La autonomía obtiene la valoración más baja de las seis dimensiones (4,00), aunque claramente satisfactoria; aparece con dos menciones directas como carencia y con cinco si se suman la gestión del tiempo y la iniciativa. Cinco entidades señalan también carencias de compromiso, motivación o iniciativa, lo que contrasta con la excelente valoración cuantitativa de la actitud y el compromiso (4,38) y puede reflejar casos concretos o el momento de incorporación al puesto.
- ❖ **Comunicación e idiomas.** La comunicación oral y escrita es la única dimensión en la que las medias de máster no superan a las de Grados (4,06 frente a 4,17); es prioritaria para el 46,2% de las entidades, y comunicación e idiomas suman carencias (dos menciones cada una) y tres propuestas de mejora.

7.3. Recomendaciones finales

Sobre esta base se proponen siete líneas de actuación, ordenadas por prioridad (véase Tabla 4).

Tabla 4. Recomendaciones finales y evidencia en la que se apoyan

Nº	Recomendación	Evidencia en la que se apoya
1	Reforzar el componente práctico y la conexión con el mercado laboral. Ampliar y dar visibilidad a las prácticas externas y a las experiencias reales de trabajo en cada máster, y acercar al estudiantado a las entidades empleadoras.	Mejora más solicitada (siete menciones) y una de las carencias más citadas (cinco); vínculo universidad-empresa (cuatro menciones).

Nº	Recomendación	Evidencia en la que se apoya
2	Reforzar el conocimiento especializado del sector y de la normativa en los másteres en los que se demanda. Seminarios y talleres con profesionales y casos reales sobre marcos normativos y funcionamiento operativo de organismos y proyectos, valorando con cada coordinación su pertinencia según el perfil profesional de la titulación.	Cinco menciones como carencia, sin desagregar por máster; el marco normativo como competencia clave (5 de 26 entidades, 19,2%) procede solo de entidades vinculadas a Arqueología Náutica y Patrimonio, y a Género.
3	Incluir contenidos y talleres en competencias digitales, con especial atención a la inteligencia artificial, y en comunicación e idiomas. Priorizar las que tengan reconocimiento en el mercado y se puedan acreditar.	Competencias digitales: demanda del 61,5%, tres carencias y cuatro propuestas de mejora. Comunicación e idiomas: demanda del 46,2% y 23,1%, tres propuestas de mejora.
4	Trabajar la resolución de problemas, la adaptabilidad, la autonomía y la iniciativa mediante metodologías basadas en proyectos. Casos reales, trabajo colaborativo y seguimiento de la iniciativa del estudiantado.	Resolución de problemas: demanda del 61,5% y tres carencias. Adaptabilidad: tres carencias. Autonomía: 4,00, la más baja de las seis dimensiones.
5	Aprovechar la disposición de las entidades a colaborar. Incluir a las entidades empleadoras de los másteres, también a las que aún no han contratado, en el calendario de talleres y encuentros de orientación profesional previsto para cada curso.	24 de 26 entidades (92,3%) dispuestas a participar.
6	Adaptar las actividades de orientación a las salidas profesionales predominantes. Arqueología, patrimonio y museología; igualdad, género y diversidad; y docencia e idiomas.	Salidas más citadas en las respuestas abiertas (apartado 5.2); Arqueología Náutica y Subacuática (cinco menciones) y Género, Identidades y Ciudadanía (cuatro) concentran la contratación ya realizada.
7	Consolidar el seguimiento y la calidad de la evidencia. Institucionalizar la encuesta con periodicidad anual, en paralelo a la de Grados; ampliar su difusión para aumentar la muestra; corregir la formulación del ítem 10; e incluir competencias digitales, resolución de problemas y adaptabilidad en la escala de desempeño.	n = 26, reducido para cada máster; ítem 10 excluido del análisis; competencias muy demandadas sin medición.

8. Limitaciones del estudio

- ❖ Tamaño muestral reducido (n = 26) y muestreo no probabilístico, de participación voluntaria, por lo que los resultados no son extrapolables al conjunto del tejido empresarial de la provincia, y menos aún de forma desagregada por cada uno de los siete másteres.
- ❖ El ítem 10 fue excluido del análisis al detectarse una incidencia en su formulación que comprometía la validez de las respuestas obtenidas.

- ❖ Los datos proceden de la percepción subjetiva de cada empresa y no de indicadores objetivos de desempeño laboral.

9. Anexos

Se adjunta como documentación de referencia el cuestionario aplicado (“Encuesta para empleador@s (másteres)”).

Las comparaciones con los empleadores de Grados, recogidas en este informe, remiten al informe elaborado a partir de la encuesta equivalente aplicada a las entidades empleadoras de los grados de la Facultad: *Informe de resultados. Encuesta a entidades empleadoras sobre las competencias de las personas egresadas de los Grados de la Facultad de Filosofía y Letras* (curso 2025/2026), elaborado en el marco del mismo Proyecto ACTÚA y con fecha de septiembre de 2026.

A N E X O I

Encuesta para empleador@s (másteres)

El objetivo de esta encuesta es conocer la valoración de las empresas e instituciones sobre el desempeño de las personas egresadas de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Cádiz, con el fin de mejorar la calidad de nuestras titulaciones y su adecuación al entorno profesional y social.

En las preguntas que utilizan una escala de 1 a 5, valore cada ítem según el siguiente criterio:

1 = Muy bajo (no cumple las expectativas)

2 = Bajo (cumple parcialmente)

3 = Adecuado (cumple lo esperado)

4 = Alto (supera lo esperado)

5 = Excelente (destaca claramente)

Sus respuestas serán tratadas de forma anónima y agregada.

Duración estimada: 3-5 minutos.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. ¿Ha contratado a egresados/as de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Cádiz (UCA)? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No *Salta a la pregunta 9*

Salta a la pregunta 9

Titulación

2. ¿A qué titulación pertenecía(n)? Marque la(s) opción(es) que proceda(n): *

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ a. Máster en Análisis Histórico del Mundo Actual
- ☐ b. Máster en Arqueología Náutica y Subacuática
- ☐ c. Máster en Ciencias del Lenguaje y sus Aplicaciones
- ☐ d. Máster en Comunicación Internacional
- ☐ e. Máster en Estudios Hispánicos
- ☐ f. Máster en Género, Identidades y Ciudadanía
- ☐ g. Máster en Patrimonio, Arqueología e Historia Marítima

Valoración del desempeño

3. Valore al egresado/a de la Facultad respecto a los siguientes aspectos? *

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
a. Formación académica aplicada al puesto de trabajo	☐	☐	☐	☐	☐
b. Actitud y compromiso	☐	☐	☐	☐	☐
c. Capacidad de trabajo en equipo	☐	☐	☐	☐	☐
d. Comunicación oral y escrita	☐	☐	☐	☐	☐
e. Capacidad de aprendizaje	☐	☐	☐	☐	☐
f. Autonomía	☐	☐	☐	☐	☐

4. ¿En qué medida el/la egresado/a ha contribuido a los objetivos de su empresa o institución? *

Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

5. ¿El perfil se ajustaba al puesto? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí, totalmente
- ☐ Parcialmente
- ☐ No
- ☐ No sabe / No aplica

6. Comparado con otros perfiles (FP, otras titulaciones, etc.), el desempeño ha sido: *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Inferior
- ☐ Similar
- ☐ Superior
- ☐ No sabe / No aplica

7. ¿Recomendaría la contratación de egresados/as de este máster? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí *Salta a la pregunta 9*
- ☐ No
- ☐ No sabe / No aplica *Salta a la pregunta 9*

Si la respuesta es negativa

8. ¿Por qué no? *

Empleabilidad

9. ¿Prevé contratar egresados/as en los próximos 1-2 años? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
- ☐ No *Salta a la pregunta 12*
- ☐ Tal vez

Para respuesta afirmativa o dudosa

10. ¿De qué titulaciones prevé contratar egresados/as? *

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Egresado/a en cualquier titulación de la Facultad
- ☐ Otro: _____

11. ¿En qué áreas o funciones? *

Competencias12. Seleccione las 5 competencias MÁS importantes para su empresa (*máximo 5 opciones*): *

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ a. Comunicación
- ☐ b. Idiomas
- ☐ c. Competencias digitales
- ☐ d. Pensamiento crítico
- ☐ e. Resolución de problemas
- ☐ f. Adaptabilidad
- ☐ g. Trabajo en equipo
- ☐ h. Creatividad
- ☐ i. Gestión del tiempo
- ☐ j. Liderazgo
- ☐ k. Ética profesional/responsabilidad
- ☐ l. Perspectiva de género
- ☐ m. Conocimiento del marco normativo de su profesión
- ☐ Otro: _____

13. Indique las 3 principales carencias detectadas en egresados: *

14. ¿Qué debería mejorar en la formación universitaria? *

Datos de contexto

15. Sector al que pertenece su empresa/institución: *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Educativo
- ☐ Tecnológico
- ☐ Cultural
- ☐ Turístico
- ☐ Financiero/ económico
- ☐ Administración pública
- ☐ Asociativo-ONG
- ☐ Social
- ☐ Otro:
—

16. Tamaño de la empresa: *

Marca solo un óvalo.

- ☐ < 10
- ☐ 10-49
- ☐ 50-249
- ☐ > 250

17. ¿Estaría dispuesto/a a colaborar con la Facultad (encuentros empresariales, talleres, charlas, etc.)? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
- ☐ No

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios